

НАПИСАНИЕ на ЗАКАЗ:

1. Дипломы, курсовые, рефераты, чертежи...
 2. Диссертации и научные работы
 3. Школьные задания
- Онлайн-консультации
ЛЮБАЯ тематика, в том числе ТЕХНИКА
Приглашаем авторов

УЧЕБНИКИ, ДИПЛОМЫ,
ДИССЕРТАЦИИ -
На сайте электронной библиотеки
www.учебники.информ2000.рф

Н. П. КОТЕРОВА

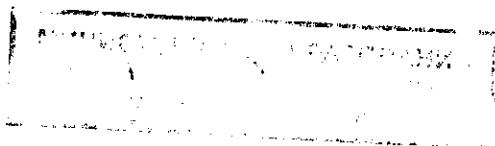
ЭКОНОМИКА ОРГАНИЗАЦИИ

УЧЕБНИК

*Рекомендовано
Федеральным государственным автономным учреждением
«Федеральный институт развития образования»
в качестве учебника для использования
в учебном процессе образовательных учреждений,
реализующих программы среднего профессионального образования*

*Регистрационный номер рецензии 393
от 23 сентября 2013 г. ФГАУ «ФИРО»*

8-е издание, стереотипное



Москва
Издательский центр «Академия»
2015

УДК 330.101.542
ББК 65.012.1я723
К731

Рецензент —

зам. директора по научной и методической работе Московского государственного
техникума технологии, экономики и права имени Л. Б. Красина
Ю. А. Калмыкова

Котерова Н. П.

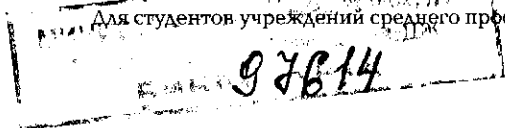
К731 Экономика организации : учебник для студ. учреждений
сред. проф. образования / Н. П. Котерова. — 8-е изд., стер. —
М. : Издательский центр «Академия», 2015. — 288 с.
ISBN 978-5-4468-2479-3

Учебник создан в соответствии с требованиями Федерального государ-
ственного образовательного стандарта среднего профессионального образо-
вания по специальностям укрупненной группы «Экономика и управление»,
а также специальностям «Дизайн (по отраслям)», «Гостиничный сервис»,
«Право и организация социального обеспечения»; ОП «Экономика органи-
зации».

В доступной форме рассмотрены типы экономических систем; приведе-
на история становления рынка, современная классификация рынков, про-
блемы рыночных отношений; включены последние данные о различных
формах предпринимательства. Рассмотрены механизмы формирования цен
и политика ценообразования в настоящий момент. Включен учебный мате-
риал, посвященный производственным фондам предприятия, в частности
методам расчета амортизационных отчислений, представленных в соответ-
ствии с последними экономическими постановлениями.

Ранее книга выходила под названием «Микроэкономика».

Для студентов учреждений среднего профессионального образования.



УДК 330.101.542
ББК 65.012.1я723

*Оригинал-макет данного издания является собственностью
Издательского центра «Академия», и его воспроизведение любым способом
без согласия правообладателя запрещается*

© Котерова Н. П., 2003
© Котерова Н. П., 2014, с изменениями
© Образовательно-издательский центр «Академия», 2014
© Оформление. Издательский центр «Академия», 2014

ISBN 978-5-4468-2479-3

Уважаемый читатель!

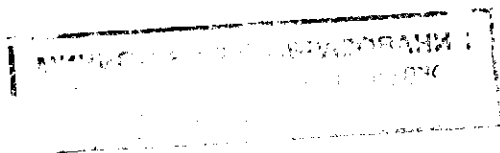
Данный учебник является частью учебно-методического комплекта по специальностям укрупненной группы «Экономика и управление».

Учебник предназначен для изучения общепрофессиональной дисциплины «Экономика организации».

Учебно-методические комплекты нового поколения включают в себя традиционные и инновационные учебные материалы, позволяющие обеспечить изучение общеобразовательных и общепрофессиональных дисциплин и профессиональных модулей. Каждый комплект содержит учебники и учебные пособия, средства обучения и контроля, необходимые для освоения общих и профессиональных компетенций, в том числе и с учетом требований работодателя.

Учебные издания дополняются электронными образовательными ресурсами. Электронные ресурсы содержат теоретические и практические модули с интерактивными упражнениями и тренажерами, мультимедийные объекты, ссылки на дополнительные материалы и ресурсы в Интернете. В них включен терминологический словарь и электронный журнал, в котором фиксируются основные параметры учебного процесса: время работы, результат выполнения контрольных и практических заданий. Электронные ресурсы легко встраиваются в учебный процесс и могут быть адаптированы к различным учебным программам.

91248



РАЗДЕЛ I

ВВЕДЕНИЕ В ЭКОНОМИКУ

Глава 1. СУЩНОСТЬ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

1.1. Что такое экономика?

Слово «экономика» прочно вошло в нашу жизнь. В средствах массовой информации ежедневно обсуждаются «экономическое положение», «экономические трудности» и т.п. Но действительно ли все в нашей жизни связано с экономикой? Да и значение самого слова «экономика» не всем понятно. Многие считают, что экономика относится только к бизнесу и рынку. Давайте же попробуем ответить на вопрос: «Что такое экономика?».

Термин «экономика» (от греч. *ойкос* — дом, домашнее хозяйство и *номос* — закон) предложил в VI в. до н.э. греческий поэт Гесиод. В буквальном переводе с древнегреческого слово «экономика» означает свод правил по управлению домашним хозяйством.

Современное понимание экономики шире. Домашнее хозяйство, хозяйство фирмы, города и даже целого государства — все это экономика. Экономика включает в себя также производство, строительство, транспорт, обслуживание населения, торговлю. А раз торговлю, значит, и деньги, так как товары приходится покупать.

Все, что нас окружает, можно разбить на две части: 1) то, что стихийно создано природой или изготовлено (произведено) человеком из природных материалов с определенными полезными целями — *материальные блага*; 2) то, что производится людьми без использования природных материалов — *нематериальные блага* (например, в сфере услуг, в торговле, а также информационное обеспечение, знания и т.п.). Чем более развито человеческое об-

щество, тем большей становится вторая часть. Конечно, представленное деление не совсем полно и достаточно условно, поскольку некоторые явления, имеющие ценность, не могут быть отнесены ни к той, ни к другой категории или же обладают признаками обеих.

Важно уяснить себе, что человечеству для своего существования и развития необходимо непрерывно повторять и возобновлять производственные процессы. Итак, можно сделать первый, самый общий вывод.

Вывод 1. Экономика связана с производством материальных и нематериальных благ.

Представим себе две ситуации.

Ситуация 1. Человек попал на необитаемый остров и вынужден вести натуральное хозяйство. Взяв лиану, ветку и ствол орешника, он соорудил лук и пошел с ним на охоту за козами. Долго ли, коротко ли, но ему удалось добыть одну, которую он и съел в течение недели.

Ситуация 2. Группа древних людей охотилась на оленей, используя деревянные копья с обожженными на костре наконечниками. Однако наступило время, когда олени откочевали в дальние края и племени грозил голод. Пришлось переселяться на побережье и охотиться на морского зверя. Но шкуру моржа не пробьешь деревянным копьем! Нужда обострила изобретательность охотников, и вот появились копья и гарпуны с наконечниками из кремня и кости. Некоторые охотники делали их лучше других. Постепенно они полностью перекалифицировались в изготовителей таких наконечников и вообще перестали охотиться, а только обменивали свой продукт (наконечники для копий и гарпунов) на часть мяса добытых животных.

В чем состоит принципиальное отличие второй ситуации от первой? И в том, и в другом случае — первобытное производство (охота, изготовление простейшего оружия и орудий труда). Но во втором случае представлена уже экономика, так как речь идет не только об отношениях людей к вещам — луку, гарпуну, копыю, добытому мясу, но и об их отношениях между собой в обществе. Причем не об отношениях вообще (семейных, религиозных, идеологических и др.), а конкретно об отношениях, связанных с производством. Итак, сделаем второй вывод.

Вывод 2. Экономика возникает из общественного производства.

Человеку недостаточно тех средств, тех жизненных благ, которые он может получить от природы. По мере развития цивилизации у человека возникают все новые и новые потребности, кото-

рые он пытается удовлетворить. Определим, что же такое потребности?

Любой человек, независимо от пола, возраста, общественного положения и профессии нуждается в пище и одежде, жилье и транспорте, образовании и охране здоровья.

В экономике к потребностям относится все то, что мы хотели бы иметь, то, в чем мы нуждаемся.

Потребности людей возрастают не только количественно, но и качественно — становятся разнообразнее, поэтому удовлетворить потребности непросто.

У разных людей потребности разные. И то, что необходимо одним, может быть совершенно не нужно другим. Более того, то, в чем мы нуждаемся сегодня, может оказаться ненужным завтра. Кроме того, наши потребности зависят и от наших предпочтений.

Все наши проблемы объясняются тем, что человек имеет очень много потребностей. Потребностей у него всегда больше, чем возможностей их удовлетворения. Любой, даже очень богатый, человек всегда хочет иметь больше, чем может получить. Широко известный учебник американских профессоров К. Макконнелла (C. R. McConnell) и С. Брю (S. L. Brue) «Экономикс» (Economics) начинается с ироничной фразы: «Человеческие существа — несчастные создания: они обременены потребностями».

Потребности людей непрерывно возрастают, их способна удовлетворить только экономика. Так что экономика есть главное условие и основной источник обеспечения жизни людей.

Итак, мы поняли, что наши потребности безграничны, однако ресурсы, которые необходимы для их удовлетворения, ограничены.

Эти ресурсы необходимо сберегать или постоянно делать выбор между ними. Человек не может иметь все, что ему захочется. Вы сталкиваетесь с этим каждый раз, заходя в магазин. Хотя есть множество вещей, которые хотелось бы купить, но вы знаете, что можете выбрать одну или две. Каждый человек в своей жизни должен постоянно делать выбор. Причем, выбирая одно, приходится отказываться от чего-то другого. Решив, например, изучать экономику, вы лишаете себя возможности потратить свое время и силы как-то иначе.

Проблемой выбора как раз и занимается экономика. Таким образом, одно из определений экономики следующее.

Экономика — это общественная наука, которая на основе анализа ограниченных материальных и человеческих ресурсов решает проблему выбора обществом оптимальных способов удовлетворения потребностей.

1.2. Микроэкономика и макроэкономика

До сих пор мы говорили об экономике в общем смысле, т.е. как о хозяйстве в целом. Это очень широкое понятие. Конкретный учебный предмет «Экономика» включает изучение экономических закономерностей и отношений между людьми в процессе производственной деятельности. Это наука о производстве и потреблении, о рынке и труде, о доходах и расходах, о деньгах и ценах, о финансах, банках и о многом другом, что обусловлено экономическими отношениями. Поэтому предмет «Экономика» тесно связан с другими общественными науками (политэкономия, история, философия и др.) и учебными дисциплинами. Экономическая теория включает в себя две основные части: микро- и макроэкономику.

Макроэкономика — это наука о хозяйстве в целом. Основные вопросы, которые исследует макроэкономика, — проблемы экономического роста, общего уровня цен и инфляции, безработицы. Здесь главным экономическим агентом является государство.

Микроэкономика — это наука о потребителях и фирмах. Она решает проблемы спроса и предложения, формирования цен, издержек производства и получения прибыли на уровне одной фирмы. Например, безработица как общенациональная проблема, связанная со спадом производства в стране, — это предмет макроэкономики. Безработица, возникающая на отдельном отраслевом рынке или отдельной фирме в результате тех или иных событий, — микроэкономическая проблема. Другими словами, макроэкономике интересуют лес в целом, а микроэкономике — каждое дерево в отдельности.

Здесь важны три обстоятельства.

1. Приставка «микро» (малый) в слове «микроэкономика» не должна вводить в заблуждение. Дело совсем не в размерах. Микроэкономика занимается функционированием и взаимодействием хозяйственных единиц как первичных звеньев экономической системы. В качестве таких единиц выступают не только отдельные потребители, но и гигантские фирмы. Таким образом, в принципе объект микроэкономического исследования может быть крупнее объекта макроэкономики. Например, годовой оборот фирмы *General Motors* превосходит ВВП многих государств.

2. Никак нельзя сказать, что микроэкономика занимается менее важными проблемами по сравнению с макроэкономикой. Подобно тому, как все большое складывается из малого, функционирование всей экономики и ее больших частей прямо определяется деятельностью каждого из экономических субъектов и не может быть вер-

но понято в отрыве от них. Так, триллионы рублей валового внутреннего продукта имеют смысл лишь в той мере, в какой за ними стоит великое множество конкретных товаров и услуг, а государственная политика по стимулированию экономического роста, по борьбе с инфляцией и по сокращению безработицы успешна лишь в том случае, если она опирается на интересы отдельных производителей и потребителей. Не случайно современные западные учебники по макроэкономике содержат разделы, посвященные микроэкономическим основам макроэкономических взаимосвязей.

3. Часто невозможно провести четкую грань, разделяющую микро- и макроэкономiku. Оба эти раздела экономической теории тесно переплетаются, дополняют друг друга и незаметно переходят один в другой.

1.3. Экономические ресурсы

Чтобы удовлетворять наши потребности, надо создавать необходимые вещи, а для этого нужно иметь то, из чего и с помощью чего мы будем их производить. Кроме того, требуются люди, которые будут их производить. Все, что нужно для создания необходимых человеку вещей, в экономике называют *экономическими*, или *производственными, ресурсами*.

Те ресурсы, которые необходимы для осуществления процесса производства (т.е. участвующие в производстве товаров и услуг), называются *факторами производства*.

На рис. 1.1 представлена схема, отражающая основные факторы производства: труд, землю, капитал, предпринимательство.

Труд — это совокупность знаний, умений и навыков, физических и интеллектуальных способностей людей (т.е. человеческие ресурсы), которые затрачиваются в процессе производства. Таким

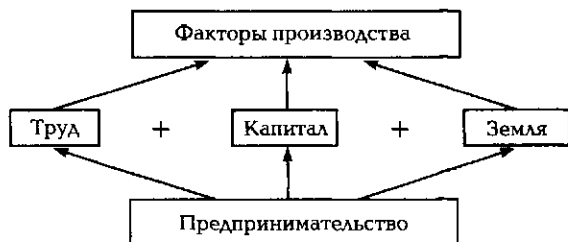


Рис. 1.1. Факторы производства



Рис. 1.2. Факторы производства

образом, данный фактор включает в себя людей (рабочую силу), участвующих или способных участвовать в экономической деятельности.

Капитал (или инвестиционные ресурсы) — это средства производства, изготовленные человеком, которые предназначены для производства товаров и услуг. К капиталу относятся: здания, сооружения, машины, оборудование, инструменты, а также полуфабрикаты и материалы, прошедшие первичную обработку. В данном случае производство и последующее накопление средств производства объединены понятием *инвестирование*. Таким образом, капитал как вид ресурсов создается руками людей, для того чтобы в дальнейшем использовать его при производстве нужных человеку предметов.

Земля (*природные ресурсы*) — это все естественные ресурсы, блага природы, используемые человеком в процессе производства. К ним относятся: сельскохозяйственные угодья, леса, вода, воздух, участки под новое строительство и др. Природные ресурсы люди получают из природы в виде сырья и материалов растительного и животного происхождения.

Предпринимательство — это особый фактор производства, соединяющий в себе три основных фактора (труд, капитал и зем-

лю) в единый процесс. В результате подобного объединения создается *экономический продукт*, представляющий результат производственной деятельности. Предпринимательство — это умение бизнесмена рационально использовать труд, капитал и землю, прогнозировать ситуацию, принимать наилучшие решения, расчетливо рисковать. В случае успеха он получает прибыль, в противном случае — несет убытки.

Факторы производства всегда кому-то принадлежат. И собственник этих факторов желает получить доход от их использования в процессе производства. Например, собственник труда рассчитывает на доход в виде зарплаты, собственник капитала — на доход в виде процентов на вложенный капитал, собственник природных ресурсов — на ренту, а собственник-предприниматель — на прибыль (рис. 1.2). Иначе зачем им нужна собственность?

1.4. Проблема распределения редких ресурсов — основная проблема экономики

Главная задача экономики — выбор наиболее эффективного способа распределения факторов производства и решение проблемы ограниченных возможностей, которая возникает вследствие беспредельности желаний членов общества и из-за нехватки ресурсов.

Автор популярного учебника по экономике П. Самуэльсон отмечает, что любое общество, будь то полностью коллективное коммунистическое общество, развитое капиталистическое общество, первобытные племена южных островов, тайная община, сталкивается с этими тремя основными и взаимосвязанными проблемами.

Чтобы решить проблему распределения редких ресурсов, необходимо ответить на три следующих вопроса: «Что производить? Как производить? Для кого производить?».

Что производить? В первую очередь, учитывается наличие необходимых факторов производства. Далее следует вопрос: «Какие товары и услуги должны быть произведены и в каком количестве?» Иными словами, целесообразно ли выпускать больше продуктов питания и меньше одежды, или же наоборот, и т. п.

Как производить? В данном случае принимаются во внимание технические возможности предприятий и доступность тех или иных технологических процессов. Как производить необходимые продукты? Кем, с помощью каких технологий, с использованием каких ресурсов? Что лучше: электричество, полученное путем

сжигания газа, мазута и угля, или же использование гидростанций и ядерных реакторов? Ремесленное или массовое индустриальное производство? Где разместить заказы: в крупных частных корпорациях или на государственных предприятиях?

Для кого производить? Здесь преимущественно необходимо учитывать запросы рынка. Для кого предназначен продукт? Как национальный продукт будет разделен между отдельными людьми, семьями и общественными слоями? Чему будет отдан приоритет: дешевым стандартным товарам массового потребления или же более качественным, но и более дорогим изделиям?

Эти вопросы решаются в различных обществах неоднозначно, однако можно отметить три основных варианта их решения.

В а р и а н т 1. Представим себе следующую ситуацию. Все охотники первобытного племени изготавливали каменные топоры, привязывая ремнями камень к топоричу. Но вот один из них нашел способ просверливать камень. Ясно, что, пропуская ремень через отверстие, можно было примотать топор к топоричу гораздо крепче. Казалось бы, выгода — налицо. Но не тут-то было: все охотники осмеяли изобретателя, говоря, что такого еще не было и поэтому не должно быть. Ведь ни деда, ни прадеды их никогда так не делали. И прогрессивное изобретение было скоро забыто.

Другой пример. Если в результате многолетних опытов было установлено, что, для того чтобы пережить зиму, крестьянину надо заготовить пять мешков ржаной муки, кадку солонины и бочонок квашеной капусты, то он так и станет делать из года в год. И будет очень трудно убедить крестьянина заменить солонину, скажем, соленой рыбой, даже если та обойдется в таком-то году дешевле, а капусту, например, клюквой или брусникой, особенно уродившихся нынешним летом. Таким образом, в обществах с примитивной экономикой, неразвитым общественным характером производства, преобладанием замкнутого натурального хозяйства проблемы «что, как, для кого производить» разрешаются, как правило, на основе традиций, обусловленных теми или иными историческими и климатическими особенностями.

В а р и а н т 2. Как движется радиоуправляемая модель самолета? Оператор дает ей команду, по которой она взлетает, набирает скорость, снижается и приземляется. Хорошо ли оператор управляет? Все зависит от его опыта, умения и той техники, которой он располагает. А если ему надо одновременно управлять движением двух, трех, четырех, десяти, наконец, нескольких миллионов моделей (ведь в развитых странах выпускаются миллионы наименований товаров)? Каков тогда должен быть размер мозга (управ-

ленческого аппарата), чтобы он был способен собрать и проанализировать всю информацию, необходимую для безаварийного управления моделями самолетов?

Подобные вопросы встают перед обществом, которое решает проблемы «что, как, для кого производить» по команде, по приказу. В условиях командной экономики государство в лице своих административных органов принимало решения по производству и распределению любой продукции. Это мир, основанный на директивном планировании, государственных фондах и ресурсах, закреплении предприятий-поставщиков за предприятиями-потребителями. Зачастую на складах хранилось огромное количество невостребованной потребителем, но произведенной по плану продукции. В результате — дефицит, «голодный рынок», на котором производители существовали сами по себе, ориентируясь на план, а потребители решали свои задачи, кто как умел. Принимаемые меры (призывы экономить затраты, повышать качество продукции, воспитывать чувство хозяина) улучшения не приносили. На повестку дня встал вопрос о коренном реформировании экономики. Какова же может быть альтернатива?

В а р и а н т 3. Рассмотрим еще одну ситуацию — движение людей в метро в час пик. Это наглядная модель того типа экономики, при котором основные экономические проблемы решает рынок. Каждый из участников движения независим в своих действиях, он имеет собственную цель — добраться до определенной точки с наименьшими потерями времени. Почему же эти цели, за редкими исключениями, не приводят к взаимным столкновениям? Каждому человеку нет надобности согласовывать свои действия с соседями в метро. Ведь он знает, что каждый волен в своих поступках: может перестроиться, выйти из вагона, а может и войти, зайти на эскалатор, ведущий вверх или вниз, перейти на другую станцию и т.п. Однако все действуют в рамках известных и строго установленных правил, являющихся некими законами для всех участников движения.

По тому, как решаются основные вопросы экономики в конкретном обществе, можно определить тип экономической системы.

1.5. Типы экономических систем

Известны следующие типы экономических систем:

- *традиционная* — использование ресурсов для производства необходимых обществу благ заключается в постоянном возобнов-

лении традиционно установившихся способов их производства и распределения среди членов общества;

- *командная* — основана на передаче приказов и команд сверху вниз, из планирующего центра на места;
- *рыночная* — система, при которой множество людей принимают индивидуальные решения в соответствии со своими собственными интересами и потребностями, но подчиняясь общим экономическим законам. Цены на различные блага в конечном итоге определяет рынок. При этом в качестве регуляторов экономической деятельности выступают рыночные цены, а важнейшим экономическим стимулом является прибыль;
- *смешанная* — соединение всех предыдущих систем. В реальной жизни невозможно найти государство с однозначно выраженным типом экономической системы, представляющей собой в чистом виде традиционную, командную или рыночную экономику. Обычно наблюдается некое преобладание того или иного типа при явно выраженном присутствии и других типов.

Например, в рамках командной системы СССР имели место отчетливые элементы и рыночной («черный рынок»), и традиционной (республики Средней Азии) экономики. В Китае, считающем себя страной с экономикой командного типа, имеется множество элементов и традиционной, и рыночной экономики. Сходным образом в развитых капиталистических государствах (таких, например, как Япония и США) вы обязательно найдете элементы командной и даже традиционной экономики. В Японии, имеющей столь развитую рыночную систему, традиции и обычаи, играющие колоссальную роль, во многом определили «японское чудо».

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Что такое экономика? Где мы встречаемся с экономикой?
2. Какие потребности удовлетворяются с помощью экономики?
3. Какова основная проблема выбора в экономике?
4. Как следует понимать утверждение: «Ресурсы в экономике ограничены»?
5. Перечислите основные экономические ресурсы.
6. Каковы основные вопросы экономики?
7. Охарактеризуйте типы экономических систем.
8. Существуют ли государства с ярко выраженным одним типом экономической системы? Ответ поясните.

Глава 2. ЭКОНОМИКА И РЫНОК

2.1. Что такое рынок?

Если бы не было товаров, то нам нечего было бы потреблять. Поскольку потреблять необходимо, по крайней мере для того, чтобы поддерживать свою жизнь, то без товаров пришлось бы переходить на «подножный корм». Поэтому никто не сомневается в том, что различные товары потребления следует производить. Для этого, однако, необходимо наладить их производство. Произведенные товары покупают, продают, обменивают, откладывают на «черный день». Из истории известно, что без торговли, рынка и обмена люди не обходились даже в древней экономике, а современная экономика без этих экономических отношений просто не может существовать.

В современной специальной литературе приводятся различные определения рынка, причем это понятие по-разному трактуется экономистами и юристами. И в обыденной жизни у каждого из нас существуют свои понятия о рынке.

Таким образом, термин «рынок» может пониматься неоднозначно. Причем не только потому, что у людей существуют различные представления о рынке, но и в связи с тем, что данный термин отражает в совокупности по крайней мере три понятия.

1. Рынок — это место, где происходит купля-продажа товаров или их обмен.

Отметим, что в подобном смысле рынком правомерно называть не только сельскохозяйственные рынки, «толкучки», так называемые блошинные рынки, торговые ряды, базары, ярмарки, но и торговые палатки, магазины, торговые дома, универсамы.

2. Рынок — это процесс торговли товарами и услугами.

Иными словами, рынок — это отношения, складывающиеся между продавцами и покупателями товаров, т.е. ознакомление с продаваемым товаром, торг по поводу обоснованности цены и, наконец, купля-продажа товара.

3. Рынком в наше время стали сокращенно называть рыночную экономику, т.е. экономику, действующую на рыночных началах. Именно в подобном смысле иногда говорят: «Россия входит в ры-

нок». Это означает, что в российской экономике обретают силу товарно-денежные, рыночные отношения.

Таким образом, в широком смысле слова, **рынок — это система экономических отношений, складывающихся в процессе производства, обращения и распределения товаров, а также движения денежных средств, рабочей силы и других факторов производства.**

Наконец, рынок — это целая наука, включающая среди прочего маркетинг (маркетинговые исследования). Так, кажется несомненным, что без научного подхода невозможны правильная организация и управление деятельностью по обеспечению максимального сбыта продукции любой фирмы.

2.2. Становление рынка

Рынок существует многие тысячелетия, поэтому неудивительно, что рыночную экономику пытались ввести в научные рамки многие философы и ученые (Сократ, Вольтер, Ф. Бэкон, А. Смит, Д. Рикардо, К. Маркс, а из современных — П. Самуэльсон, К. Р. Макконнелл, С. Л. Брю и др.). Простой народ не отставал в этом вопросе. Нам известно множество народных пословиц, отражающих различные аспекты рыночных отношений: «На базар поехать — с собой цены не возить», «Думай о себе самом и думай о рынке», «Все продается на рынке, кроме чести» и многие другие.

Вот что пишет французский историк XX в. Ф. Бродель в своей монографии «Игры обмена»: «Охватить одним и тем же объяснением псевдорынки Древней Вавилонии, потоки обмена у первобытных жителей сегодняшних островов Тробриан и рынки средневековой и доиндустриальной Европы — да возможно ли это?».

Конечно, невозможно. Но в то же время кажется несомненным, что между «немым», стихийным обменом первобытнообщинных племен и современным бартером, между древними купцами и сегодняшними «челноками» существует нечто общее.

Следующий классический пример основателя теории маркетинга Ф. Котлера дает возможность лучше понять сущность и становление рынка. Вообразим себе примитивное экономическое сообщество, состоящее из четырех человек: рыбака, охотника, гончара и крестьянина. На рис. 2.1 представлены три разных способа удовлетворения своих потребностей этими людьми.

Первый способ — *самообеспечение*, когда каждый может самостоятельно добыть для себя все необходимое. Рыбак, большую

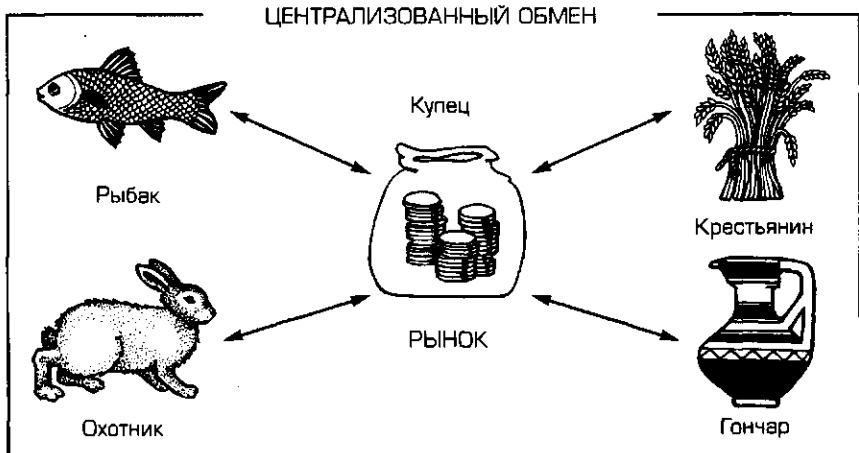
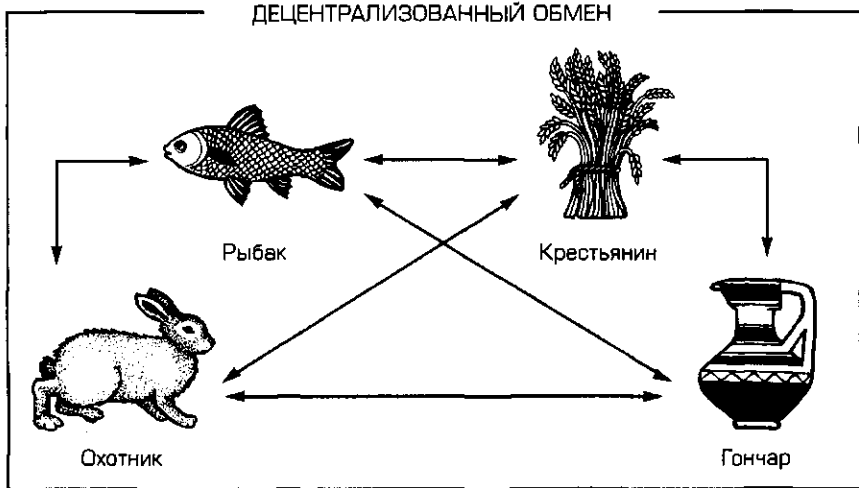


Рис. 2.1. Становление рынка

часть времени лова рыбу, в оставшееся время охотится, занимается сельским хозяйством и изготавливает глиняную кухонную утварь, чтобы обеспечить себя всем необходимым. Однако эффективность его занятий рыбной ловлей при этом снижается. Невысока эффективность занятий своими основными делами и у других.

Второй способ — *децентрализованный обмен*. Каждый член сообщества рассматривает трех других в качестве своих потенциальных покупателей, составляющих его рынок. Рыбак может посещать охотника, гончара и крестьянина (каждого в отдельности), чтобы обменять свою рыбу на их товары.

Третий способ — *централизованный обмен* (или собственно рынок). В данном случае появляется новое лицо — купец, занимающий положение как бы между всеми ними, в месте под условным названием «рыночное». Каждый из четверых (рыбак, охотник, гончар, крестьянин) везет свои конкретные товары на «рыночное место» и там обменивает их у купца на все, что ему необходимо. Таким образом, при приобретении товаров, предлагаемых другими, рыбак имеет дело только с купцом (или, иными словами, только с рынком), а не с тремя отдельными лицами. Появление купца значительно снижает общее число сделок, необходимых для осуществления обмена в каких-то заданных объемах. И это выгодно как купцу, так и всем четырем «производителям» товаров. Купец и рынок повышают торгово-операционную эффективность экономики. В результате децентрализованный обмен с неизбежностью перерастает в централизованный.

Отсюда можно сделать следующие выводы: *рынок формирует-ся в ходе становления товарного хозяйства и является его непременным и важнейшим элементом; условием возникновения рынка служит общественное разделение труда и обособление товаро-производителей.*

В развитом обществе рынок — это вовсе не обязательно какая-то территория (рыночная площадь, базар), где встречаются и осуществляют сделки покупатели и продавцы. При наличии современных средств связи и транспорта предприниматель, например, может вечером рекламировать свой товар по телевидению, собрать заказы по телефону и на следующий день разослать товары почтой, не вступая непосредственно в контакт с покупателями.

Современные рынки принимают различные формы. Ближайшая бензоколонка, парикмахерская или супермаркет — это обычные рынки. Нью-Йоркская фондовая биржа и Чикагская зерновая биржа — это уже высокоразвитые рынки, на которых покупатели и продавцы соответственно акций, облигаций и сельскохозяй-

41945

ственной продукции со всего мира устанавливают контакты друг с другом. Аналогичным образом и организаторы аукционов знакомят друг с другом покупателей и продавцов предметов искусства, подержанного оборудования, недвижимости, скота и т. п.

2.3. Основные характеристики рынка

Многие тысячи лет развития человеческой цивилизации показали, что независимо от исторического момента и конкретного общества в самом общем виде можно выделить три типа рынка.

1. «Дикий рынок», т. е. рынок, на котором отсутствуют какие-либо общие правила, законы. Нет и контроля со стороны государства. В конечном итоге на «диком рынке» господствует «право сильного». Одним из видов «дикого рынка» является «черный рынок».

2. Цивилизованный рынок, который подразумевает выполнение специальных правил и исполнение соответствующих законов, установленных государством, и им же контролируемое.

3. Социально ориентированный рынок, возникающий там, где государство берет на себя ответственность за выполнение социальных функций по защите интересов отдельных групп граждан.

Для нормального функционирования рынка требуются следующие условия:

- наличие у производителя информации о необходимости его товара для потребителя;
- информированность потребителя о товарах на рынке;
- возможность свободного выбора партнера при заключении сделок о поставках производственных ресурсов и при реализации готового товара;
- реализация товара по договорной цене;
- отсутствие монополии в производстве товаров;
- наличие конкуренции;
- четко налаженная система кредитных и финансовых отношений;
- наличие твердой авторитетной валюты.

Каждая развитая страна стремится к свободному рынку.

Каковы же основные признаки идеальной модели свободного рынка в условиях совершенной конкуренции?

1. *Неограниченное число участников конкурентных отношений.*

В идеальном случае рынок включает столь большое количество покупателей и продавцов, что оно может считаться бесконечным.

2. *Абсолютно свободный доступ на рынок и такой же выход из него.* Это означает, что каждый человек имеет право заняться предпринимательством: открыть свое дело, купить акции, положить деньги в банк под процент и т.д. И каждый человек имеет право прекратить предпринимательскую деятельность: закрыть дело, продать акции, аннулировать счет в банке и т.п. И, конечно, каждый человек может быть просто покупателем.

3. *Мобильность материальных, трудовых, финансовых и прочих ресурсов.* Деньги, например, вкладываются в производство или в акции не просто так, а ради получения дохода. Повышения же дохода можно ожидать только при увеличении объема предпринимательской деятельности и/или продаж, когда привлекаются дополнительные материальные, финансовые и трудовые ресурсы, внедряются новые передовые технологии, вкладываются финансовые средства в рекламу. Таким образом, увеличение прибыли неминуемо связано с мобильностью всех имеющихся ресурсов. Денежные средства, лежащие «под матрасом», в условиях нормального рынка прибыли не принесут.

4. *Наличие у каждого участника конкурентных отношений полного объема рыночной информации* (о ценах, предложении и спросе, норме прибыли и т.п.). Без информации участник не сможет сделать правильный, наилучший для себя выбор между, например, вложением денег в производство или в покупку акций.

5. *Абсолютная однородность одноименных продуктов.* Принято, что все товары изготовлены по одинаковым стандартам и имеют абсолютно идентичное качество. Отсутствуют какие-либо торговые марки рекламного характера и другие индивидуальные характеристики качества товара.

6. *Ни один участник свободной конкуренции не в состоянии оказывать влияния на решения, принимаемые другими участниками, а также диктовать цены на рынке.* В первом случае, так как число участников очень велико (согласно первому признаку), вклад конкретного производителя-продавца в общий объем производства и предложения незначителен. В связи с этим цена, которую данное лицо собирается запросить за свой товар, почти не отразится на рыночной цене. Во втором случае всякие монополистические объединения, диктующие цены, отсутствуют. Нет и «права силы». Таким образом, реальные уровни цен мало зависят от желаний отдельных субъектов экономики и устанавливаются механизмом рынка (спрос — предложение).

7. *Отсутствие или незначительность издержек либо выгод от внешних факторов.* В системе идеального свободного рынка, как

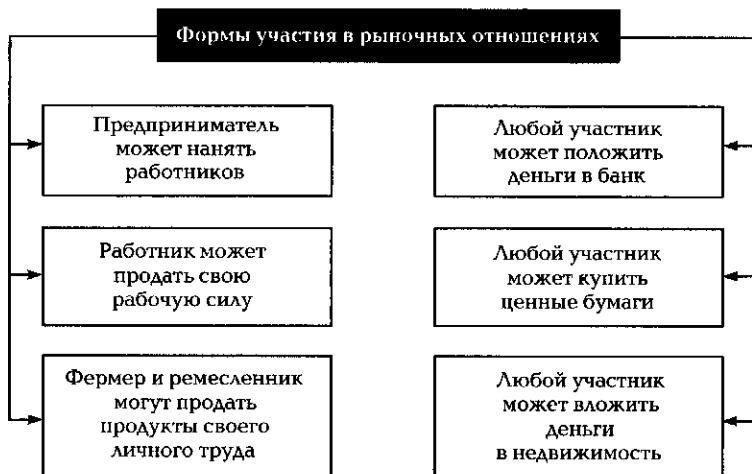


Рис. 2.2. Формы участия в рыночных отношениях

уже отмечалось, отсутствуют любые типы монополий, протекционизма, исключены инфляция, перепроизводство, безработица, дефицит рабочей силы. Не учитываются ни климатические, ни географические, ни, наконец, политические факторы.

Формы участия субъектов в рыночных отношениях представлены на рис. 2.2.

Функции рынка заключаются в поддержании нормальной деятельности организаций, предприятий, отраслей промышленности, народного хозяйства в целом, а также в обеспечении их прогрессивного развития.

Функции рынка реализуются:

- через механизм конкуренции, ведущей к изменению спроса и предложения;
- изменение пропорций общественного производства, обусловленное текущей ситуацией на рынке (конкуренцией, ценами и т.п.);
- взаимосвязь между производством и потреблением;
- объективную оценку деятельности предприятий, которой является прибыль;
- информацию об имеющихся для субъектов рынка возможностях, которую обеспечивают банки, биржи и т.д.

Как у всякого явления, у рынка есть свои преимущества и недостатки.

Преимущества рынка.

1. *Эффективное распределение ресурсов.* Рынок направляет ресурсы на производство необходимых обществу товаров.

2. *Принципиальная возможность (хотя и имеющая место далеко не во всех случаях) успешного функционирования на рынке при наличии весьма ограниченной информации.* Порой достаточно иметь сведения только о цене и издержках производства. Представим себе следующую ситуацию. Некто решил изготавливать металлические двери, но не поинтересовался, сколько имеется аналогичных фирм в его городе, какому количеству потребителей необходим его товар и т.п. Производителю оказалось достаточным узнать только цены на сырье, производство и установление дверей. В результате, несмотря на неучтенную конкуренцию с другими производителями и отсутствие изучения спроса, он успешно реализовал свою продукцию и получил прибыль.

3. *Гибкость и адаптация к изменяющимся условиям.* Например, повышение цен на энергоносители и на бензин привело к расширению круга пользователей автомобилями, работающими на сжиженном газе. Другой пример. Когда в 90-е гг. XX в. товарооборот между Россией и Кубой сократился, кубинские таксисты в связи с недостатком машин стали сваривать из двух старых автомобилей «Жигули» одну длинную машину, похожую на сказочного зверя Тяни-Толкая. Практически при том же потреблении бензина эта машина вмещала в полтора раза больше пассажиров.

4. *Оптимальное использование результатов НТР.* Стремясь получить максимально высокую прибыль, предприниматели вводят передовые технологии, разрабатывают новые, еще неизвестные потребителям товары. При этом, конечно, они идут на некоторый риск.

5. *Свобода выбора* как основной фактор, определяющий действия потребителей и предпринимателей. И те, и другие независимы в принятии решений, в заключении различных сделок, в найме и продаже рабочей силы и т.п.

6. *Удовлетворение разнообразных потребностей, повышение качества товаров и услуг, быстрая корректировка неравновесия в спросе и предложении.*

Недостатки рынка.

1. *Не способствует сохранению невозполнимых природных ресурсов* (флоры, фауны, полезных ископаемых, почвы, атмосферы и т.д.).

2. *Не может правильно регулировать использование природных и материальных благ, принадлежащих всему человечеству.*

3. *Отсутствуют экономические механизмы защиты окружающей среды.* Заставить предпринимателей вкладывать средства в создание экологически чистых производств могут только законодательные акты.

4. *Игнорирование потенциально негативных последствий принимаемых решений.* Например, при строительстве опасных химических производств рядом с жилыми районами.

5. В реальных условиях рынка *отсутствуют непосредственные стимулы для производства товаров и услуг коллективного пользования, необходимых для нормальной жизни любого общества* (общественный транспорт, образование, здравоохранение и т.д.).

6. *Нет гарантированного права на труд и соответственно на доход, не обеспечивается справедливое перераспределение дохода.* Людям, чтобы изменить свое материальное положение, приходится принимать решения самим.

7. *Не обеспечивает финансирования фундаментальных научных исследований,* результаты которых направлены в будущее.

8. Зачастую рынок *ориентирован не на производство социально необходимых товаров* (например, дешевых лекарств), а на удовлетворение запросов тех, кто имеет деньги.

9. *Подвержен нестабильному развитию с присущими ему инфляционными процессами.*

10. *Не гарантирует стабильного уровня цен.*

Решение задач по смягчению и устранению негативных сторон рынка берет на себя государство.

2.4. Субъекты рыночных отношений и экономический кругооборот между ними

В экономической теории выделяют три основных субъекта рыночных отношений: домохозяйство, фирма и государство.

Домохозяйство — это самостоятельная экономическая единица, являющаяся собственником экономических ресурсов: труда, земли, капитала и предпринимательских способностей семьи.

Обычно домохозяйства включают в сектор потребителей. Их функция, помимо воспроизводства людских ресурсов, обусловлена производством, реализацией и сохранением так называемого человеческого капитала (т.е. совокупности знаний, трудовых усилий и практических навыков членов семьи). Принимая решение, домохозяйство стремится получить максимальное удовлетворение

вышеуказанных «домашних» потребностей. При этом экономистов не интересуют принципы выработки подобных решений.

С помощью продажи принадлежащих им факторов производства фирмам и государству через рынки ресурсов домохозяйства получают необходимые доходы, большую часть которых, как правило, тратят на потребление, а оставшуюся — на сбережение. В результате домохозяйства выступают не только основным покупателем товаров и услуг, предоставляемых фирмами и государством, но и их кредитором. В итоге факторы производства, перетекая от домашних хозяйств к предпринимательским фирмам и государству, идут на производство товаров и услуг, которые в свою очередь поступают членам тех же домохозяйств для потребления.

Фирма — это экономическая единица, нанимающая факторы производства (рабочую силу) для изготовления продукции, которую она затем продает домохозяйствам, другим фирмам или государству. Фирмы включают в сектор производителей.

Выделяют следующие основные свойства фирм:

1) каждая фирма принимает единое решение, как если бы она состояла из одного человека. Это позволяет рассматривать фирму как первичную, единую компоненту производственного процесса (в то время как домохозяйство обычно рассматривается как аналогичная единица процесса потребления);

2) фирмы являются полновластными владельцами факторов производства. На рынке ресурсов роль фирм аналогична той роли, которую играют домохозяйства на рынке товаров и услуг;

3) большинство своих решений фирмы принимают, преследуя единственную цель — получение максимальной прибыли.

Фирмы выступают как основной производитель товаров и услуг и как покупатель экономических ресурсов. Закупленные у домохозяйств и государства факторы производства они превращают в готовую продукцию — товары и услуги, которые затем продают тем же домохозяйствам и государству на рынках товаров. Это — одно из направлений так называемого кругооборота между фирмами и домохозяйствами и фирмами и государством.

В противоположном направлении идут денежные потоки. Покупая факторы производства у домохозяйств, фирмы платят деньги, которые являются доходами домохозяйств в форме заработной платы, процента, ренты и прибыли. В свою очередь, на эти деньги домохозяйства, как уже отмечалось выше, покупают у фирм необходимые им товары и услуги. Что касается денежного потока от государства, то основным источником его доходов являются налоги, собираемые с домохозяйств и фирм. Часть этих налогов воз-

вращается обратно к тем же субъектам рыночных отношений в виде разнообразных пособий, субсидий, кредитов и государственных услуг (оборона, правопорядок, образование, здравоохранение, наука и т.д.). Таким образом, замыкаются экономические кругообороты между фирмами, домохозяйствами и государством.

Государство — это совокупность правительственных учреждений и организаций, которые обладают политическим и юридическим правом воздействовать на ход экономических процессов, регулировать экономику.

В экономическом аспекте основная задача государства — ликвидация «провалов» рынка. Оно является производителем общественных благ, покупателем товаров и услуг для обеспечения функционирования государственного сектора, перераспределителем национального дохода (через систему налогов и трансфертов), а также, в зависимости от состояния государственного бюджета, кредитором или заемщиком на финансовом рынке. Помимо этого государство регулирует и организует функционирование рыночной экономики (законодательная база, система безопасности, система страхования, налоговая система и т.д.), обеспечивает и контролирует предложение денег в стране, проводит макроэкономическую (стабилизационную) политику, основными видами которой являются фискальная (или бюджетно-налоговая), монетарная (или денежно-кредитная) и внешнеторговая политика, т.е. осуществляет регулирование экономики в целях обеспечения стабильного экономического роста, уровня полной занятости ресурсов и стабильного уровня цен.

В то же время следует иметь в виду, что в отличие от фирм и домохозяйств государство порой не функционирует как единый орган. Это весьма наглядно просматривается в существующих противоречиях между законодательной и исполнительной ветвями власти.

Все три субъекта рыночных отношений — домохозяйства, фирмы и государство — находятся между собой в тесной экономической взаимосвязи.

2.5. Классификация рынков

Категория «рынок» включает в себя различные виды конкретных рынков, отличающихся друг от друга самыми разнообразными признаками: величиной, объемами продаж, видами продаваемых товаров, характером управления деятельностью рынков и на-

личием конкуренции. Имеются различные признаки, по которым рынок как целое классифицируют по категориям.

В первую категорию, характеризующуюся признаками, связанными с экономическим назначением объектов, входят:

- *рынок услуг* (коммунальных, транспортных, образовательных, лечебных, консультативных и т. д.);
- *рынок средств производства* (купля-продажа факторов производства) подразделяется на рынки труда, капитала и земли. Труд квалифицируется как услуги всех работающих — от неквалифицированных до управляющих и руководителей. Таким образом, рынок труда, рабочей силы, рабочих мест — это купля-продажа трудовых возможностей людей и имеющихся в наличии рабочих мест. Капитал представляет собой средства производства: здания, сооружения, оборудование и т. д. Под землей понимается не только непосредственно сама земля, используемая фермерами и предпринимателями, но и добываемое из ее недр сырье, материалы растительного и животного происхождения. Для приобретения перечисленных факторов производства требуются также денежные средства;
- *финансовый (или денежный) рынок* — это рынок, на котором физические и юридические лица (отдельные субъекты, учреждения и государство) занимают и предоставляют деньги в заем. Обычно финансовый рынок предполагает функционирование фондовых и/или валютных бирж;
- *рынок инвестиций* — это форма рынка, на котором можно приобрести в кредит денежные средства на какие-либо конкретные цели, в том числе на капитальные вложения в производство. Главные субъекты, предоставляющие необходимые средства на этом рынке, — банки;
- *рынок ценных бумаг (фондовый рынок)* связан с операциями по купле-продаже ценных бумаг (акций, облигаций и т. д.).

Вопрос о рынках, включенных во вторую отраслевую категорию, вследствие своей ясности не нуждается в подробном изложении. В качестве одного из примеров можно назвать рынок машин и оборудования, который в свою очередь подразделяется на рынки общего, электротехнического, приборостроительного и машиностроительного направления и т. п.

Третья категория объединяет группы рынков, отличающиеся объемами реализуемых товаров: оптовые (продажа от самого производителя и с крупных оптовых баз), мелкооптовые (мелкооптовые базы, ярмарки, вещевые рынки и т. д.) и розничные (например, муниципальные продовольственные рынки и ярмарки, магазины).

На *оптовых* и *мелкооптовых* рынках товары продаются как крупными, так и сравнительно небольшими партиями. Чаще всего их закупают торговцы и коммерсанты не для собственного потребления, а для последующей продажи в розницу потребителям товара. Оптовые закупки материалов производят и предприятия.

На *рынках розничной продажи* товары продаются в незначительном количестве или поштучно. Конечно, если вы пожелаете, то никто не помешает вам купить большую партию товара в магазине розничной торговли, но это будет невыгодно, поскольку розничные цены всегда несколько выше оптовых.

Важное место в классификации и — шире — в окружающей нас обыденной жизни занимает четвертая категория рынков, основным признаком которой является степень ограничения конкуренции.

Монополистический рынок (единственный продавец). Ясно, что это один из самых неблагоприятных для покупателя видов рынка. Производитель способен диктовать цену, качество, количество и спектр товара. Для монополистического рынка характерны завышение цен и довольно частый дефицит товаров. Поэтому в развитых странах в течение последних столетий с неизбежностью были приняты антимонопольные законы.

Олигополия. Несколько (относительно малое число) крупных фирм или объединений контролируют рынок определенного товара или услуг. Немногочисленность фирм, связанная с «барьерами к проникновению», объясняется применением дорогостоящих и высокотехнологичных производств, экономией издержек и, как правило, стандартизацией продукции. В качестве примера можно привести производство процессоров (но не других комплектующих!) для IBM-совместимых компьютеров. Их изготавливают только две фирмы: Intel и AMD. Олигополия характерна также для столь крупных отраслей, как самолетостроение и оборонная промышленность.

Свободный рынок. В реальных условиях не существует (признаки идеальной модели такого рынка рассмотрены нами выше — см. подразд. 2.3), однако к нему стремится рынок каждой страны.

Смешанный рынок (его еще называют несовершенным). Для него характерен симбиоз свободной конкуренции с небольшой добавкой монопольного давления. Число предприятий превышает количество фирм при олигополистическом (и тем более при монополистическом) рынке, однако не достигает значений, характерных для модели истинно свободного рынка. Поэтому смешанный рынок именуется также рынком монополистической конкуренции.

В данном случае имеется дифференциация по качеству товаров и оказываемых услуг, по условиям их продажи и предоставления (скорость обслуживания, сервис и т.п.), по размещению продукта и степени его доступности для покупателя (в ближайшем магазине, в центре города, на периферии), по времени распродажи (круглосуточно, с обеденным перерывом, с сезонной распродажей и т.п.). Перечисленные факторы неизбежно отражаются на различиях в ценах. Как можно видеть, смешанный рынок наиболее характерен для множества стран на современном этапе.

И, наконец, пятая категория объединяет группы рынков согласно их географическому положению.

Региональный рынок. Включает сферу осуществления внутри- и межрегиональных торговых операций. Для каждого товара региональный рынок подразделяется на три группы: самообеспеченный (местное производство полностью удовлетворяет местный спрос), частично обеспеченный собственными ресурсами и полностью зависимый от ввоза товаров.

Внутренний рынок. Этот вид рынка представляет собой сферу товарного обмена, или совокупность товаропроизводителей и потребителей внутри данной страны.

Национальный рынок. В отличие от внутреннего национального рынок включает еще и экспортно-импортные операции. Это сфера осуществления внутриторговых и внешнеторговых операций.

Мировой рынок. Обычно определяется как совокупность национальных рынков. Однако указанное понятие является более широким, чем международные торговые операции, поскольку оно включает и элементы внутренней торговли. Последняя обеспечивает преимущественную долю всех торговых операций мирового рынка.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Что такое рынок в общепринятом понятии?
2. Кому и зачем нужен рынок?
3. Перечислите этапы формирования рынка.
4. Назовите три основных типа рынка в историческом развитии.
5. Назовите основные параметры рынка.
6. Укажите условия функционирования рынка.
7. Перечислите признаки идеальной модели свободного рынка в условиях совершенной конкуренции.
8. Укажите формы участия в рыночных отношениях.
9. Назовите функции рынка и расскажите об их реализации.

10. Каковы преимущества рынка?
11. В чем заключаются недостатки рынка?
12. Кто является субъектом рыночных отношений?
13. Расскажите о классификации рынков по различным признакам (перечислите группы рынков и приведите соответствующие примеры).
14. Попытайтесь придумать свой проект вне рыночного хозяйства и убедитесь в его несовершенстве по сравнению с рынком.

РАЗДЕЛ II

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И ОРГАНИЗАЦИЯ

Глава 3. ОСНОВНЫЕ ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИЙ

3.1. Предприниматель и предпринимательство

Кто такой предприниматель? В нашем обыденном понимании предприниматель — это, конечно, человек, занимающийся предпринимательством, т.е. владеющий и управляющий собственным делом в целях получения прибыли. Напомним (см. гл. 1), что предпринимательство является одним из факторов производства.

Предприниматель — это человек, который приводит в действие три фактора производства (труд, капитал и землю) для создания товаров и услуг и чья деятельность связана с риском потерпеть неудачу.

Обратим внимание, что в определении отмечен факт риска предпринимательской деятельности. И, конечно, данная профессия подходит далеко не всем. Так, в настоящее время весьма актуален следующий вопрос: возможно ли научиться предпринимательству? Однозначно ответить на него трудно.

Потенциальных предпринимателей можно научить технике ведения дела: как управлять денежными потоками, как совершенствовать организационную структуру фирмы, как писать бизнес-план и т.д. Однако их нельзя научить свойствам характера, совершенно необходимым предпринимателю. Особенно это проявляется в нашей стране, где степень риска столь велика, что умение действовать в условиях неопределенности и риска является абсолютно необходимым.

Гибкость, неординарность мышления и, наконец, некоторая степень авантюризма были присущи предпринимателям с самых

древних времен. Так, для экономиста А. Смита (XVIII в.) предприниматель — это «собственник, идущий на риск ради получения прибыли». А по определению В.И. Даля предприниматель — это «человек, умеющий вести дело, неординарно мыслящий, самостоятельно принимающий решения».

Особенности предпринимателя:

1) самостоятельность (является либо собственником, либо полномочным лицом, действующим по поручению собственника);

2) цель деятельности заключается в получении прибыли;

3) функции подразделяются на творческие (разработка и реализация коммерческой идеи), ресурсные (мобилизация информационных, трудовых и материальных ресурсов), организационные (использование имеющихся ресурсов в оптимальных пропорциях и контроль за этим).

Предпринимательством может заниматься любой гражданин (группа граждан) на основе равных прав при соблюдении действующего законодательства. Однако подобными способностями обладает далеко не каждый (по современным статистическим сведениям — не более 6—8 % людей).

Согласно опять же статистическим данным около 90 % бизнесменов начинают дело в знакомой для себя сфере. Основатель нового бизнеса должен оценивать свои возможности, ресурсы, конкурентную среду, генерировать новые идеи, создавать команды единомышленников. Именно на начальной стадии высок процент отсева неудачников. Считается, что два из трех новых предприятий вскоре прекращают свое существование, причем на первые пять лет приходится более 50 % банкротств и еще 30 % — на период от 6 до 10 лет. Среди деловых людей есть мнение, что так называемые «лимоны» (неудачные компании) лопаются обычно через 2,5 года, тогда как «персики» (успешные фирмы) полностью «созревают» через 7—8 лет. Уверенность же в успехе бизнеса появляется только на 4—5-й год деятельности. Именно такой срок необходим для того, чтобы фирма обрела свое лицо и стала надежным предприятием.

3.2. Сущность предпринимательской деятельности

Что такое предпринимательство? *Предпринимательство* — это инициативная, самостоятельная, осуществляемая на свой страх и риск и под свою имущественную ответственность деятельность

лиц, зарегистрированных в установленном законом порядке, которая направлена на систематическое получение прибыли от производства продукции, выполнения работ, продажи товаров, использования имущества или оказания услуг.

В некоторых определениях все перечисленные конкретные виды предпринимательства объединяются совокупным термином «экономическая деятельность».

Понятно, что существуют отдельные виды предпринимательской деятельности, заниматься которыми запрещено. Это, например, продажа наркотиков, оружия, подпольное производство спиртных напитков и т.д. Чтобы избежать подобных противозаконных деяний, предпринимательская деятельность всегда должна быть зарегистрирована в установленном законом порядке.

Кто может заниматься предпринимательством? Предпринимательская фирма создается субъектами предпринимательской деятельности. Таковыми являются граждане Российской Федерации, граждане иностранных государств и объединения граждан — коллективы предпринимателей. Таким образом, предпринимательством могут заниматься как организации, представляющие собой коллективы предпринимателей (акционерные общества, товарищества и т.п.), так и отдельные люди.

В рыночных отношениях их относят к различным экономическим субъектам: юридическим и физическим лицам (рис. 3.1).

Юридическим лицом признается организация, которая имеет в собственности, полном хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество и отвечает этим имуществом по своим обязательствам; которая может от своего имени приобретать имущество и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде.

Согласно ст. 48 ч. 1 ГК РФ юридическими лицами могут быть как коммерческие, так и некоммерческие организации. У юриди-

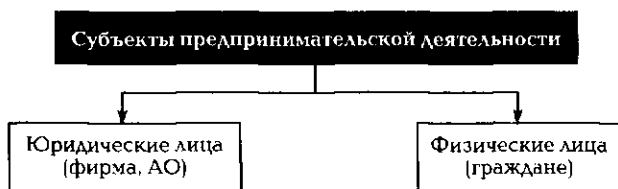


Рис. 3.1. Субъекты предпринимательской деятельности

ческих лиц должен быть только один учредительный документ — устав. Они также должны иметь самостоятельный баланс и (или) смету. Юридические лица получают гражданские права и гражданские обязанности наряду с физическими лицами.

К юридическим лицам относятся общества, производственные и потребительские кооперативы, государственные и муниципальные предприятия, общественные и религиозные организации, благотворительные и иные фонды, объединения юридических лиц (ассоциации, союзы). Далее, говоря о юридических лицах, мы будем использовать, как это принято на практике, такие термины, как «предприятие», «компания», «фирма», «акционерное общество» (АО).

Предполагается ввести новые понятия, разделяющие юридические лица на «корпоративные» и «унитарные».

Юридические лица, учредители (участники) которых обладают правом на участие в управлении их деятельностью (право членства), являются *корпоративными* организациями (корпорациями). К ним относятся хозяйственные товарищества и общества, производственные и потребительские кооперативы, общественные организации граждан, ассоциации и союзы.

Юридические лица, учредители которых не становятся их участниками и не приобретают в них прав членства, являются *унитарными* организациями. К ним относятся государственные и муниципальные унитарные предприятия, фонды, учреждения, а также религиозные организации.

Физические лица — это граждане, в том числе индивидуальные предприниматели, фермеры и т. п.

Источники предпринимательской деятельности. Прежде всего необходимо иметь экономическую свободу выбора деятельности, собственность, капитал и другие ресурсы (например, трудовые).

Относительная свобода деятельности у предпринимателей (по крайней мере в рамках действующих законов) имеется. О формах собственности будет сказано ниже. Пока же отметим, что даже человек, собирающийся торговать выпеченными им пирожками, должен иметь не только начальный капитал (деньги, чтобы закупить необходимое сырье), но даже то, что можно отнести к собственности — печь для изготовления своей продукции.

Остановимся подробнее на вопросе о капитале на примере учреждения АО.

Уже в начальный период своего существования для успешного функционирования АО должно располагать определенными средствами. Для этого учредители вносят определенную сумму (вкла-

ды), которая представляет собой *уставный капитал*, регистрируемый в *учредительских документах*. В дальнейшем величина его изменяется только по решению учредителей, и эти изменения считаются действительными после перерегистрации в государственных органах.

В качестве вкладов в уставный фонд могут быть внесены не только деньги, но и любые материальные ценности: здания, сооружения, оборудование, сырье, ценные бумаги, а также нематериальные активы. В том случае, если вклады в уставный капитал осуществляются не в денежной форме, их стоимость оценивается в денежном выражении совместным решением учредителей и составляет доли конкретных учредителей-вкладчиков в уставном капитале. Впоследствии в соответствии с этими долями происходит распределение прибыли между учредителями.

3.3. Понятие и сущность организации (предприятия)

В условиях рыночных отношений предприятие является первичным звеном экономической цепи, поскольку необходимые обществу продукция и услуги создаются или оказываются именно на предприятии.

Предприятие — это организация, группа людей, объединенных для достижения поставленных целей. Предприятие является самостоятельным, организационно обособленным хозяйственным элементом народного хозяйства, который производит и (или) реализует продукцию, выполняет работы промышленного характера или предоставляет платные услуги.

Предприятие имеет конкретное наименование:

- завод (металлургический, машиностроительный, нефтеперерабатывающий и др.);
- фабрика (пищевой, легкой, текстильной промышленности и др.);
- комбинат (горнодобывающей промышленности);
- шахта (угольная).

Большим разнообразием также различаются торговые и сервисные предприятия.

Любое предприятие является юридическим лицом, имеет самостоятельную систему учета и отчетности, бухгалтерский баланс, расчетный и другие счета, печать с собственным наименованием и товарный знак (марку).

Главной целью создания и функционирования предприятия является получение максимально возможной прибыли за счет реализации потребителям произведенной продукции (выполненных работ, оказанных услуг). За счет прибыли удовлетворяются социальные и экономические запросы владельцев средств производства и трудового коллектива предприятия.

Согласно существующему законодательству России предприятие может формироваться:

- индивидуальным собственником;
- трудовым коллективом;
- в результате обособления из действующего предприятия одного или нескольких структурных подразделений;
- при принудительном разделении другого предприятия в соответствии с антимонопольным законодательством и в других случаях.

Ликвидация или реорганизация предприятия производятся:

- по решению собственника при участии трудового коллектива;
- по решению суда или арбитража;
- после признания предприятия банкротом;
- при запрете деятельности предприятия;
- после признания судом недействительными учредительных документов предприятия и в других случаях.

Управление предприятием осуществляется в соответствии с его Уставом, разработанным исходя из сочетания прав собственника и принципов самоуправления трудового коллектива. Поэтому Устав утверждается собственником имущества, но при участии трудового коллектива. Более того, собственник может делегировать свои права по управлению Совету предприятия или другому органу, предусмотренному Уставом предприятия и представляющему интересы как собственника, так и трудового коллектива.

В Уставе предприятия определяются: собственник; полное наименование; местонахождение; предмет и цели деятельности; органы управления и порядок их формирования; компетенция и полномочия трудового коллектива; выборные органы трудового коллектива; порядок образования имущества; условия реорганизации; условия прекращения деятельности.

В Устав могут быть включены также следующие положения: о трудовых отношениях; полномочиях; порядке создания и структуре совета предприятия; товарном знаке и др.

Имущество предприятия составляют основные фонды и оборотные средства, а также иные ценности, стоимость которых отражается в балансе предприятия. Предприятие пользуется и рас-

поряжается имуществом по своему усмотрению: продает, передает безвозмездно, обменивает или сдает в аренду.

Предприятие самостоятельно осуществляет планирование деятельности и определяет перспективы развития исходя из спроса на производимую продукцию. Основу планов составляют договоры, заключенные с потребителями продукции, работ, услуг, а также поставщиками материально-технических ресурсов.

Предприятие реализует свою продукцию по ценам и тарифам, устанавливаемым самостоятельно или на договорной основе. В расчетах с зарубежными партнерами применяются контрактные цены в соответствии с условиями и ценами мирового рынка.

Обобщающим показателем финансовых результатов хозяйственной деятельности предприятия согласно Закону о предприятии является прибыль (доход), порядок использования которой определяет собственник. Исходя из дохода предприятие самостоятельно формирует фонд оплаты труда без ограничения его роста со стороны государственных органов.

3.4. Классификация предприятий

Классификация предприятий разработана с использованием ряда качественных и количественных критериев, а также по некоторым дополнительным признакам (рис. 3.2).

1. *В соответствии с формами собственности*, установленными законодательно. Форма собственности — один из основных критериев качественного различия предприятий.

Как видно из рис. 3.2, имеются следующие формы собственности предприятий:

государственная (федеральная) — принадлежит как государству в целом, так и субъектам Федерации, т. е. республикам, краям, областям. Ею распоряжаются органы государственной власти;

муниципальная (регионально-государственная) — принадлежит городским и сельским поселениям; ею распоряжаются органы местного самоуправления;

общая (совместная, долевая, смешанная) — принадлежит группе людей, производственному коллективу. Каждому собственнику общей собственности может быть выделена своя доля, своя часть. Тогда собственность становится долевой. Если же доля каждого не выделена, не установлена, то собственность считается совместной, общей, неделимой;

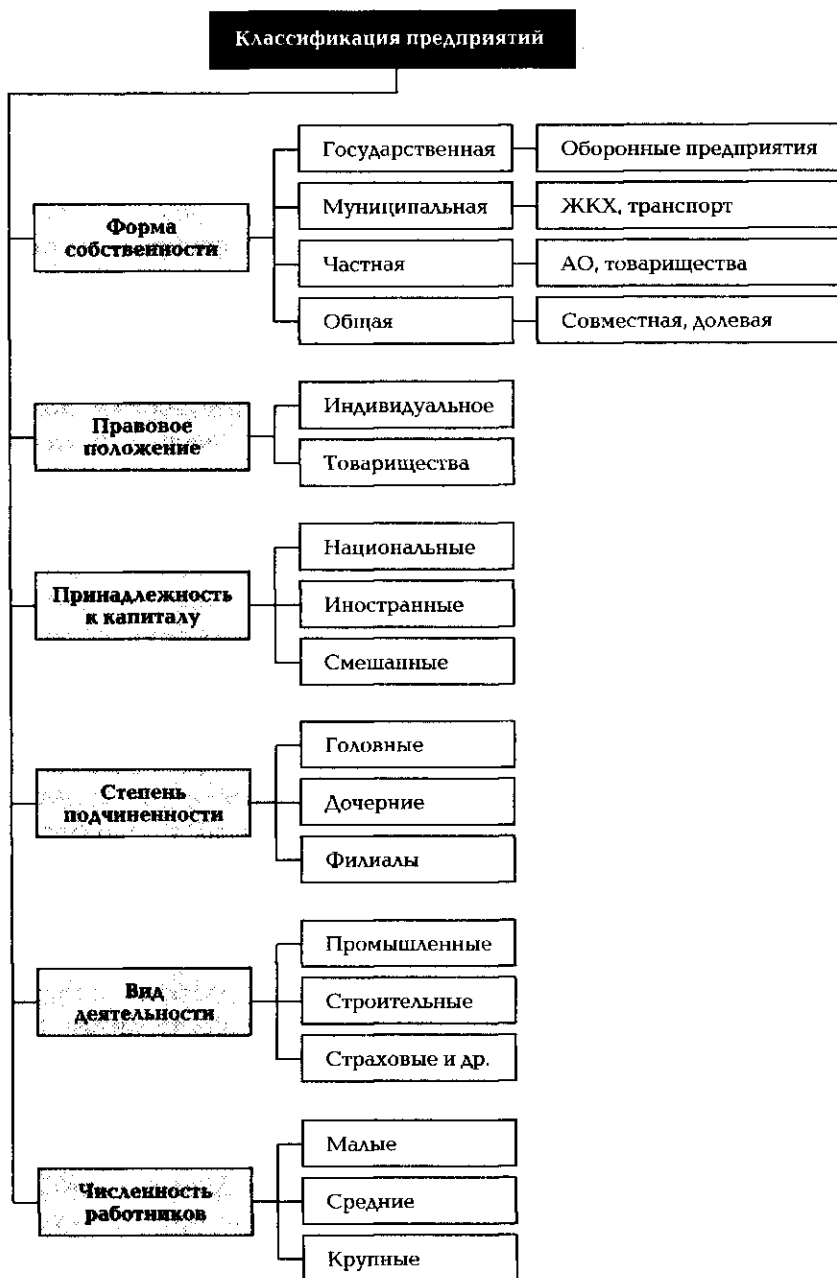


Рис. 3.2. Классификация предприятий

акционерная, на которую имеют долевые права все владельцы акций АО. Но сами акции представляют собой индивидуальную, личную собственность их владельцев — хозяин акции может продавать ее по своему усмотрению. Поэтому акционерную собственность относят и к частной;

индивидуальная или семейная частная — принадлежит человеку лично либо является общей собственностью членов его семьи.

Каждому сектору экономики в зависимости от форм собственности принадлежит свой тип предприятия.

Например, частные предприятия, хозяином которых являются отдельные граждане либо группы граждан, имеющие право самостоятельно распоряжаться, пользоваться, владеть имуществом предприятия, — это негосударственные предприятия.

Частные предприятия в зависимости от вида собственности могут быть индивидуальными, семейными и коллективными, т.е. единоличные хозяйства, акционерные общества, смешанные предприятия, кооперативы. Они составляют *частный сектор экономики*.

Частный сектор экономики характеризуется специфическими особенностями. Его предприятия различаются между собой следующими признаками, не характерными для других форм собственности:

- по ответственности владельцев за деятельность предприятия (ограниченная и неограниченная);
- по способу включения единоличных капиталов в общий капитал предприятия.

Ограниченная ответственность означает, что лица, вложившие свои средства в предприятие, несут ответственность по обязательствам предприятия только в пределах своих вкладов. Так создаются ООО — «Общества с ограниченной ответственностью» (аббревиатуры которых нам часто встречаются на ценниках товаров).

Неограниченная ответственность заключается в том, что лица, вложившие свои средства в предприятие, несут совместную ответственность по обязательствам предприятия всем своим имуществом.

Приведем пример. Допустим, два человека вкладывают по 10 тыс. долл. в совместное предприятие. Общий капитал составит, таким образом, 20 тыс. долл. Если предприятие обанкротится с обязательствами перед кредиторами в размере 30 тыс. долл., то в случае ограниченной ответственности каждый из совладельцев должен будет погасить долговые обязательства на сумму не более

10 тыс. долл., т. е. в размере своего вклада. При неограниченной ответственности обоим владельцам придется расстаться с суммой 30 тыс. долл. Если один сможет выплатить только 10 тыс. долл., то другому владельцу придется выплатить оставшиеся 20 тыс. долл. При отсутствии денег предприниматели несут ответственность всем своим имуществом (квартира, дача, машина и т. п.), а долги могут быть взысканы через суд.

Государственные предприятия принадлежат государству. В зависимости от масштабов деятельности они могут находиться в федеральной, республиканской или областной собственности. Государственные предприятия — это крупные народнохозяйственные объекты: железные дороги, оборонные объекты, шахты. Государственная собственность может быть преобразована в частную в результате приватизации. Обратный процесс перехода от частной или общей собственности называется национализацией.

Земля может быть объектом не только государственной, но и частной собственности (это прежде всего земли несельскохозяйственного назначения, участки в пределах городских территорий, садовые участки, земли под строительство и т. д.). Муниципальные предприятия принадлежат местным органам власти — муниципалитетам. Это предприятия, обслуживающие население определенного города, района или поселка: коммунальное хозяйство, городской транспорт, служба быта, общественное питание и др.

Государственные и муниципальные предприятия формируют *общественный сектор экономики*.

Какую же форму собственности можно считать наилучшей? И у государственной, и у частной собственности на средства производства есть как свои плюсы, так и минусы. В странах с рыночной экономикой признано целесообразным сочетание государственной и частной форм, частично переходящих одна в другую.

2. По *правовому положению* выделяют единоличные предприятия, полные товарищества, командитные товарищества (товарищества на вере) и хозяйственные товарищества.

3. По *признаку принадлежности капитала* различают предприятия: национальные, иностранные (капитал является собственностью иностранных предпринимателей, контролирующих их деятельность) и смешанные.

4. Вид предприятия могут определять *технологическая (региональная) целостность и степень подчиненности*. По этому признаку выделяют головные и дочерние предприятия, а также их филиалы. Головные предприятия контролируют деятельность дочерних предприятий и филиалов.

Таблица 3.1. Классификация предприятий по критерию численности работников

Тип предприятия	Число занятых работников, чел.	
	ЕС	США
Микро	Менее 10	Не более 10
Мельчайшие	Не выделяют	Не более 20
Малые	10—49	Не более 99
Средние	Менее 250	Не более 500
Крупные	Свыше 250	Свыше 500
Гиганты	Более 1 000	Не выделяют

Дочернее предприятие характеризуется юридической самостоятельностью и организационной обособленностью; оно самостоятельно осуществляет коммерческие операции и составляет отчетный баланс, однако контрольный пакет акций принадлежит головному предприятию.

В отличие от дочерних предприятий филиал не пользуется юридической и хозяйственной самостоятельностью, не имеет собственного устава и баланса, действует от имени и по поручению головного предприятия. Почти весь акционерный капитал филиала принадлежит головному предприятию.

5. По функционально-отраслевому виду деятельности выделяют следующие категории предприятий: промышленные, сельскохозяйственные, транспортные, торговые, производственно-торговые, торгово-посреднические, строительные, лизинговые, банковские, страховые, туристические, предприятия связи и т. д.

6. В соответствии с численностью работников предприятия подразделяют на малые, средние и крупные. Это количественный критерий классификации предприятий.

В табл. 3.1, составленной по данным разных авторов, приведена классификация предприятий по численности работников.

Кроме того, численность работников для того или иного типа предприятий может зависеть и от вида отрасли, в состав которой оно входит. Так, например, к малым относятся предприятия со следующей численностью работающих:

- в промышленности и строительстве — до 200 чел.;
- других отраслях производственной сферы — до 50 чел.;
- розничной торговле — до 15 чел.;

- научной сфере — до 60 чел.;
- других отраслях непроизводственной сферы — до 25 чел.

Указанная классификация по количественному критерию тесно связана с классификацией по качественным показателям, прежде всего — по формам собственности. Так, например, мелкие и мельчайшие (микро) предприятия — это частные фирмы или коллективные предприятия с неограниченной ответственностью (партнерства, кооперативы). Средние и крупные фирмы — чаще всего акционерные общества и общества с ограниченной ответственностью. В США, по разным данным, около 70—80 % мелких фирм находятся либо в единоличной собственности, либо в собственности партнеров.

В Италии на каждые 15 чел. приходится одно частное предприятие (фирма). В Австрии ежегодно создается около 20 тыс. новых фирм, из которых выживают, однако, только 5 тыс.

В Швейцарии основной формой предпринимательской деятельности является государственная, так как для государственных служащих оплата труда значительно превышает доходы в частном секторе — более чем в три раза.

7. Годовой оборот капитала как критерий различия фирм. Данный критерий различия фирм объединяет в себе признаки как количественного, так и качественного характера. Понятно, что предприятия с крупным годовым оборотом капитала могут позволить себе использовать более сложную и современную технологию, более квалифицированных специалистов по сравнению с фирмами, имеющими малый денежный оборот, и, соответственно, выпускать качественно иную, высокотехнологичную продукцию.

Что касается количественного анализа, то на примере Германии можно продемонстрировать, как в этой развитой стране разделяют фирмы по их величине исходя из критерия оборота капитала:

- мелкие (годовой оборот не более 25 тыс. евро);
- средние и крупные (с оборотом свыше 25 тыс. евро).

Таким образом, помимо численности работающих годового оборот капитала является весьма важным и показательным признаком, по которому классифицируют предприятия.

3.5. Классификация объединений предприятий

Рассмотрим, какие бывают виды объединений предприятий (рис. 3.3).

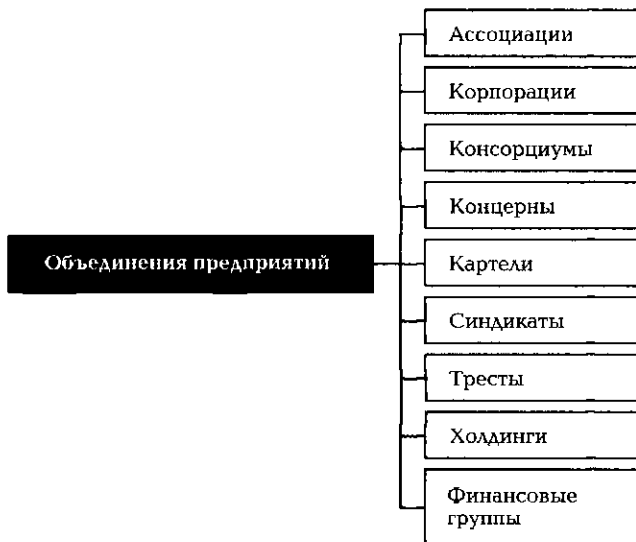


Рис. 3.3. Классификация объединений предприятий

Ассоциации — договорные объединения, созданные в целях постоянной координации хозяйственной деятельности, однако только в той области, к которой имеет отношение ассоциация.

Корпорации — договорные объединения, созданные на основе сочетания производственных, научных и коммерческих интересов.

Консорциумы — временные уставные объединения промышленного и банковского капитала для достижения общей цели. После выполнения задач консорциум прекращает свое существование.

Концерны — уставные объединения предприятий промышленности, научных организаций, транспорта, банков, торговли и т.д. на основе полной финансовой зависимости от одного или группы предпринимателей.

Картели — договорные объединения предприятий одной отрасли для осуществления совместной коммерческой деятельности.

Синдикаты — разновидность картельного соглашения, предполагающая реализацию продукции через единый совместный сбытовой орган или уже имеющуюся сбытовую сеть одного из участников объединения.

Тресты — монополистические объединения предприятий, ранее принадлежавших разным предпринимателям, в единый

производственно-хозяйственный комплекс. Поскольку здесь интегрируются все направления деятельности, такие предприятия полностью утрачивают свою юридическую и хозяйственную самостоятельность.

Холдинги — специфические организационные формы объединения капиталов. Подобные объединения образуются, когда акционерное общество (товарищество) непосредственно не занимается производственной деятельностью, а лишь использует свои финансовые средства для приобретения контрольных пакетов акций других акционерных фирм в целях финансового контроля за их работой и получения дохода на вложенный в акции капитал.

Финансовые группы (финансово-промышленные группы) — объединения юридически и экономически самостоятельных предприятий разных отраслей народного хозяйства, при формировании которых ставится задача объединения банковского капитала и производственного потенциала. Финансовую группу возглавляют один или несколько банков, которые распоряжаются капиталом предприятий, входящих в объединение, и координируют все сферы их деятельности.

3.6. Коммерческие и некоммерческие организации

В зависимости от того, какую цель преследуют организации, являющиеся юридическими лицами, они делятся на коммерческие и некоммерческие (ст. 50 ГК РФ).

Коммерческими называются организации, основной целью деятельности которых является систематическое получение прибыли от продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг, а также от использования имущества.

Коммерческие организации создаются учредителями для извлечения прибыли. В ст. 50 ГК РФ дан исчерпывающий перечень организационно-правовых форм коммерческих юридических лиц. Это означает, что без изменения Гражданского кодекса РФ никакими иными законами другие виды коммерческих юридических лиц в гражданский оборот введены быть не могут. Коммерческие организации, имеющие статус юридического лица, могут создаваться в виде хозяйственных товариществ и обществ, кооперативов, государственных и муниципальных унитарных предприятий.

Участники коммерческих организаций имеют право участвовать в управлении, получать информацию об их деятельности,

участвовать в распределении полученной прибыли, получать пропорциональную своему вкладу часть имущества, остающегося после ликвидации организации, иметь другие права по закону и в соответствии с уставными документами.

Основные признаки коммерческой организации как юридического лица:

- основная цель деятельности — получение прибыли;
- распределение прибыли между участниками юридического лица;
- четко определенная в законе организационно-правовая форма;
- обладание обособленным имуществом на правах собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления, иного вещного права;
- имущество может быть арендованным;
- отвечает по своим обязательствам принадлежащим им имуществом;
- приобретает и осуществляет от своего имени имущественные и неимущественные права; несет обязанности;
- может быть истцом и ответчиком в суде.

Некоммерческими считаются организации, для которых извлечение прибыли не является основной целью и она не распределяется между участниками данной организации. К их числу относятся потребительские кооперативы, общественные и религиозные организации, некоммерческие партнерства, благотворительные и иные фонды, учреждения, автономные некоммерческие организации, ассоциации и союзы, а также другие формы, предусмотренные законом. Данный список в отличие от предыдущего не исчерпывается перечисленным выше перечнем и является открытым.

Для некоммерческих организаций получение прибыли не является их главной задачей. Некоммерческие организации могут осуществлять предпринимательскую деятельность лишь постольку, поскольку это служит достижению целей, ради которых они созданы, а вся прибыль полностью используется для саморазвития. Преимуществом такой формы организации является льготное налогообложение.

3.7. Организационно-правовые формы коммерческих организаций

В России существуют следующие организационно-правовые формы коммерческих организаций (рис. 3.4).



Рис. 3.4. Организационно-правовые формы коммерческих организаций

Несмотря на разнообразие форм предпринимательской деятельности наиболее привлекательной не только в нашей стране, но и во всем мире является индивидуальное предпринимательство. Поэтому начнем с характеристики индивидуального предпринимателя.

Индивидуальный предприниматель (ИП). Это самый простой и древний тип частного предпринимательства. Такое предприятие основано на личной собственности граждан, причем всеми средствами (фондами) владеет один собственник. Он самостоятельно решает вопросы: «Что? Как? Для кого производить?». Он же единолично распоряжается полученной прибылью и несет неограниченную ответственность по долгам предприятия.

Согласно статистике, предприятий, принадлежащих единоличным собственникам, ежегодно разоряется немногим меньше, чем возникает новых.

Несмотря на это единоличные хозяйства остаются самой распространенной формой бизнеса в странах с развитой рыночной экономикой.

Достоинства индивидуальной формы предприятия.

1. Это самая простая с точки зрения процедуры учреждения форма бизнеса. Для нее, как правило, не требуется специального разрешения центральных властей, и вопрос может решиться на местном уровне без особой волокиты.

2. Владелец данного предприятия является его хозяином и поэтому полностью распоряжается полученной прибылью. Принцип материальной заинтересованности здесь работает наиболее четко, повышая тем самым стимул к наиболее эффективному труду.

3. В отличие от АО единоличный собственник платит только один налог со своего дохода, тем самым отдавая государству меньшую долю прибыли. Кроме того, поскольку единоличное хозяйство относится к категории малых предприятий, то согласно законодательству Российской Федерации оно имеет помимо общих следующие специальные налоговые льготы:

при определении налогооблагаемой прибыли исключается прибыль, направленная на строительство, реконструкцию и обновление основных производственных фондов, освоение новой техники и технологий;

в первые два года работы не уплачивают налог на прибыль предприятия по производству и переработке сельскохозяйственной продукции, производству товаров народного потребления, строительные, ремонтно-строительные и предприятия по производству строительных материалов при условии, если выручка от указанных видов деятельности превышает 70 % от общей суммы выручки после реализации продукции (работ, услуг), причем началом работы считается день регистрации предприятия.

Недостатки индивидуальной формы предприятия.

1. Основной недостаток — высокая степень риска. Это связано с неограниченной ответственностью, в результате которой предприниматель в случае разорения может лишиться не только вложенных средств, но и всего своего имущества.

2. Возможности роста ограничены личными средствами владельца и кредитами, которые он может получить в банке.

3. Единоличные предприятия менее долговечны по сравнению с другими формами предпринимательства. Зачастую они прекращают свое юридическое существование со смертью владельца. Даже переход дела к наследникам может отпугнуть старых клиентов, поскольку слишком многое зависит от личности самого предпринимателя.

Товарищество — это коллективная форма организации бизнеса, где два или более партнеров объединяются для осуществления предпринимательской деятельности.

Рассмотрим основные положения о хозяйственных товариществах и обществах в соответствии с Гражданским кодексом РФ с учетом всех принятых изменений и дополнений.

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

Хозяйственные товарищества могут создаваться в форме полного товарищества и товарищества на вере (коммандитного товарищества).

Хозяйственные общества могут создаваться в организационно-правовой форме акционерного общества или общества с ограниченной ответственностью. Такой вид хозяйственных обществ, как общество с дополнительной ответственностью упраздняется.

Участниками полных товариществ и полными товарищами в товариществах на вере могут быть индивидуальные предприниматели и (или) коммерческие организации.

Участниками хозяйственных обществ и вкладчиками в товариществах на вере могут быть граждане и юридические лица.

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

Хозяйственные товарищества, а также общества с ограниченной ответственностью не вправе выпускать акции. Размер уставного капитала общества с ограниченной ответственностью не может быть менее 500 тыс. р. Минимальный уставный капитал хозяйственного общества должен быть оплачен деньгами. Не менее трех четвертей уставного капитала хозяйственного общества должно быть внесено его учредителями до государственной регистрации общества.

Полное товарищество. Это объединение нескольких граждан и (или) юридических лиц для совместной хозяйственной деятельности на основании договора между ними. Участники полного товарищества сохраняют правовую самостоятельность; при этом можно быть членом только одного полного товарищества. Полное товарищество основано на долевой (паевой) собственности его членов.

Полное товарищество как таковое не является юридическим лицом. Юридическую ответственность по обязательствам фирмы несет каждый из партнеров в отдельности, а не предприятие в целом, т. е. все члены товарищества несут ответственность по обязательствам принадлежащим им имуществом. Прибыль, полученная товариществом по итогам финансового года, делится между участниками в соответствии с их долями в складочном капитале. Устав в полном товариществе не разрабатывается.

Достоинства полного товарищества.

1. Простота процедуры учреждения, как и в единоличном хозяйстве.

2. Партнеры товарищества ограничиваются уплатой одного налога со своей выручки. Кроме того, они имеют по сравнению с индивидуальным хозяйством определенные льготы в получении кредита.

3. Так как в товариществе объединяются люди и капиталы, финансовые возможности его превосходят ресурсы единоличного предприятия.

4. Еще одним достоинством товарищества по сравнению с предыдущей формой предприятия считается большая гибкость за счет соединения талантов партнеров («одна голова — хорошо, а две — лучше»). В то же время, поскольку каждое явление имеет две стороны, продолжением указанного достоинства является и соответствующий недостаток.

Недостатки полного товарищества.

1. «Соединение многих талантов» в управлении предприятием может, к сожалению, обернуться серьезными разногласиями между совладельцами. В результате нередко наблюдается меньшая оперативность в принятии решений по сравнению с предприятием единоличной формы собственности.

2. Однако самым главным недостатком полного товарищества является высокий риск из-за неограниченной ответственности.

В какой-то степени высокую степень риска преодолевает другой тип товарищества — общество с ограниченной ответственностью. В России они издавна были известны как товарищества на

вере, сегодня их еще называют смешанными, или командитными. Термин «смешанное» является наиболее удачным, поскольку отражает две ключевые особенности: одни члены товарищества несут полную ответственность за деятельность предприятия, а другие — только ограниченную.

Товарищество на вере (командитное). Это товарищество представляет собой объединение нескольких граждан и/или юридических лиц, созданное на основании договора между ними о совместной хозяйственной деятельности. Оно также основано на долевой собственности.

Товарищество на вере включает полных товарищей, которые несут полную солидарную (неограниченную) ответственность по обязательствам, и членов-вкладчиков (командитистов), активно в дела предприятия не вмешивающихся и несущих ответственность в пределах их вкладов. Командитное товарищество — юридическое лицо.

Число командитистов в товариществе на вере не должно превышать 20. В противном случае оно подлежит преобразованию в хозяйственное общество в течение года, а по истечении этого срока — ликвидации в судебном порядке, если число его командитистов не уменьшится до указанного предела.

Достоинством указанного товарищества является то, что в него могут быть привлечены все, кто хочет вложить свой капитал, но не желает участвовать в управлении и рисковать всем своим достоянием, например люди пенсионного возраста, лица, занятые другими делами.

Данный вид предпринимательства известен на Западе также как «командитное товарищество». Его действительные члены — это комплементарии, а члены-вкладчики — командитисты. В России подобное предпринимательство называется товариществом на вере. В настоящее время командитное товарищество используется за рубежом в целях объединения капиталов, с одной стороны, отдельных граждан, которые хотят осуществить какие-либо деловые проекты, но не имеют для этого достаточно средств, а с другой стороны, предпринимательских фирм, желающих вложить свои капиталы в дело, но не имеющих проектов, под которые могли бы быть выделены капиталы. При этом фирма-командитист участвует в бизнесе своими капиталами, но в любой момент может выйти из игры со своим паем. В некоторых странах командитные товарищества используются для «отмывания» мафиозных капиталов.

На основании Федерального закона от 28 ноября 2011 г. № 336-ФЗ «Об инвестиционном товариществе» вводится новый способ

организации коллективных инвестиций без образования юридического лица — договора *инвестиционного товарищества*. Это особая разновидность договора простого товарищества.

В соответствии с договором двое или несколько лиц (товарищей) обязуются, объединив свои вклады, вести совместную инвестиционную деятельность в целях получения прибыли. В результате такой деятельности приобретаются и (или) отчуждаются не обращающиеся на организованном рынке акции (доли), облигации хозяйственных товариществ, обществ, финансовых инструментов срочных сделок, долей в складочном капитале хозяйственных партнерств. Договор составляется на срок не более 15 лет. Он может заключаться с предпринимателями, коммерческими и некоммерческими организациями. Товарищам разрешается участвовать в нескольких договорах инвестиционного товарищества. Число участников договора не должно превышать 50.

В договоре оговариваются права и обязанности товарищей, назначаются управляющие товарищи, которые от имени остальных товарищей ведут совместные дела. Простой товарищ может полностью или частично передать свои права и обязанности другому лицу, однако он не может прервать договор в течение всего срока его действия.

В зависимости от вклада определяется доля каждого участника в общем имуществе. Каждый участник инвестиционного товарищества самостоятельно уплачивает налог на прибыль или НДФЛ. Имущество, которое участники вносят в инвестиционное товарищество в виде вклада, не облагается налогом на прибыль. Таким образом, для такой организационно-правовой формы ведения деятельности отсутствует двойное налогообложение.

Однако одними товариществами не ограничивается вся сложная структура коммерческих предприятий.

Общество с ограниченной ответственностью (ООО), ООО, или, как его еще называют, ЛТД — форма предприятия, ныне популярная и на Западе, и в России. В отличие от ТОО (смешанного товарищества), в ООО все члены несут только ограниченную ответственность.

ООО характеризуется следующими признаками:

- все участники общества отвечают по своим обязательствам только в пределах своих вкладов;
- вклады могут переходить от собственника к собственнику с согласия других членов общества в порядке, предусмотренном уставом. Запрещено продавать свои вклады на открытом рынке;

- юридическим лицом является как само общество, так и его члены.

ООО работает на основе устава и учредительного договора, принятых на общем собрании всех его учредителей-собственников. Эти документы регламентируют основные виды деятельности фирмы, права и обязанности учредителей, способы определения доли участия (прибыли) в уставном капитале и доходе фирмы, вопросы управления, реорганизации и ликвидации фирмы.

По мере развития деятельности ООО состав учредителей может неоднократно меняться. Некоторые из них могут быть выведены из ООО по решению совета общества. Причем исключаемое лицо может даже не присутствовать на собрании этого совета. Исключение из состава учредителей фирмы, как правило, производится с общего согласия всех сторон. Кроме того, каждый учредитель-собственник, как уже отмечалось, имеет право в любой момент передать другому учредителю свой вклад в ООО с согласия других членов общества.

Высшим органом управления ООО является общее собрание его участников, состоящее из учредителей ООО или их представителей, а также, если это определено уставом, и представителей трудового коллектива общества. Совет избирает своего председателя и устанавливает срок исполнения им своих обязанностей. Обычно собрание участников совета проходит не реже двух раз в год. Оно считается правомочным, если на нем присутствуют учредители или их представители, обладающие в совокупности более чем 51 % голосов, а по вопросам, требующим единогласия, — все учредители.

В ООО создается исполнительный орган, подотчетный совету общества и организующий выполнение его решений. Это либо дирекция, возглавляемая генеральным директором, либо директор. Дирекция осуществляет текущее руководство деятельностью общества. Оно не вправе принимать решения, обязательные для участников. Генеральный директор (директор) избирается, как правило, из состава участников общества.

Акционерное общество (АО). Это — более сложная по сравнению с товариществом коллективная форма владения предприятием. В России АО (как и ООО) предоставляется статус самостоятельного юридического лица. Структура и формы управления в АО и ООО во многом аналогичны.

Классическое акционерное общество (за рубежом его называют корпорацией) представляет собой объединение акционеров — вкладчиков капитала, образованное на основе устава для совмест-

ной хозяйственной деятельности. Учредителями АО (акционерами и соответственно владельцами) могут быть как юридические лица — государство, предприятия, организации, так и отдельные граждане. Такое общество должно состоять не менее чем из двух участников, причем максимальное их число не ограничено. Направления и характер деятельности АО могут быть различными, общей же является только цель — получение прибыли.

Имущество АО (уставный капитал) формируется в основном за счет продажи акций, т. е. ценных бумаг, удостоверяющих право их владельца на фиксированную часть капитала акционерной фирмы. Причем акционеры несут ответственность по обязательствам АО лишь в пределах своего вклада — пакета принадлежащих им акций.

АО — это наиболее демократическая форма бизнеса, так как купить акцию и стать акционером (и тем самым собственником) предприятия при открытой подписке на акции может любой человек.

419AB
Существуют два типа акционерных обществ: публичные и закрытые. Публичные акционерные общества могут распоряжаться неограниченными средствами, но они обязаны давать достаточно подробную информацию о своем финансовом положении. В условиях же жесткой конкуренции многие предпочли бы такую подробную информацию не выдавать. Поэтому ряд компаний предпочитают оставаться закрытым акционерным обществом.

Публичное акционерное общество. Публичным акционерным обществом признается акционерное общество, акции которого и ценные бумаги, конвертируемые в его акции, публично размещаются (путем открытой подписки) и публично обращаются на условиях, установленных законами о ценных бумагах. Купить акцию, стать акционером и одновременно совладельцем предприятия, в принципе, может любой человек. Акционерное общество данного типа является наиболее распространенным в странах с рыночной экономикой, а сейчас и в России.

Устанавливаются следующие особенности функционирования публичных акционерных обществ:

- 1) повышенные требования к минимальной величине уставного капитала;
- 2) не менее одной четверти совета директоров должны составлять независимые директора;
- 3) установлена обязанность публично раскрывать информацию, предусмотренную законом о хозяйственных обществах и законами о ценных бумагах;

4) ведение реестра акционеров публичного акционерного общества и функции счетной комиссии осуществляются независимой организацией, имеющей соответствующую лицензию.

Существенно изменены требования по размеру уставного капитала. Размер уставного капитала акционерного общества не может быть менее 5 млн р. Размер уставного капитала публичного акционерного общества не может быть менее 100 млн р.

Публичные АО характеризуют четыре основных признака.

1. Акционеры не несут ответственности по обязательствам АО перед его кредиторами, а само общество не отвечает по имущественным обязательствам акционеров.

2. Права акционеров делятся на имущественные и личные. К имущественным относятся права на получение объявленного дивиденда (т.е. дохода на акцию), а также части стоимости имущества общества в случае его ликвидации, а к личным — право на участие в голосовании на собраниях акционеров.

3. Акционерная форма предприятия позволяет объединить неограниченное число вкладчиков, включая мелких, и при этом сохранить контроль крупных вкладчиков за деятельностью предприятия.

4. Публичные АО — наиболее устойчивая форма объединения капиталов. Вкладчик имеет право в любое время продать свои акции без какого-либо предварительного согласия акционеров. Ограниченность риска заранее определенной денежной суммой делает акционерное общество одной из наиболее эффективных форм вложения капитала и обеспечивает централизацию денежных средств, а также быструю их переброску из одной отрасли в другую.

Как и в любом АО, денежные средства публичного АО образуются путем объединения средств многих участников через выпуск и продажу акций. Общая номинальная стоимость выпущенных акций составляет уставный капитал публичного АО. Акции приобретаются акционерами за рубли, иностранную валюту или путем предоставления соответствующего имущества. Стоимость акций, независимо от формы внесения вклада, в России выражается в рублях.

Акционерам выдается сертификат на суммарную минимальную стоимость акции. Акция неделима, поэтому в том случае, когда одна и та же акция принадлежит нескольким лицам, все они по отношению к АО признаются одним акционером и могут осуществлять свои права через одного из них или через своего полномочного представителя.

Имеются четыре основных вида акций: именные, на предъявителя, привилегированные и простые.

Именные акции принадлежат определенному физическому или юридическому лицу. Обычно именные акции нельзя продать другому лицу, однако в уставе АО может быть отмечено, что подобные акции могут быть проданы, но только с согласия большинства других акционеров или руководства общества. Именные акции выпускаются, как правило, в крупных купюрах.

Акции на предъявителя, в которых не указано имя владельца, выпускаются в более мелких купюрах для привлечения средств широкого круга населения. Акции на предъявителя могут быть выданы только после полной оплаты их стоимости. Они сравнительно легко переходят из рук в руки.

Привилегированные акции дают право их владельцам получать в первоочередном порядке дивиденды независимо от прибылей предприятия (например, в пределах 7—10 % от номинальной цены акции), а также в случае ликвидации АО средства, вложенные в акции по их номинальной цене (но после удовлетворения прав кредиторов — владельцев облигаций (долговых обязательств) данного общества).

Привилегированные акции не могут быть выпущены на сумму, превышающую 25 % уставного капитала АО. Несмотря на существенные привилегии держатели таких акций не имеют права голоса на собрании в отличие от держателей простых акций (дивиденды по которым начисляются в общем порядке).

Простые (обыкновенные) акции составляют большую часть акций, выпускаемых АО. Владельцы их имеют право на получение дивидендов, на участие в общих собраниях акционерного общества, в управлении обществом. При ликвидации акционерного общества владельцы простых акций вправе получить средства, вложенные в эти акции по их номинальной цене, но только после удовлетворения прав владельцев облигаций и привилегированных акций данного акционерного общества.

Помимо перечисленных основных видов акций выделяют:

- учредительские;
- без указания нарицательной цены;
- без указания номинальной цены;
- кумулятивные;
- привилегированные конвертируемые;
- привилегированные конвертируемые с правом участия в сверхприбыли;
- с номинальной ценой;

- с обязательством выкупа.

Подробное рассмотрение сути этих акций не входит в нашу задачу.

Акция должна содержать следующие реквизиты:

- фирменное наименование АО и его местонахождение;
- наименование ценной бумаги — «акция», ее порядковый номер, дату выпуска;
- вид акции (простая или привилегированная);
- номинальная стоимость;
- имя держателя (для именной акции);
- размер уставного капитала АО на день выпуска акции, а также количество выпускаемых акций;
- срок выплаты дивидендов;
- подпись руководителя АО.

До дня созыва конференции АО лица, подписавшиеся на акции, обязаны внести с учетом предварительного взноса не менее 30 % номинальной стоимости акции. В подтверждение взноса учредители выдают им временные свидетельства.

В сроки, установленные учредительной конференцией, но не позднее года после регистрации АО акционер должен полностью выкупить акции. В противном случае, если иное не предусмотрено уставом общества, он уплачивает за время просрочки 10 % годовых с просроченных сумм.

Учредительное собрание после проведения подписки на акции созывается в срок, указанный в извещении. Этот срок не может превышать 2 мес со дня получения извещения. Учредительное собрание (конференция) считается правомочным, если в нем участвуют лица, подписавшиеся на более чем 60 % акций. Голосование на учредительной конференции проводится по принципу: одна акция — один голос.

Финансово-экономическая ответственность акционеров (совладельцев предприятия) по обязательствам и убыткам предприятия ограничивается суммой их вкладов в капитал общества.

Крупные АО располагают огромными наличными средствами. Их акциями могут владеть сотни тысяч и даже миллионы вкладчиков. Естественно, что не все акционеры принимают участие в управлении АО. Их даже невозможно собрать вместе, а тем более представить себе, что все они придут к какому-либо единому решению, особенно если принять во внимание тот факт, что мало кто из держателей акций хорошо разбирается в вопросах производства. И действительно, ничего этого от них и не требуется.

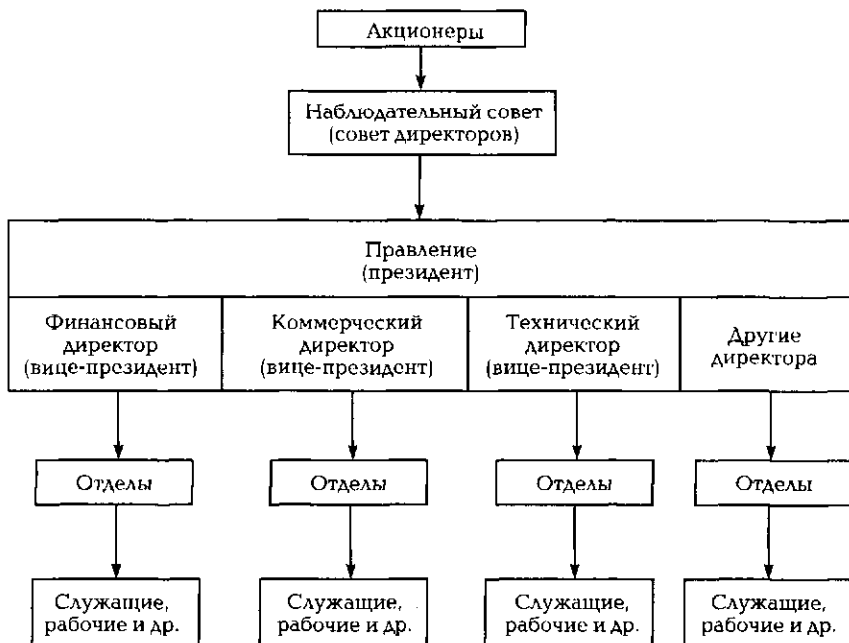


Рис. 3.5. Организационная структура публичного АО

Решение о создании АО, об избрании его совета, исполнительных и контрольных органов, о предоставлении льгот учредителям за счет АО считается принятым к исполнению, если указанные решения одобрены на конференции большинством в 3/4 голосов всех держателей акций. Остальные вопросы решаются простым большинством.

Каждое крупное АО имеет свою, во многом схожую с другими компаниями, организационную и управленческую структуру. Пример организации публичного АО представлен на рис. 3.5.

Высшим органом управления акционерным обществом является *общее собрание акционеров*, которое решает следующие вопросы:

- изменение устава общества;
- определение основных направлений деятельности общества;
- создание, реорганизацию и ликвидацию филиалов и представительств, утверждение уставов (положений) о них;
- приобретение акционерным обществом акций, выпускаемых им самим;

- определение условий оплаты труда должностных лиц общества, его филиалов и представительств;
- принятие решения о прекращении деятельности общества, назначении ликвидационной комиссии, утверждении ликвидационного баланса и другие вопросы, отнесенные по уставу общества к исключительной компетенции общего собрания.

Основу публичного АО образуют два управленческих органа: наблюдательный совет и правление (см. рис. 3.5).

Наблюдательный совет — прямой представитель акционеров, избирается ими на ежегодном собрании по типу «одна акция — один голос». Так, владелец 100 акций имеет 100 голосов. Наблюдательный совет осуществляет контроль за деятельностью исполнительного органа публичного АО. Совет от имени акционеров решает важные финансовые проблемы в промежутках между ежегодными общими собраниями, определяет долю прибыли (дивидендов), которая будет распределяться между акционерами, и долю, которая пойдет на расширение производства. Однако наблюдательный совет не вникает в производственные проблемы компании. Этим занимается правление общества.

Исполнительным органом публичного АО, осуществляющим руководство текущей деятельностью, является правление или другой орган, предусмотренный уставом. Работой правления руководит председатель правления, назначаемый или избираемый в соответствии с уставом публичного АО.

Правление акционерного общества избирает председателя, который вправе даже без оформления соответствующей доверенности осуществлять действия от имени общества.

Контроль за финансовой деятельностью правления публичного АО осуществляется ревизионной комиссией, избираемой из числа акционеров и представителей трудового коллектива общества.

АО различного типа не случайно играют ведущую роль в современной рыночной экономике. Этим они обязаны целому ряду достоинств, характерных только для данной формы организации.

Достоинства публичного АО.

1. В отличие от предыдущих форм предпринимательства акционеры не отвечают по долгам предприятия всем своим имуществом, так как у них имеется ограниченная ответственность. В случае банкротства акционеры могут лишиться только той суммы, которую они потратили на покупку акций.

2. Если в товариществе передача пая — дело весьма непростое (для этого требуется согласие всех партнеров), то купля-продажа

акций — процедура относительно несложная. Ежедневно такие операции на фондовом рынке осуществляются на миллионные суммы.

3. АО является самой эффективной формой для привлечения дополнительного капитала. Оно может иметь огромное количество вкладчиков. Так, у *American Telephone & Telegraph*, например, более 3 млн акционеров. Естественно, финансовые возможности такой компании гораздо выше, чем у индивидуального предприятия или товарищества.

4. Если в индивидуальном предприятии смерть владельца часто ведет к распаду предприятия, то в случае смерти акционера его акции просто переходят к наследникам. Поэтому акционерные компании более долговечны, практически даже «вечны».

Недостатки публичного АО.

1. Учреждение АО — дело сложное и трудоемкое, требующее подготовки многих документов. Правда, в России сегодня эта процедура довольно проста, поскольку государство стремится стимулировать увеличение АО.

2. В отличие от других форм предпринимательства АО (как и ООО) является объектом двойного налогообложения: с одной стороны, как самостоятельное юридическое лицо АО платит налог с прибыли, а с другой стороны, доход, который получают акционеры в виде дивидендов, также облагается налогом. Подобное двойное налогообложение делает акционерную форму менее привлекательной для небольших по размеру предприятий.

3. Если в единоличном хозяйстве все решения принимает сам собственник, а в товариществе вопросы решаются «в узком кругу», то в АО для этого требуется масса согласований. Нередко возникают даже конфликты между интересами рядовых акционеров и управляющими.

Закрытое акционерное общество (ЗАО). Это организация, капитал которой разделен на части и рассредоточен среди большого числа учредителей — собственников, членов трудового коллектива и т. п.

На Западе распространение акций фирмы среди членов трудового коллектива, как правило, стимулируется государством. Так, в США фирмы, распространяющие акции среди трудового коллектива, имеют налоговые льготы, например уменьшение ставки налога на 5—20%. Однако далеко не все члены трудового коллектива стремятся стать акционерами. Многие из них предпочитают сохранять статус наемного работника и не желают идти на риск в качестве совладельцев предприятий.

В России первоначально предполагалось осуществить массовую приватизацию предприятий через развитие акционерных обществ закрытого типа. Примером служат попытки акционирования КамАЗа, других крупных заводов и объединений. Однако они не дали нужного результата в силу того, что закрытые акционерные общества являются негибкой структурой: им присуща жесткая зависимость между обладанием акциями и выполнением акционерами каких-либо производственных функций или наличием у акционеров каких-либо строго определенных собственных экономических интересов.

Хозяйственное партнерство. Новая организационно-правовая форма коммерческих организаций была закреплена в Федеральном законе от 3 декабря 2011 г. № 380-ФЗ «О хозяйственных партнерствах». Основной причиной введения такой новой формы является то, что на сегодняшний момент очень сложно в рамках действующего законодательства защитить договорные условия хозяйственных отношений между собственниками бизнеса, в том числе и инвесторами, защитить интересы собственников бизнеса в зависимости от степени их реального участия в этом бизнесе.

Основным положительным моментом является возможность заключить гибкое соглашение между участниками данного партнерства. В результате такого соглашения принимать участие в управлении деятельностью партнерства могут не только действительные партнеры, но и другие лица (например, работники и консультанты партнерства).

Производственный кооператив. Определен в Гражданском кодексе РФ как добровольное объединение граждан на основе членства для совместной хозяйственной деятельности, основанной на их личном участии и объединении имущественных паевых взносов.

Имущество, переданное в виде паевых взносов становится собственностью кооператива. Первоначальный взнос участника составляет 10 % от его паевого взноса, остальная часть выплачивается в соответствии с уставом. Высшим органом управления является общее собрание участников, на котором обсуждаются вопросы распределения прибыли и убытков кооператива. Каждый участник имеет право только одного голоса. К исполнительным органам относятся правление и (или) председатель. Если число участников кооператива составляет более 50 чел., может быть создан наблюдательный совет, функцией которого является контроль деятельности исполнительных органов. Прибыль распределяется между участниками пропорционально их трудовому вкладу. Точно

также распределяется и имущество при ликвидации кооператива, оставшееся после удовлетворения требований кредиторов.

Участник кооператива может добровольно выйти из него в любое время, но также его могут исключить из членов решением общего собрания. Бывший участник имеет право получить стоимость своего пая или имущество, соответствующее пая, после утверждения годового балансового отчета. Передача пая третьим лицам возможна только с согласия кооператива, при этом другие члены кооператива имеют преимущественное право выкупа доли. Участники имеют также право наследования своего пая. Ликвидация кооператива осуществляется либо по решению суда, либо на основании решения общего собрания; в том числе в результате банкротства.

Государственные и муниципальные унитарные предприятия. Государственные и муниципальные предприятия — юридические лица, у которых имущество и управление ими полностью или частично находится в руках государства и его органов (министерств, ведомств, объединений) или муниципалитетов (муниципальная собственность).

Имущество такого предприятия принадлежит ему на праве хозяйственного ведения или оперативного управления. Особенностью государственного или муниципального предприятия является то, что они в своей деятельности руководствуются не только получением прибыли, но и удовлетворением общественных потребностей.

Следует различать государственные предприятия и государственные учреждения. К государственным учреждениям относятся детские сады, школы, поликлиники, общественные службы.

Согласно ГК РФ только государственные и муниципальные предприятия могут функционировать в форме унитарных предприятий.

Унитарным предприятием (УП) признается коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней собственником имущество. Имущество унитарного предприятия является неделимым и не может быть распределено по вкладам (долям, паям), в том числе между работниками предприятия (ст. 113 ГК РФ). Фирменное наименование унитарного предприятия должно содержать указание на собственника его имущества. Собственник УП назначает руководителя, который ему же и подотчетен. Унитарное предприятие отвечает по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом. Оно не несет ответственности по обязательствам собственника его имущества.

В унитарном предприятии разрабатывается устав, который утверждается уполномоченным государственным (муниципальным) органом и включает:

- 1) наименование и адрес предприятия с указанием собственника;
- 2) предмет и цели деятельности предприятия;
- 3) порядок управления деятельностью предприятия;
- 4) размер уставного фонда, порядок и источники его формирования.

Унитарное предприятие, как и любое другое, подлежит регистрации на государственном уровне, причем его уставный фонд должен быть полностью оплачен собственником на момент регистрации. Размер уставного фонда составляет не менее 1 000 размеров минимальной месячной оплаты труда на дату предоставления документов на регистрацию.

Различают два типа унитарных предприятий.

1. *Основанное на праве хозяйственного ведения* — создается по решению уполномоченного на то государственного органа или органа местного самоуправления (ст. 114 ГК РФ). Учредительным документом предприятия, основанного на праве хозяйственного ведения, является его устав, утверждаемый уполномоченным на то государственным органом или органом местного самоуправления. Размер уставного фонда предприятия, основанного на праве хозяйственного ведения, не может быть менее суммы, определенной законом о государственных и муниципальных унитарных предприятиях. Такое предприятие пользуется достаточной экономической самостоятельностью; при этом собственник имущества, как правило, не отвечает по обязательствам данного предприятия. Собственник имущества предприятия, основанного на праве хозяйственного ведения, не отвечает по обязательствам предприятия, за исключением случаев, предусмотренных п. 3 ст. 56 ГК РФ.

2. *Основанное на праве оперативного управления* (казенные предприятия) — при недостаточности имущества государство несет субсидиарную ответственность по его обязательствам (ст. 115 ГК РФ).

В целом сегодня для России характерно появление новых сложных форм предпринимательства, сочетающих в себе элементы трех выделенных нами типов. Так, получили распространение унитарные предприятия, уставный капитал в которых имеет форму уставного фонда. Имеются организации и общества, которые созданы и функционируют без наличия устава, а вместо уставного капитала имеют складочный капитал.

3.8. Основные организационно-правовые формы некоммерческих организаций

Некоммерческие организации — юридические лица, не имеющие извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности и не распределяющие полученную прибыль между ее участниками.

Некоммерческие организации обычно создаются ради удовлетворения общественных благ: образовательных, научных, социальных, благотворительных, культурных и т. п. В этих организациях установлен запрет на распределение прибыли, полученной от предпринимательской деятельности, между ее участниками. Некоммерческие организации могут осуществлять предпринимательскую деятельность лишь постольку, поскольку это служит достижению целей, ради которых они созданы, и соответствующую этим целям.

В Федеральном законе «О некоммерческих организациях» определен примерный перечень тех видов деятельности, которые относятся к социально ориентированным. Деятельность этих организаций направлена на решение социальных проблем в обществе. К ним относятся: социальная поддержка и защита граждан, оказание помощи пострадавшим в результате стихийных бедствий и конфликтов, беженцам, вынужденным переселенцам, охрана окружающей среды, защита животных и т. п. Таким некоммерческим организациям государство будет оказывать поддержку в виде финансовой, материальной, информационной и консультативной помощи. Им будут предоставляться налоговые льготы, помощь в подготовке работников и добровольцев таких служб и др.

Некоммерческая организация приобретает статус юридического лица с момента государственной регистрации. Такая организация создается без ограничения срока деятельности. Она имеет в собственности или оперативном управлении обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом. Организация может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде.

Некоммерческая организация должна иметь самостоятельный баланс или смету, может открывать счет в банке, а также имеет свою собственную печать.

Юридические лица, являющиеся некоммерческими организациями, могут создаваться в форме потребительских кооперативов, общественных или религиозных организаций (объединений),



Рис. 3.6. Организационно-правовые формы некоммерческих организаций

учреждений, благотворительных и иных фондов, а также в других формах, предусмотренных законом (ст. 50 ч. 1 ГК РФ).

Рассмотрим основные организационно-правовые формы некоммерческих организаций (рис. 3.6).

Фонд — некоммерческая организация, учрежденная гражданами и (или) юридическими лицами на основе добровольных имущественных взносов, целью которых является образовательная, социальная, культурная, благотворительная и иная деятельность. Имущество, переданное фонду его учредителями, является собственностью этого фонда. Фонд не отвечает по обязательствам своих учредителей. Фонд может заниматься предпринимательской деятельностью для достижения общественно-полезных целей. Фонд обязан ежегодно публиковать отчеты об использовании своего имущества.

Государственная корпорация — некоммерческая организация, не имеющая членства, учрежденная на основе имущественного

взноса. Она создается для осуществления социальных, управленческих и иных общественно полезных функций. Имущество, переданное государственной корпорации Российской Федерацией, является ее собственностью. Государственная корпорация не отвечает по обязательствам Российской Федерации. Она может заниматься предпринимательской деятельностью и обязана ежегодно предоставлять отчеты об использовании своего имущества.

Государственная компания — не имеющая членства некоммерческая организация, созданная Российской Федерацией на основе имущественных взносов для оказания государственных услуг и осуществления иных функций на основе доверительного управления. Имущество, переданное организации Российской Федерацией, а также созданное или приобретенное в результате своей деятельности, является ее собственностью. Государственная компания не отвечает по обязательствам Российской Федерации. Она может осуществлять предпринимательскую деятельность и обязана предоставлять ежегодные отчеты о своей деятельности.

Некоммерческое партнерство — основанная на членстве некоммерческая организация, учрежденная гражданами и (или) юридическими лицами. Имущество, переданное партнерству ее членами, является собственностью этого партнерства. Некоммерческое партнерство не отвечает по обязательствам своих членов.

Члены некоммерческого партнерства имеют права:

- участвовать в управлении делами организации;
- получать информацию о деятельности организации;
- самостоятельно выходить из партнерства;
- получать часть имущества при выходе или его ликвидации.

Частное учреждение — созданная собственником (гражданином или юридическим лицом) некоммерческая организация для осуществления социально-культурных, управленческих и других целей некоммерческого характера. Имущество находится у него на праве оперативного управления.

Государственное муниципальное учреждение — создается Российской Федерацией, субъектом Российской Федерации и муниципальным образованием. Функции и полномочия учредителя осуществляются уполномоченным федеральным органом исполнительной власти, органом местного самоуправления.

Бюджетное учреждение — некоммерческая организация, созданная Российской Федерацией, субъектом Российской Федерации или муниципальным образованием. Цель такой организации — выполнение работ или оказание услуг в сферах науки, культуры, образования, здравоохранения, спорта, социальной защиты и др.

Бюджетное учреждение не вправе отказаться от выполнения государственного (муниципального) задания. Оно не вправе размещать денежные средства на депозитах в кредитных организациях, а также совершать сделки с ценными бумагами.

Автономная некоммерческая организация — не имеющая членства некоммерческая организация для предоставления услуг в сфере образования, культуры, здравоохранения, науки и спорта и др. Может быть создана в результате ее учреждения гражданами и (или) юридическими лицами на основе добровольных имущественных взносов, а также путем преобразования юридического лица другой организационно-правовой формы. Имущество, переданное ее учредителями, является собственностью организации. Автономная некоммерческая организация может заниматься предпринимательской деятельностью.

Объединения юридических лиц (ассоциации, союзы) — организации, созданные для координации их предпринимательской деятельности. Члены ассоциации (союза) сохраняют свою самостоятельность и права юридического лица. Ассоциация (союз) не отвечает по обязательствам своих членов.

Общественные и религиозные организации, объединения — добровольные объединения граждан на основе общности их интересов для удовлетворения духовных и иных нематериальных потребностей. Общественные и религиозные организации могут заниматься предпринимательской деятельностью. Члены организации не сохраняют права на переданное им в собственность имущество. Участники организации не отвечают по обязательствам этой организации.

3.9. Создание организации

Создание организации — это ответственный процесс, к которому нужно подойти очень серьезно. Если создается коммерческая организация, то это юридическое лицо, которое по гражданскому законодательству может существовать в разных организационно-правовых формах: в виде различных обществ и товариществ, производственного кооператива, государственных и муниципальных унитарных предприятий. Основная цель создания коммерческой организации, в отличие от некоммерческой, — получение прибыли.

Учреждение организации состоит из двух стадий: подготовки документов и государственной регистрации.

1. *Разработка и подготовка учредительных документов* включает в себя учредительный договор и устав. Если создается АО или ООО, то, в первую очередь, необходимо подготовить учредительный договор и устав. Товарищества функционируют только на основании учредительного договора. Для всех других форм коммерческих организаций основным документом является устав. Договор заключается между всеми участниками организации, а устав утверждается на общем собрании. Учреждение предпринимательской деятельности индивидуального предпринимателя, осуществляемой без образования юридического лица, ограничивается только второй стадией — государственной регистрацией.

В учредительных документах некоммерческих организаций и унитарных предприятий, а в предусмотренных законом случаях и других коммерческих организаций должны быть определены предмет и цели деятельности юридического лица.

В учредительных документах юридического лица (ЮЛ) определяются:

- 1) наименование юридического лица;
- 2) адрес (место его нахождения);
- 3) порядок управления его деятельностью;
- 4) другие сведения, предусмотренные специальными законами (ГК РФ, ФЗ РФ) для юридических лиц (коммерческих организаций) соответствующего вида.

В учредительном договоре ЮЛ учредители должны:

- указать организационно-правовую форму юридического лица;
- определить порядок совместной деятельности по созданию ЮЛ;
- определить состав учредителей (участников) общества;
- указать размер уставного капитала;
- порядок и сроки внесения вклада в уставный капитал при его учреждении;
- размер и состав вкладов;
- определить размер доли каждого участника общества;
- ответственность учредителей организации за нарушение обязанностей по внесению вкладов;
- порядок распределения прибыли и убытков между всеми участниками;
- условия передачи своего имущества ЮЛ;
- порядок участия в деятельности ЮЛ;
- управление деятельностью ЮЛ;
- в случае реорганизации, ликвидации организации и др. — условия выхода его участников из состава ЮЛ.

В АО, производственных кооперативах, государственных и муниципальных предприятиях основным учредительным документом является устав.

Устав организации должен содержать:

- полное и сокращенное фирменные наименования организации;
- место нахождения организации;
- структуру и компетенцию органов управления общества;
- размер уставного капитала общества;
- права и обязанности участников организации;
- размер и номинальную стоимость доли каждого участника организации;
- положения о порядке перехода доли в УК другому лицу;
- положения о порядке хранения документов в организации;
- сведения о филиалах и представительствах общества;
- иные положения, предусмотренные Федеральным законом «Об акционерных обществах».

Устав коммерческой организации включает в себя определенные дополнительные положения, предусмотренные п. 2 ст. 52 ГК РФ для коммерческих организаций соответствующего типа. Например, АО включает еще сведения о типе общества (открытое или закрытое); указывает количество акций и их номинальную стоимость; категории и типы акций (простые, привилегированные); права акционеров; порядок подготовки и проведения общего собрания акционеров и др. (п. 3 ст. 98 ГК РФ).

Отличительной чертой общества с ограниченной ответственностью (ООО) является то, что его участники несут субсидиарную ответственность по его обязательствам всем своим имуществом в равном для всех кратном размере к стоимости имущества ООО. Поэтому в учредительных документах определяется размер этой ответственности, а также содержатся иные сведения, предусмотренные Федеральным законом «Об обществах с ограниченной ответственностью».

Субсидиарная ответственность — это дополнительные (сопутствующие основному) обязательства контролирующих должника лиц и/или его руководителя, которые в установленных законом случаях несут ответственность по обязательствам должника.

2. *Государственная регистрация* — вторая стадия учреждения организации.

Чтобы можно было легально заниматься предпринимательской деятельностью в нашей стране, необходимо зарегистрироваться на государственном уровне. Поэтому все юридические лица, в том

числе и коммерческие организации, обязаны зарегистрироваться в государственных органах юстиции в порядке, определяемом законом о регистрации юридических лиц. В соответствии с ГК РФ предусматривается единая система государственной регистрации юридических лиц.

Для регистрации в государственных органах организация должна предоставить заявление о регистрации в установленной форме, решение о создании организации или протокол собрания, учредительные документы и устав, документы, подтверждающие оплату не менее 50 % уставного капитала коммерческой организации, а также квитанцию об оплате государственной пошлины в налоговый орган по месту нахождения юридического лица.

Государственная регистрация юридического лица производится по месту нахождения указанного учредителями в заявлении о регистрации постоянно действующего исполнительного органа. Государственная регистрация индивидуального предпринимателя производится по месту его жительства.

Некоммерческая организация также подлежит государственной регистрации. Документы, необходимые для государственной регистрации некоммерческой организации, представляются в уполномоченный орган или его территориальный орган не позднее чем через 3 мес со дня принятия решения о создании такой организации.

Для государственной регистрации некоммерческой организации при ее создании в уполномоченный орган или его территориальный орган представляются следующие документы:

- 1) заявление, подписанное уполномоченным лицом (далее — заявитель), с указанием его фамилии, имени, отчества, места жительства и контактных телефонов;
- 2) учредительные документы некоммерческой организации в трех экземплярах;
- 3) решение о создании некоммерческой организации и об утверждении ее учредительных документов с указанием состава избранных (назначенных) органов в двух экземплярах;
- 4) сведения об учредителях в двух экземплярах;
- 5) документ об уплате государственной пошлины;
- 6) сведения об адресе (о месте нахождения) постоянно действующего органа некоммерческой организации, по которому осуществляется связь с некоммерческой организацией.

Уполномоченный орган или его территориальный орган не вправе требовать представления других документов, кроме документов, указанных в п. 5 настоящей статьи. Решение о государ-

ственной регистрации некоммерческой организации должно быть принято не позднее чем через 14 дней со дня получения необходимых документов. Регистрирующий орган в срок, не более чем пять рабочих дней, обязан внести в единый государственный реестр юридических лиц соответствующую запись о государственной регистрации некоммерческой организации и в течение трех дней выдать заявителю свидетельство о государственной регистрации. За государственную регистрацию взимается государственная пошлина.

Отказать в государственной регистрации коммерческой организации по причине ее нецелесообразности не имеют права (п. 1 ст. 51 ГК РФ). Закон предусматривает только одну причину отказа в регистрации — неправильное составление документов. Но ошибки можно исправить. Отказ в регистрации можно обжаловать в арбитражном суде.

Коммерческая организация считается созданной и приобретает статус юридического лица со дня ее государственной регистрации (п. 2 ст. 51 ГК РФ).

3.10. Реорганизация организации

Любая организация, как коммерческая, так и некоммерческая, может быть реорганизована в порядке, предусмотренном ГК РФ, действующим Федеральным законом и другими федеральными законами.

Реорганизация организации — это изменение ее организационно-правовой формы, в результате чего права и обязанности прежнего юридического лица переходят к новому владельцу.

Реорганизация ведет к прекращению или какому-либо иному изменению правового статуса организации, в результате которого происходит создание новых или одного нового предприятия либо прекращение прежних. Реорганизация может произойти по решению самих учредителей, уполномоченных государственных органов или суда либо с согласия уполномоченных государственных органов.

Юридическое лицо обязано сообщить о начале процедуры реорганизации в регистрирующий орган в течение трех рабочих дней в письменной форме. Срок реорганизации составляет 3,5 мес.

В АО решение о реорганизации рассматривается, утверждается и принимается на общем собрании акционеров по инициативе совета директоров. Об этом должно быть оповещено за месяц до

собрания. Чтобы решение было принято, за реорганизацию должно проголосовать не менее 75 % акционеров.

В случае ООО решение о реорганизации принимается участниками на общем собрании по принципу единогласности (каждый участник лично голосует за реорганизацию ООО).

Плюсы реорганизации:

- это способ создания новой организации за счет имущества существующей организации;
- она дает возможность передачи имущества и других прочих активов новому юридическому лицу при минимальных налоговых начислениях (последствиях);
- при реорганизации права на объекты имущества и другие активы могут сохраняться за теми же лицами;
- реорганизация не подразумевает возникновения каких-либо дополнительных обязанностей, сохраняются только ранее взятые обязательства.

Процедура реорганизации может осуществляться в принудительном или добровольном порядке. *Принудительная реорганизация* происходит в судебном порядке по исковому заявлению антимонопольного органа. Делается это в целях разукрупнения предприятий и создания новых хозяйствующих субъектов. Принудительная реорганизация осуществляется в двух формах: выделение и разделение (ст. 38 Федерального закона «О защите конкуренции»).

Наиболее распространенная форма реорганизации — добровольная. *Добровольная реорганизация* осуществляется по решению самих учредителей (участников) организации. Она реализуется в следующих формах: слияние, присоединение, разделение, выделение и преобразование. Таким образом, существует пять форм реорганизации: слияние, присоединение, разделение, выделение и преобразование (рис. 3.7).

Слияние — добровольная форма реорганизации. Это процесс объединения двух или более субъектов хозяйственной деятельности, в результате чего создается новая организация. Цель данной формы реорганизации — легальное укрупнение бизнеса. К новому зарегистрированному юридическому лицу переходят все права и обязанности прежней организации. Как только новое юридическое лицо будет зарегистрировано, процесс слияния считается завершенным.

Присоединение также является добровольной формой реорганизации, когда одно или несколько предприятий прекращают свою деятельность. Все права и обязанности прежнего собственника

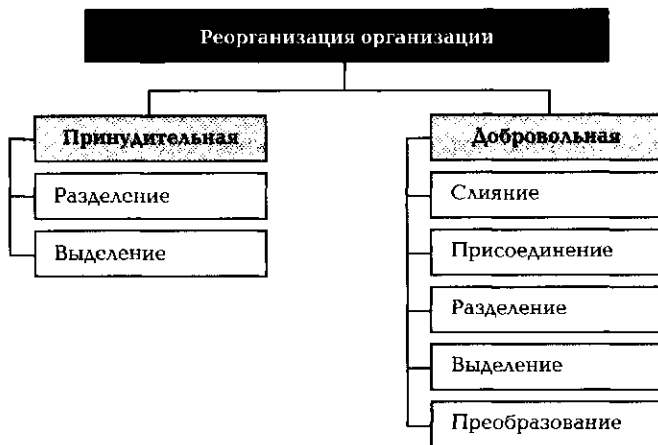


Рис. 3.7. Реорганизация организации

переходят к новому хозяйственному субъекту по передаточному акту. При этом, в отличие от процедуры слияния, новая компания не образуется, так как она уже существует, и только присоединяет к себе одну или несколько компаний. Присоединяемые предприятия по сути теряют свою самостоятельность, добровольно вливаясь в новую компанию. Цель — легальное укрупнение бизнеса либо присоединение дочерних компаний и перевод активов к присоединяемой компании. Процесс присоединения считается завершенным, когда прежнее предприятие в результате реорганизации прекращает свою деятельность.

Присоединение и слияние — самые распространенные формы реорганизации организации, являющиеся альтернативой ликвидации предприятия.

Разделение — данная форма реорганизации может быть как принудительной, так и добровольной. Она подразумевает прекращение существования организации в результате возникновения двух или более новых юридических лиц в соответствии с разделительным балансом. Все права и обязанности прежнего юридического лица переходят к правопреемнику. При этом из государственного реестра удаляется запись о разделяемом предприятии. Основная цель данной процедуры — раздел активов между собственниками компаний, участвующих в реорганизации.

Выделение — один из вариантов разделения. Так же, как и разделение, может быть принудительным или добровольным.

Из состава юридического лица выделяются одно или несколько предприятий. Все права и обязанности реорганизованного лица переходят к вновь созданным предприятиям в соответствии с разделительным балансом. Основная цель такой реорганизации — выделение активов, их очистка или новый вид деятельности организации. Такой метод используется при продаже объектов недвижимости, а также для сведения потерь рисков к минимуму и рейдерскому захвату.

Преобразование, так же как слияние и присоединение, является добровольной формой реорганизации. Это самая простая и распространенная форма реорганизации. Преобразование — процесс изменения организационно-правовой формы организации (например, закрытого АО в публичное АО). При преобразовании любой организации (коммерческой или некоммерческой) все права и обязанности переходят к вновь созданной организации в соответствии с передаточным актом. Целью преобразования как раз и является только изменение организационно-правовой формы компании. Так, частное предприятие может быть преобразовано в некоммерческую организацию; в свою очередь некоммерческая организация может преобразоваться в фонд, хозяйственное общество.

Преобразование государственных и муниципальных учреждений в некоммерческие организации или другие формы возможно в порядке, установленном федеральным законом. Решение о преобразовании частного предприятия принимается его собственником, некоммерческой организации — ее высшим органом управления, некоммерческого партнерства — единогласно ее учредителями в соответствии с настоящим Федеральным законом. Такая форма реорганизации активно используется организациями, которые принимают участие в государственных программах по закупкам, контрактам и др.

Изменение правовой формы предприятия в процессе реорганизации не должно смущать клиентов. Ведь все права и обязанности, как уже упоминалось выше, не ликвидируются, а переходят от прежнего владельца к новому. Например, вы заказали пошив костюма в государственном ателье. Когда пришли получать свою вещь, выяснилось, что ателье стало частным предприятием. Вы просто получите свой костюм у нового владельца. Единственное, что по закону должны сделать новые владельцы ателье — уведомить заранее своих клиентов о реорганизации данного предприятия. Клиент, в свою очередь, может либо расторгнуть ранее заключенный договор, если посчитает, что он понесет при этом убытки, либо продолжить сотрудничество.

Обычно для укрупнения бизнеса применяются слияние либо присоединение, а для его уменьшения (дробления) — разделение или выделение. Преобразование необходимо в случае перехода одной организационно-правовой формы организации в другую.

Вывод. Таким образом, реорганизация организации представляет собой удобную юридическую процедуру, которая дает право передачи объектов имущества и прочих активов новому владельцу при минимальных налоговых последствиях. После завершения реорганизации все права и обязанности обычно переходят к новому субъекту. В большинстве случаев реорганизация происходит добровольно по решению участников организации, но также она может произойти и принудительно по решению суда. Реорганизация организации — это своего рода своеобразный способ прекращения (ликвидации) существующего предприятия и создание нового за счет объектов имущества прежней компании. Только в отличие от ликвидации обязательства компании не прекращаются, а переходят к новому правопреемнику либо к уже существующему лицу по передаточному акту или разделительному балансу. В этих документах отражаются все сведения об обязательствах реорганизуемой организации.

3.11. Ликвидация организаций

Согласно действующему законодательству любое лицо, как юридическое, так и физическое, может быть не только создано и зарегистрировано, но и ликвидировано. Создание, реорганизация и ликвидация организации — три важных этапа для организации. *Создание* — это зарождение, образование нового хозяйствующего субъекта. На первый взгляд кажется, что реорганизация и ликвидация организации — одно и то же. Но не стоит путать эти два понятия, хотя они очень близки по смыслу. И в том, и в другом случае происходят качественные структурные изменения в организации. При реорганизации может измениться организационно-правовая форма организации, а при ликвидации предприятие перестает функционировать и выбывает из числа участников рыночных отношений. Реорганизация предприятия — форма функционирования, попытка разными способами перестроить деятельность фирмы. *Ликвидация организации* — это прекращение ее деятельности. Если при реорганизации, как мы описывали это выше, все права, обязанности и имущество переходит к новому владельцу, то при ликвидации согласно федеральному закону ликвидируются все

права и обязанности, а имущество распределяется между владельцами данного предприятия.

По закону необходимо:

- выплатить прибыль участникам организации, которая была распределена, но не выплачена;
- распределить имущество между всеми участниками организации в соответствии с их долей в уставном капитале.

Ликвидация организации — это болезненная и даже более сложная процедура чем ее создание. В условиях нестабильной экономики, инфляции не каждая фирма может продержаться и успешно функционировать на рынке долгое время. Те, кто вчера еще были успешными, сегодня становятся аутсайдерами. И каждый новый день пребывания в условиях рыночных отношений становится для них все более затратным (траты на аренду, сотрудников, офисные расходы и др.). В первую очередь, это происходит с малым и средним бизнесом, у которых имеется небольшой запас «финансовой прочности». Вовремя уйти с рынка — не такая простая задача для предпринимателей. Они не всегда имеют возможность закрыть свой бизнес легально, быстро и легко. Поэтому предприятия прекращают сдавать отчетность в Министерство по налогам и сборам Российской Федерации, во внебюджетные фонды, статистическую службу и т.д. В результате на рынке образуется все больше фирм — «мертвых душ», так называемых висячих, которые формально существуют, а фактически их уже нет. Очищение рынка от таких организаций — задача уполномоченных органов государственной власти. Ликвидация организации проходит в пять этапов (рис. 3.8).

Ликвидация организации, так же как и реорганизация, осуществляется двумя способами: добровольным и принудительным. *Добровольная ликвидация* как коммерческой, так и некоммерческой структуры происходит по решению всех участников организации; *принудительная ликвидация* — по решению суда.

Решение о добровольной ликвидации принимают учредители организации или орган управления, например в АО — это общее собрание акционеров (в случае одобрения не менее 3/4 голосов общего собрания акционеров). Затем назначается ликвидационная комиссия, утверждаются сроки и порядок ликвидации. Необходимо также сообщить о прекращении своей деятельности в налоговый орган по месту учета в трехдневный срок с момента принятия решения о ликвидации и поместить сообщение о ликвидации организации. Ликвидационная комиссия производит расчеты с кредиторами и потом распределяет оставшееся после удовлетворения

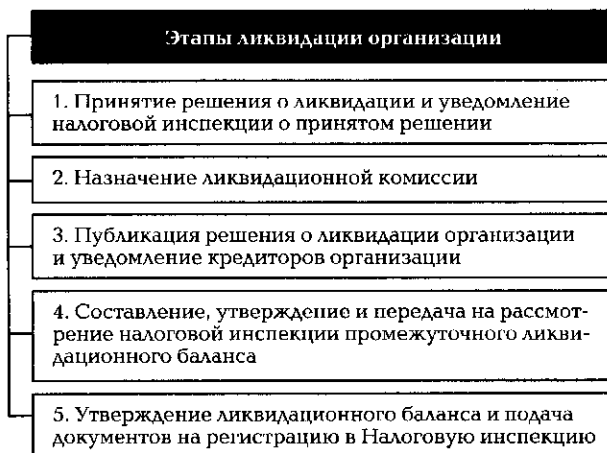


Рис. 3.8. Этапы ликвидации организации

требований кредиторов имущество между участниками ликвидирующейся компании.

При добровольном способе обычно не возникает особых конфликтов. Главное, чтобы при этом у организации не было никаких противоправных намерений. Например, строительная организация, набрав множество заказов на постройку домов, возвела нулевой цикл (фундамент), начала строить дома, но, не достроив их, заявила о ликвидации своей организации. В таком случае разбираться в этом необходимо правоохранительным органам.

Недостатком добровольной ликвидации является то, что это довольно продолжительный бюрократический процесс (от 4 до 8 мес), процедура обязательна, да еще с налоговыми проверками.

Принудительная ликвидация производится по решению суда в случаях, установленных законодательно ГК РФ:

- осуществление предпринимательской деятельности без государственной регистрации;
- осуществление деятельности без надлежащего разрешения либо запрещенной законом (торговля оружием, наркотиками и др.);
- неоднократное и грубое нарушение закона или иных правовых актов (продажа товаров без сертификатов качества или без лицензии либо в случае, если стоимость чистых активов компании стала меньше установленного законом минимального размера уставного капитала);

- неоднократные или грубые нарушения налогового законодательства;
- вследствие признания организации несостоятельным (банкротом);
- наличие иных оснований, предусмотренных законом.

Последствия, происходящие в результате прекращения деятельности и ликвидации организации:

- 1) государство утрачивает налогоплательщика;
- 2) субъекты хозяйственной деятельности, сотрудничающие с организацией, теряют партнера;
- 3) клиенты лишаются возможности пользоваться услугами данной организации,

Вывод. Ликвидация организации — процесс достаточно сложный и утомительный, но необходимый на определенном этапе функционирования организации.

Для того чтобы ликвидировать организацию, необходимо выполнить следующие действия:

- подготовить необходимую документацию;
- отправить собранные документы в соответствующие органы;
- сообщить в налоговую инспекцию;
- предупредить за 2 мес фонды занятости, обязательного медицинского страхования, пенсионный фонд и другие органы;
- уведомить кредиторов и должников;
- дать объявление в Вестник регистрации РФ.

Так как ликвидация организации определена законодательно, невыполнение всех требований может повлечь за собой штрафные санкции со стороны соответственных надзорных органов государственной власти.

3.12. Банкротство предпринимателей и организаций

Если предприниматель (или юридическое лицо) не способен выполнить свои обязательства перед гражданами либо организациями, то он становится банкротом согласно Федеральному закону от 26 октября 2002 г. № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» (ред. от 03.12.2012).

Несостоятельность (банкротство) — признанная арбитражным судом неспособность должника в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей.

Должник — это физическое или юридическое лицо, которое оказывается не в состоянии удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам — оплатить обязательные платежи в течение срока, установленного настоящим Федеральным законом.

Денежное обязательство — это такое обязательство, по которому должник обязан уплатить кредитору определенную денежную сумму по гражданско-правовой сделке.

Обязательные платежи — налоги и другие обязательные взносы, которые необходимо отчислять в бюджет в порядке и на условиях, определяемых законодательством Российской Федерации.

Срок, который отводится должнику на выплаты кредиторам, составляет 3 мес.

Причин, по которым можно оказаться неплатежеспособным много. Назовем некоторые из них:

- неполная информация о потребностях рынка;
- ошибочный выбор производимой продукции;
- отсутствие опыта в предпринимательской деятельности;
- неумелая организация производства;
- несостоятельность партнеров;
- инфляция и экономические кризисы;
- политическая ситуация в стране и др.

Банкротом может стать как индивидуальный предприниматель, так и любая коммерческая организация.

Индивидуальный предприниматель может стать банкротом по следующим причинам:

- 1) несостоятельность предпринимателя оплатить кредиторам по своим долгам;
- 2) истек трехмесячный срок оплаты по обязательствам;
- 3) арбитражный суд вынес решение о признании индивидуального предпринимателя банкротом.

Как только индивидуальный предприниматель будет признан банкротом, он сразу лишится государственной регистрации. Однако законом ему запрещается заниматься предпринимательством только один год. После этого срока он может снова начать свое дело на законных основаниях.

Рассмотрим порядок признания банкротом коммерческих организаций. В отличие от ИП это уже более крупная организация, где работает не один, а много людей. Поэтому это более болезненный процесс. А если это коснется АО, то могут пострадать не только тысячи и сотни тысяч людей, но и отдельные отрасли и даже страна в целом. Поэтому банкротство крупных организаций проходит

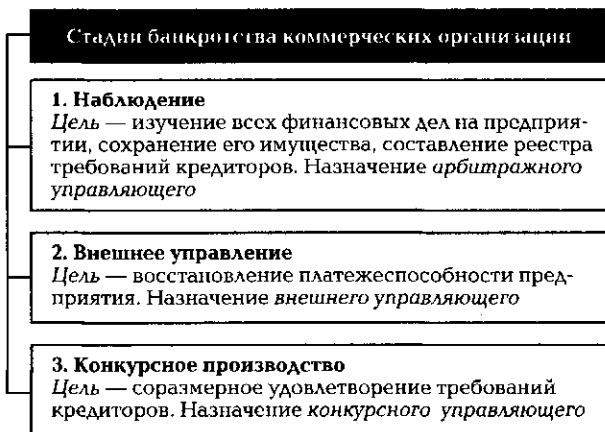


Рис. 3.9. Стадии банкротства коммерческих организаций

три стадии: наблюдение, внешнее управление и конкурсное производство (рис. 3.9).

1. *Наблюдение*. Это начальная стадия, которая вводится по решению арбитражного суда по заявлению о признании организации банкротом. Заявление может исходить как от самого должника, так и от налоговой инспекции, прокурора и других лиц.

Целями наблюдения являются изучение и проведение анализа финансового состояния должника, обеспечение сохранности его имущества и оказание помощи в принятии судом правильного решения по поступившему заявлению. Для проведения наблюдения судом назначается *арбитражный управляющий* — независимый человек, специалист в предпринимательской деятельности. Срок действия наблюдения — не более 5 мес.

2. *Внешнее управление*. Вторая стадия, цель которой — восстановление платежеспособности организации. Она устанавливается в том случае, когда по мнению арбитражного управляющего еще есть возможность выйти из этой кризисной ситуации. Арбитражный суд утверждает *внешнего управляющего*, который устраняет директора предприятия и сам занимается управлением. Внешнее управление заключается на срок до одного года, но при необходимости может быть продлен еще на 6 мес. В течение этого срока может быть восстановлена платежеспособность предприятия.

3. *Конкурсное производство*. Назначается, когда ясно, что предприятие не в состоянии оплатить долги, и арбитражный суд вы-

нужден признать предприятие банкротом. Цель конкурсного производства — соразмерное удовлетворение требований кредиторов. Для этой процедуры назначается *конкурсный управляющий* на срок до 18 мес. В течение этого времени ему необходимо описать все имущество и распределить его между кредиторами в очередности, предусмотренной законом.

Порядок очередности распределения долгов:

1) выплата заработной платы сотрудникам обанкротившегося предприятия;

2) обязательные выплаты в бюджет в виде налогов, пенсионных отчислений и др.;

3) выплата долгов кредиторам.

По закону на любой стадии банкротства можно заключить мировое соглашение в письменной форме между должником и кредиторами. Если мировое соглашение будет подписано, процедура банкротства прекратится.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Кто такой предприниматель?
2. В чем заключаются особенности предпринимателя?
3. Дайте определение предпринимательству.
4. Кто может заниматься предпринимательством?
5. Кто является субъектом предпринимательской деятельности?
6. Каковы источники предпринимательской деятельности?
7. Перечислите основные формы собственности и дайте им краткую характеристику.
8. Какую форму собственности вы считаете лучшей и почему?
9. Какие существуют виды ответственности? Где больше риска?
10. Охарактеризуйте основные критерии различия фирм.
11. Какие вы знаете формы предпринимательской деятельности?
12. Перечислите достоинства и недостатки ИП (товарищества, АО).
13. Назовите основные формы коммерческих и некоммерческих организаций.
14. Что необходимо предпринять, чтобы создать организацию? Как она создается?
15. Какие существуют формы реорганизации предприятия?
16. В каком случае ликвидируется организация?
17. Что такое несостоятельность организации?
18. Каковы причины банкротства?
19. Кто может стать банкротом и для кого эта процедура более болезненна?
20. Какие стадии банкротства проходит коммерческая организация?
21. Какова очередность выплаты долгов при банкротстве?

Глава 4. РОЛЬ ОРГАНИЗАЦИИ В ПРОИЗВОДСТВЕ

4.1. Производственная структура предприятия

Производственная структура предприятия — это хозяйственный объект, включающий в себя комплекс производственных единиц (цехов, отделов, служб, лабораторий), взаимосвязанных между собой в процессе производства.

Производственная структура предприятия зависит от того, к какой отрасли производства оно относится, от вида выпускаемой продукции, размеров самого предприятия, типа производства и др. Предприятие может состоять из однотипных цехов или участков либо из разных, исходя из особенностей технологических процессов, объединенных в единое целое производство для создания продукции, работ или услуг. Стандартной, раз и навсегда установленной производственной структуры нет. Она постоянно видоизменяется в зависимости от различных социально-экономических причин.

Несмотря на многообразие структур основной задачей производственных предприятий является производство и реализация продукции в целях получения прибыли.

Структура производственного предприятия состоит:

- из цехов основного производства;
- цехов вспомогательного производства;
- обслуживающих цехов;
- отделов, служб, лабораторий;
- прочих отделов непромышленного назначения (подсобные, социально-бытовые и др.).

В организации производственного процесса различают следующие типы производств:

- основное, где в цехах основного производства производится непосредственно сама продукция;
- вспомогательное — цехи вспомогательного производства создают условия для успешного и непрерывного функционирования основного производства выпуска продукции (ремонтный цех, химическая лаборатория, контрольно-измерительных приборов и т. п.);

- обслуживающее, при помощи которого основное и вспомогательное производство снабжает транспортными средствами, складами, техническим контролем и др.

В соответствии с типами производства производственная структура предприятия включает в себя основные, вспомогательные и обслуживающие цехи.

Цехи основного производства предназначены для того, чтобы из сырья и материалов изготовить продукцию. Основные задачи данного цеха: своевременное и бесперебойное обеспечение выпускаемой продукции; повышение качества продукции; снижение затрат на производство; рост объемов производства продукции при повышении спроса на нее; изменение технологии производства в соответствии с запросами рынка.

Вспомогательные цехи не принимают непосредственного участия в производственном процессе, но без них невозможен основной процесс производства. Основной задачей вспомогательных цехов является поддержание непрерывной работы цехов основного производства. К вспомогательным цехам относятся: цехи по ремонту оборудования, машин, инвентаря, зданий, сооружений; по обеспечению электрической и тепловой энергией, контрольно-измерительных приборов и др.

Основной задачей обслуживающих цехов также является бесперебойная работа основного производства. Это осуществляется при помощи транспортных средств и складских помещений для сырья, материалов, хранения и перевозки готовой продукции.

Основные элементы производственной структуры — рабочее место, участок, цех.

Рабочее место — элемент производственной структуры; это место, где должен находиться работник для выполнения работы (производственных операций) в условиях, предусмотренных нормативно-технической документацией. Рабочее место занимает часть производственной площади цеха, оснащенное оборудованием, различными средствами и предметами труда, на котором рабочий (или группа рабочих) выполняет отдельные операции производственного процесса.

В зависимости от закрепленного за рабочим местом количества оборудования и работников, рабочее место может быть:

- простым — за рабочим местом закреплен один рабочий и одна производственная единица оборудования;
- многостаночным — один рабочий обслуживает несколько единиц оборудования;

- комплексным — не один, а целая бригада рабочих обслуживает один агрегат.

В зависимости от закрепленной за рабочим местом производственной площади бывают:

- стационарные рабочие места — работнику выделяют часть производственной площади для выполнения работ;
- подвижные — без выделения постоянного рабочего места (обычно это обходчики, ремонтники, слесари, наладчики и др.).

На производственном предприятии зачастую из рабочих формируются бригады (объединения нескольких человек) для выполнения совместной работы. Численно-профессиональный состав бригады зависит от сложности и специфики выполняемых работ.

Совокупность рабочих мест, где производятся различные технологические операции, объединяются в участки.

Существует два принципа организации участков:

1) технологический — на однотипном оборудовании рабочие выполняют определенный вид операций. Такие участки используются для единичного и мелкосерийного производства продукции;

2) предметно-замкнутый — на разнотипном оборудовании работают рабочие разных специальностей. Такой тип участков применяется для крупносерийного и массового производства. Обычно это осуществляется на поточных линиях.

Когда несколько производственных участков объединяются, они образуют цех.

Цех — это элемент производственной структуры предприятия; территориально обособленное специализированное подразделение производственного предприятия, созданное для выпуска продукции либо осуществления определенного этапа производственного процесса. Во главе цеха стоит начальник.

На эффективность работы предприятия влияет количество и профессионализм работающих на нем специалистов. Грамотное их распределение по рабочим местам влияет в конечном итоге на финансовое благополучие предприятия.

4.2. Производственный процесс и принципы его организации

Производственный процесс — это совокупность человеческих ресурсов и средств производства, направленных на превращение исходных сырья и материалов в готовую продукцию. Производственный процесс состоит из операций.

Производственная операция — часть производственного процесса, которая выполняется на одном рабочем месте одними и теми же предметами труда на одном и том же оборудовании.

В зависимости от характера использования средств труда операции бывают:

- *ручные*, когда продукция вырабатывается ручным способом без применения машин, механизмов, механизации и автоматизации производственного процесса;
- *машинно-ручные*, когда работник производит продукцию при помощи ручного инструмента и машин;
- *машинные*, когда работы осуществляются с помощью станков, машинного оборудования, иногда без рабочего или при его неполном участии в данной операции;
- *автоматизированные*, когда процесс производства продукции осуществляется на автоматизированном оборудовании без привлечения рабочего.

Последовательность выполнения операций во время производственного процесса изготовления продукции от начала до конца называется *производственным циклом*. Его продолжительность зависит от вида выпускаемого товара и технологии его изготовления. Производственный цикл может измеряться в часах, днях и т. п. На длительность производственного цикла также влияет тип производства. Производство бывает:

- *массовое* — производство узкой номенклатуры товара, его большого объема, который изготавливается постоянно в течение длительного периода времени на узкоспециализированном рабочем месте;
- *серийное* — производство ограниченной номенклатуры товара (выпуск продукции партиями), где за одним рабочим местом закреплено выполнение нескольких операций;
- *единичное* — производство широкой номенклатуры товара малого объема, при выполнении его при помощи различных операций на каждом рабочем месте.

Серийное производство в свою очередь подразделяется на крупносерийное, или массовое; среднесерийное; мелкосерийное. В зависимости от типа производства предприятия подразделяются на крупные, средние и малые. Крупное — предприятие, на котором осуществляется массовое производство. Среднее — предприятие с серийным типом производства. Малое — предприятие по выпуску продукции на единичном производстве.

Организация производственного процесса зависит от типа производства, что в свою очередь оказывает влияние на структуру се-

бестоимости, анализ затрат (в единичном производстве бóльшая часть затрат приходится на рабочую силу, а в массовом производстве — на содержание, эксплуатацию и ремонт основных средств), на уровень оснащенности и в целом на экономические показатели работы предприятия.

4.3. Производственные возможности предприятия

Производственная мощность предприятия. Любое производственное предприятие создается и работает ради получения прибыли. Но чтобы получить прибыль, необходимо выпустить продукцию и успешно ее реализовать. Выпуск определенного количества продукции зависит от производственных возможностей предприятия. Производственные возможности определяются не только оптимальным объемом производства продукции, но и производственной мощностью. О производственных возможностях предприятия можно судить по таким показателям, как производственная мощность и оптимальный объем производства продукции.

Производственная мощность предприятия — это оптимально возможный выпуск продукции за единицу времени при максимальном использовании основных производственных фондов, передовой технологии, организации производства и труда.

Оптимальный объем производства продукции — такое количество продукции, которое производится при наименьших затратах, с наиболее высокой эффективностью.

Также уровень использования производственных возможностей рассчитывается при помощи точки безубыточности предприятия. Суть данного расчета сводится к тому, что нужно вычислить, начиная с какого объема производства продукции его реализация будет приносить предприятию прибыль. Точка самоокупаемости показывает тот минимальный объем выпускаемой продукции, ниже которого предприятие будет получать убытки.

Рассмотрим на графике нахождение точки безубыточности (рис. 4.1).

При выпуске продукции от 0 до O_1 предприятие будет получать убытки при ее реализации, так как затраты будут превышать выручку. В точке O затраты и выручка сравниваются; предприятие окупит свои затраты. Поэтому точка O называется точкой самоокупаемости. При дальнейшем выпуске продукции уже выручка будет превышать затраты и предприятие при этом начнет получать при-

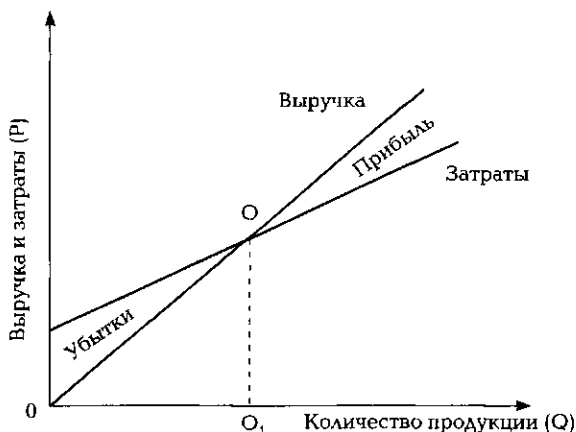


Рис. 4.1. Расчет точки безубыточности производства

быль. Вот почему нужно уметь находить такую точку безубыточности производства и знать тот минимальный выпуск продукции, ниже которого у него будет убыток.

Степень эксплуатации производственных мощностей отражается в ряде показателей.

1. *Кoeffициент использования производственной мощности* — отношение годового выпуска продукции к среднегодовой мощности текущего года.

2. *Кoeffициент загрузки оборудования* — отношение фактически используемого рабочего времени оборудования к располагаемому рабочему времени того же оборудования за один и тот же период времени. Данный показатель характеризует недостачу или избыток оборудования в производстве.

3. *Общий коэффициент* — отношение фактического (планового) объема производства продукции к среднегодовой производственной мощности предприятия.

4. *Интенсивный коэффициент* — отношение среднесуточного выпуска продукции к среднесуточной производственной мощности предприятия.

5. *Экстенсивный коэффициент* — отношение фактического (планового) рабочего времени к расчетному фонду рабочего времени.

Производственная мощность — важный показатель предприятия. От нее зависит объем выпускаемой продукции, состав работников, вся организация производственного процесса, а также эффективность развития предприятия.

На производственную мощность влияют: оснащение производственного процесса основными средствами; использование современного и модернизированного оборудования; фонд использования рабочего времени оборудования; уровень технологического процесса производства; эффективная организация производства и труда; специфика выпускаемой продукции.

Пути повышения использования производственной мощности: 1) эффективное использование оборудования в производственном процессе; 2) более полная загрузка оборудования; 3) грамотное использование фонда рабочего времени; 4) увеличение производительности работы оборудования; 5) уменьшение затрат основного машинного времени; 6) качественный ремонт оборудования, сокращение простоев его в ремонте.

На современном этапе эффективное использование производственной мощности на предприятии необходимо в целях повышения конкурентоспособности выпускаемой продукции, ее высокого качества, расширения рынков сбыта, получения максимальной прибыли.

4.4. Энергосбережение и энергоэффективность предприятия

Политика ресурсосбережения и, в частности, энергосбережения является приоритетным направлением не только в экономике нашей страны, но и в мире в целом. Колоссальные потери энергии вынуждают искать дополнительные источники добычи природных ресурсов, но, к сожалению, природа создает эти ресурсы веками, а человечество потребляет их за десятилетия. Поэтому они не успевают восстанавливаться. Необходимо искать не новые месторождения ресурсов, а разрабатывать и внедрять на производстве прогрессивные технологии ресурсо- и энергосбережения, что приведет к повышению эффективности самого производства. Кстати, при повышении в стране энергосбережения на 1 % прирост ВВП увеличивается на 0,4 %. А так как наша страна — одна из самых энергоемких по сравнению с другими странами, то это очень важное направление для нас.

Любое промышленное предприятие использует различные виды энергии для своего производства (электроэнергию, теплоэнергию, газ, воду). Неразумное потребление энергии, связанное с использованием устаревшего оборудования, отсутствием контроля за потреблением энергии, увеличивает энергопотери и приводит к

существенным расходам. Все это увеличивает стоимость производимого продукта и снижает величину прибыли. Дополнительные затраты из-за постоянного роста стоимости энергоресурсов также ощутимо влияют на эффективность процесса производства. Часть денег, которые предприятие могло бы разумно использовать на новые технологии, закупку более качественного сырья и оборудования, увеличение заработной платы работникам и многое другое, уходит на оплату энергоресурсов. В результате предприятие производит менее качественную продукцию, оно становится неконкурентоспособным. В конечном итоге это даже может привести предприятие к его ликвидации. Тем не менее многие руководители отечественных предприятий не совсем понимают важность внедрения технологии энергосбережения.

Причины нежелания внедрения энергосберегающих технологий на производстве: 1) отсутствие полной и достоверной информации по энергосберегающим технологиям; 2) недостаточность мотивации соблюдения политики энергосбережения; 3) нежелание руководителей взваливать на себя дополнительные проблемы, которых и так хватает на производстве; 4) слабая активность организаций, занимающихся внедрением технологий энергосбережения; 5) опасения руководителей, что внедрение технологий энергосбережения приведет к еще большим дополнительным затратам и потребует существенных изменений всего технологического процесса производства.

Задача экспертов доказать руководству предприятия, что такие затраты значительно ниже любых других способов увеличения производственной мощности.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Раскройте производственную структуру предприятия.
2. Из каких операций состоит производственный процесс?
3. Какие бывают типы производства?
4. По каким показателям можно судить о производственных возможностях предприятия?
5. Покажите на графике точку безубыточности производства. Что она характеризует?
6. Какие факторы влияют на производственную мощность предприятия?
7. Для чего необходимо внедрять энергосберегающие технологии на производстве?

Глава 5. ПРЕДПРИЯТИЕ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ. ЭКОНОМИКА ИНФОРМАЦИИ, НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ И РИСКА

5.1. Внутренняя и внешняя среда организации

В деятельности организации (предприятия) немаловажную роль играет внутренняя и внешняя среда. Грамотное управление своей внутренней и внешней средой в конечном итоге повлияют на величину прибыли (рис. 5.1).

Внутренняя среда — это ресурсы: материальные (здания, технологическое оборудование, машины, инфраструктура), человеческие, финансовые, которые непосредственно связаны с производством внутри предприятия. Для достижения поставленных

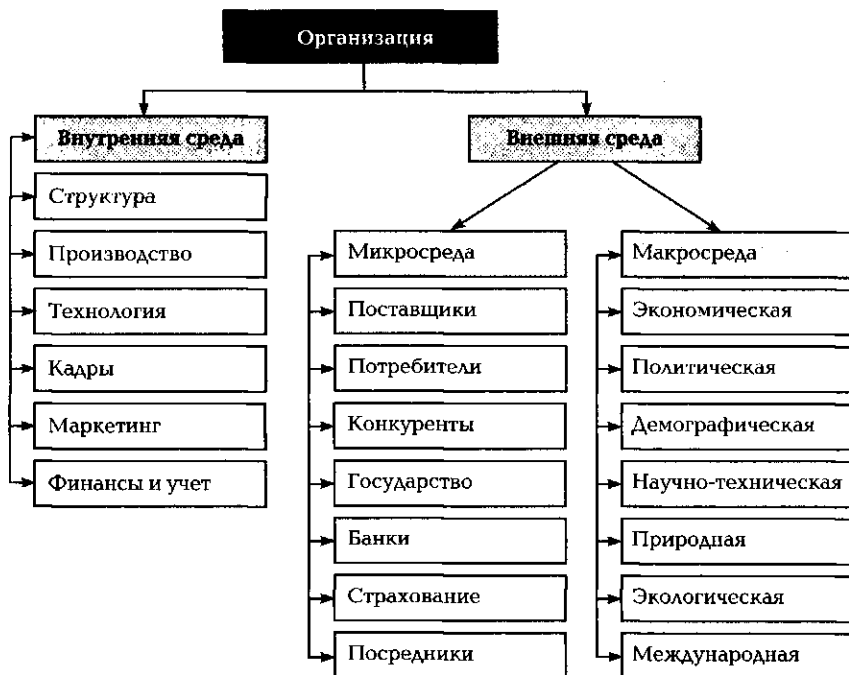


Рис. 5.1. Внутренняя и внешняя среда организации

производственных целей и задач предприятие само организует, развивает и совершенствует свою внутреннюю среду.

Внутренняя среда включает в себя следующие элементы.

Структура организации. На предприятии важно иметь четкую структуру организации производства, управленческую структуру, организацию системы коммуникаций.

Производство. Организации необходимо решать задачи производственного характера: обеспечение сырьем и материалами, их запас для бесперебойного обеспечения, наличие оборудования в достаточном количестве, максимальное использование производственной мощности, объем выпускаемой продукции, контроль за качеством продукции и др.

Технология. Внедрение новых более прогрессивных технологий,

Кадры. Это важный элемент внутренней среды организации. Персонал должен быть высококвалифицированным, количественный состав — оптимальным, стоимость рабочей силы — соответственной. От этого зависит производительность труда.

Маркетинг. Выпуск продукции в соответствии со спросом, обновление товара на основании исследований рынка, проведение маркетинговых исследований, грамотная реклама, политика ценообразования, расширение каналов сбыта продукции, наличие информации о потенциальной емкости рынка, потребностях потребителей.

Финансовая система и учет. Расчет затрат, прибыльности и рентабельности, соотношение собственных и заемных средств, оборачиваемость оборотных средств в процессе производства, платежеспособность предприятия, его финансовая устойчивость, формирование бюджета и др.

Внешняя среда — это вся та деятельность организации, которую она осуществляет за пределами (вне) предприятия, но уже сама непосредственно повлиять на эту среду не может. Это — государственное регулирование рынка, политика ценообразования, система налогообложения, конкуренция, взаимосвязь с потребителями и поставщиками, международная обстановка и др. Внешняя среда оказывает существенное влияние на эффективность производства и дальнейшее благополучие деятельности предприятия. Поэтому организация должна постоянно учитывать все внешние связи, с которыми она непосредственно связана, в противном случае это может для нее обернуться существенными затратами.

Внешняя среда включает в себя:

микросреду (поставщики, потребители, конкуренты, государство, финансово-кредитные учреждения, страховые компании, посредники);

макросреду (экономическая, политическая, демографическая, научно-техническая, природная, экологическая, международная).

Микросреду составляют:

поставщики — хозяйственные субъекты, поставляющие материально-технические ресурсы;

потребители — покупатели продукции, товаров и услуг организации;

конкуренты — соперники в борьбе за покупателя, более выгодные рынки сбыта;

государство — орган власти, оказывающий всевозможные государственные услуги;

финансово-кредитные учреждения — банки и другие кредитные организации, предоставляющие ссуду;

страховые компании — страхуют от всевозможных рисков;

посредники (торговые и маркетинговые) — промежуточное звено продавцов, приобретающих товары в целях их последующей перепродажи, сбыта, продвижения на рынке.

Макросреда включает в себя ряд факторов.

Экономические. Инфляция, экономические кризисы оказывают влияние на цикличность производства (подъемы и спады), ведет к росту безработицы, повышению уровня цен, падению доходов и жизненного уровня населения. Экономическая стабильность приводит к росту объемов производства, увеличению инвестиций, увеличению запятости населения, повышению доходов.

Политические. Политические события отражаются на экономической, производственной и социальной деятельности организации. Политическая ситуация может повлиять на увеличение затрат на ресурсы, потерю прибыли.

Демографические. Превышение смертности над рождаемостью, старение населения приводят к изменению в структуре трудовых кадров. Это вынуждает организации экономить живой труд за счет более активного внедрения механизации и автоматизации технологических процессов. Изменения в количественном составе групп населения оказывают влияние на изменения в спросе на продукцию и услуги.

Научно-технические. Внедрение достижений НТП, научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок в производство, совершенствование и внедрение новой техники и технологии способствуют интенсификации производства. Все это приводит к повышению производительности труда и эффективности производства.

Природные. Необходимо разумно использовать природные ресурсы вследствие их ограниченности и дефицита, проводить политику энерго- и ресурсосбережения.

Экологические. Нужно принимать меры по защите окружающей среды, наладить организацию производства экологически чистой продукции, проводить жесткий контроль со стороны государства за безопасный и экологически чистый продукт.

Международные. Колебания валютного курса, барьеры, квоты и преграды в международной торговле, международные финансовые отношения, политическая и экономическая стабильность — все эти факторы влияют на внешнеэкономическую деятельность организации.

Макросреду охватывает большее количество факторов, что влечет за собой большую степень риска, непредсказуемости и неопределенности.

Для эффективной работы предприятия необходимо умело управлять своей внутренней средой с учетом внешних факторов.

5.2. Выбор в условиях неопределенности. Неопределенность и риск

Наша жизнь изменяется с каждым днем, поэтому постоянно приходится принимать все новые и новые решения, какой бы области это ни касалось.

Основой принятия рационального решения является информация. Важность информации при использовании средств и ресурсов, направленных на удовлетворение потребностей людей, давно не вызывает сомнений. Например, один из основателей теории денежной политики Фридрих фон Хайек считал, что успех деятельности того или иного рынка обусловлен функционированием рыночных цен в качестве механизма передачи информации. Именно отсутствие подобного механизма способствует возникновению многочисленных проблем у экономик нерыночного типа.

В условиях идеальной модели свободного рынка (при совершенной конкуренции) распределение информации симметрично между продавцом и покупателем, в результате чего неопределенность исчезает. Информация, заключенная в ценах, позволяет владельцам ресурсов, изготовителям и потребителям продукции фирм достичь хорошей координации экономической активности. В то же время для современных условий характерна несовершенная

конкуренция, когда информация, подобно другим экономическим благам, как правило, ограничена. Это может являться следствием внешних факторов и феномена недостаточной конкуренции, приводящих к отклонению рыночных цен от альтернативной стоимости, что отражается на способности цен служить механизмом передачи информации. Результат — снижение эффективности и даже крах рынка.

Таким образом, в условиях реального рынка приходится принимать решения при наличии далеко не полной информации (это касается любой области, не ограничиваясь только областью рыночных отношений). Наличие неполной информации влечет за собой важные и порой негативные последствия при принятии решений. Одно из них заключается в том, что приходится рисковать. Бизнес всегда связан с риском. *Риск* — это возможная опасность потерь. Поэтому предприниматели всегда стараются свести риск до минимума. Риск — неотъемлемый атрибут нашей жизни. Дело в том, что будущее очень часто не соответствует нашим прогнозам. Принятые решения нередко оказываются ошибочными, выгоды — гораздо скромнее ожидаемых, а затраты, напротив, значительно превышают запланированных. Но в нашей жизни за все ошибки приходится расплачиваться. Кроме того, приходится платить и за то, чтобы застраховать себя от ошибок. Данные законы касаются потребителей и производителей, покупателей и продавцов. Ограниченность информации и обусловленная ею неопределенность становятся важным препятствием на пути к эффективному рынку, приводя к неоправданному расходу времени и энергии, сил и средств, к неоптимальному распределению товаров и ресурсов.

5.3. Типы вероятностей

Одним из первых, кто исследовал проблему неопределенности, был представитель Чикагской школы неолиберальных экономистов Фрэнк Найт (1885—1974). Он подразделил общую категорию «вероятность» на два типа: математическую (или априорную, т. е. не опирающуюся на заранее изученные факты) и статистическую.

Вероятность (англ. *probability*) — это возможность получения определенного результата или возникновения какого-то случая. Иными словами, вероятность — это возможность осуществления чего-либо.

Математическая (априорная) вероятность определяется общими, заранее заданными принципами (постулатами). При этом возможности того или иного случая абсолютно идентичны. Например, вероятность выпадения «орла» или «решки» при подбрасывании монеты равна 50 % .

Вероятность второго типа можно определить лишь экспериментальным путем, т.е. эмпирически. Однако здесь присутствует высокая степень неопределенности. Рассмотрим в качестве примера вероятность попадания в аварийную ситуацию конкретного автомобилиста. Конечно, имеются статистические данные, но они могут относиться к дорогам в других районах города, к иным дорожным происшествиям, наконец, к другим транспортным средствам и т.д.

Каждая ситуация имеет свою специфику. Поэтому в подобных случаях трудно отделить случайное от закономерного, причем устранить все случайные факторы нельзя. Здесь возможности ситуаций, которые могут произойти, далеко не идентичны и отсутствуют равновероятные альтернативы. В связи с этим точно определить вероятность случая, приведенного нами в качестве примера, с помощью априорных математических вычислений невозможно, т.е. авария может произойти в любом месте дороги и с любым автомобилистом, но причины ее и момент происшествия часто будут совершенно непредсказуемы.

Статистическая вероятность не основана на общих, заранее заданных принципах. Она эмпирически определяет закономерности случайных явлений массового характера и возможные связи между ними.

Если математический тип вероятности довольно редко встречается в экономической сфере, то учет законов статистической вероятности — необходимый атрибут предпринимательской деятельности. Первый тип поддается однозначному измерению, для определения же второго требуется субъективная оценка.

Поэтому различают объективную и субъективную вероятности.

Объективная вероятность основана на непосредственном расчете частоты, с которой происходит данный процесс или явление.

Субъективная вероятность обусловлена предположением о возможности получения данного результата.

Таким образом, *риск* — это вероятность, оцененная с помощью какого-либо способа, а неопределенность — то, что не поддается оценке.

Далее мы рассмотрим вопросы, связанные с риском.

5.4. Виды рисков

Поскольку каждое дело, планируемое предпринимателем, в той или иной степени сопряжено с риском, то различают две основные категории делового риска.

Условный риск. Предприниматель, вкладывая капитал в дело, сопряженное с риском, тем не менее надеется на прибыль. Однако в подобных условиях имеется ощутимая вероятность получения не только прибыли, но и убытков. В указанном случае предприниматель «идет на условный риск». Иногда применительно к данному виду риска используют термин «спекулятивный», что в переводе с английского (*speculate*) означает как бы «игру на бирже», необходимость взвешивания всех «за» и «против» перед принятием окончательного решения.

Чистый риск. Всегда связан с вероятностью понести убытки. Например, существует возможность того, что ваш товар будет украден. Кроме того, он может быть испорчен в результате стихийного бедствия или неправильного хранения. Ясно, что ожидать какой-либо прибыли в данных случаях не приходится, но следует принять определенные меры безопасности, чтобы вовсе избежать чистого риска или же свести к минимуму вероятные убытки, связанные с ним.

Категория деловых рисков включает в себя различные виды финансовых рисков.

Понимаемый в целом финансовый риск — это коммерческий (иногда также используют термин «спекулятивный») риск, способный обуславливать как положительный, так и отрицательный результат. Виды рисков представлены на рис. 5.2.

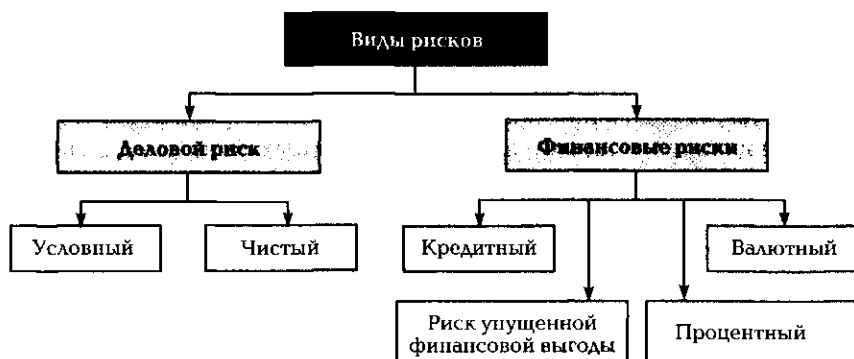


Рис. 5.2. Виды рисков

К финансовым рискам относятся:

кредитный риск — вероятность невыплаты заемщиком основного долга и процентов на него, причитающихся кредитору, т. е. риск невозврата кредита;

риск упущенной финансовой выгоды — возможность косвенного финансового ущерба (недополученная прибыль) в результате неосуществления каких-либо мероприятий или же полного прекращения хозяйственной деятельности;

процентный риск характерен для финансовых учреждений, которые могут понести убытки в результате превышения процентных ставок, выплачиваемых ими по привлеченным (заемным) средствам, над ставками по кредитам, предоставленным этими финансовыми учреждениями другим организациям;

валютный риск — это опасность валютных потерь, связанных с изменением курса одной иностранной валюты по отношению к другой (в том числе и к национальной) при проведении внешнеэкономических, кредитных и других валютных операций.

Чтобы получить прибыль, предпринимателю требуется, в первую очередь, инвестировать свое производство. Это, как следует из вышеизложенного, почти всегда связано с риском. Поэтому необходим комплекс мер по предвидению и снижению степени таких рисков. Эта деятельность носит название «риск-менеджмент».

5.5. Измерение риска

Возможность финансового риска математически выражается как вероятность появления потери, рассчитываемой на основании статистических данных с достаточно высокой степенью точности. Для измерения величины риска необходимо ввести некоторые понятия.

Ожидаемое значение получения какого-либо результата — это средневзвешенная величина всех возможных результатов, которые могут иметь место. Она рассчитывается по формуле

$$E(x) = n_1x_1 + n_2x_2 + \dots + n_mx_m = \sum_{i=1}^m n_i x_i, \quad (5.1)$$

где x_i — возможный вариант; n_i — вероятность соответствующего результата $\left(\sum_{i=1}^m n_i = 1\right)$.

Если мы не располагаем необходимой информацией, то действительный результат может значительно отличаться от ожидаемого.

Отклонение — это разница между действительным и ожидаемым результатами.

Предположим, у вас имеется информация только о том, что среди лотерейных билетов действительно есть выигрышные, т.е. организаторы лотереи ведут игру честно. Тогда вы ожидаете, что шанс либо выиграть, либо проиграть составляет 50 % ($1/2$). Если же вы получили дополнительную информацию о количестве выигрышных билетов — например, о том, что $2/3$ из них являются призовыми (другой вопрос, какова ценность призов — может, пакетик жевательной резинки), то вероятность вашего шанса выиграть увеличивается и составляет около 67 % ($2/3$).

Вам покажется, что разница в вероятностях получить приз относительно невелика — всего 17 %. Но следует иметь в виду, что в первом случае мы имеем дело с категорией статистической вероятности в ее субъективной форме. Предположение о возможности выиграть субъективно и носит качественный характер. Иными словами, оцененный вами в 50 % шанс выигрыша не абсолютен в математическом смысле. Это ваша чисто субъективная оценка. Во втором же случае вступают в силу законы математической вероятности, которые вполне объективны, и вероятность в 67 % получена на основе математического расчета. Ясно, что трудно сравнивать субъективную оценку с результатами точного расчета.

Рассмотрим другой пример. Допустим, вы стоите перед проблемой, куда пойти работать после окончания института — на государственное предприятие или на частную фирму. При этом вы знаете, что на начальном этапе государственной службы заработная плата будет небольшая — к примеру, 20 000 руб. в месяц. Кроме того, до вас дошли слухи, что из-за неважного финансового положения на предприятии вас могут перевести на половинный оклад. «Знающие люди» оценили шанс такого исхода в 50 %. Если же вы пойдете служить на частную фирму, то обещанный доход может составить 35 000 руб. в месяц. Однако он напрямую зависит от успехов фирмы, поэтому в случае малой реализации продукции доход снизится до 10 000 руб. Справившись у служащих фирмы, вы узнали, что в прошлые годы бизнес был успешным в среднем только в течение 2,4 мес в году (20 % от года), но вас уверяют, что будущее сулит гораздо лучшие перспективы. Каков будет ваш выбор работы на один год?

Сравнительная информация о вариантах выбора представлена в табл. 5.1.

Таблица 5.1. Сравнение вариантов

Варианты	В лучшем случае		В худшем случае	
	Вероятность	Доход, руб.	Вероятность	Доход, руб.
1. Работа на гос-предприятии	0,5	20 000	0,5	10 000
2. Служба на частной фирме	0,2	35 000	0,8	10 000

Ожидаемый доход при обоих вариантах составит одну и ту же величину:

$$E_1 = 20\,000 \cdot 0,5 + 10\,000 \cdot 0,5 = 15\,000 \text{ (руб.)};$$

$$E_2 = 35\,000 \cdot 0,2 + 10\,000 \cdot 0,8 = 15\,000 \text{ (руб.)}.$$

Значит ли это, что для вас оба варианта совершенно равнозначны и вам все равно, какой из них выбрать? Оказывается, нет. Чтобы провести более точный анализ и выбрать вариант, следует рассмотреть информацию об отклонениях от ожидаемых величин.

Как мы видели выше, величина (степень) риска определяется двумя критериями: ожидаемым значением и отклонением действительного результата от ожидаемого.

Второй показатель оценивают с помощью трех параметров:

- 1) дисперсии;
- 2) среднего квадратического отклонения;
- 3) коэффициента вариации.

Исходные величины, необходимые для расчета первых двух параметров, представлены в табл. 5.2.

Примечание. Берется модуль (абсолютное значение) величины.

Согласно общей теории статистики дисперсия (δ^2) — это средняя величина из квадратов отклонений вариантов значений при-

Таблица 5.2. Отклонения от ожидаемых результатов

Варианты	В лучшем случае		В худшем случае	
	Результат, руб.	Отклонение	Результат, руб.	Отклонение
1. Работа на гос-предприятии	20 000	5 000	10 000	5 000
2. Служба на частной фирме	35 000	20 000	10 000	5 000

знака от их средней величины. Для нашего случая дисперсия (δ^2) — это средневзвешенная величина квадратов отклонений действительных результатов от ожидаемых, рассчитываемая по формуле

$$\delta^2 = n_1[x_1 - E(x)]^2 + n_2[x_2 - E(x)]^2, \quad (5.2)$$

где x_1 — возможный результат; n_1 — вероятность соответствующего результата.

В рассматриваемом примере показатели дисперсии для двух вариантов трудоустройства сильно различаются:

$$\delta_1^2 = 0,5(20\,000 - 15\,000)^2 + 0,5(10\,000 - 15\,000)^2 = 25\,000\,000 \text{ (руб.)};$$

$$\delta_2^2 = 0,2(35\,000 - 15\,000)^2 + 0,8(10\,000 - 15\,000)^2 = 100\,000\,000 \text{ (руб.)}.$$

Рассчитаем теперь стандартное отклонение.

Стандартное отклонение, или среднее квадратическое отклонение δ , — это квадратный корень из дисперсии.

Соответствующие величины расчетов составляют:

для 1-го варианта (работа на госпредприятии) $\delta = 5\,000$ руб.;

для 2-го варианта (служба на фирме) $\delta = 10\,000$ руб.

Отсюда следует, что 2-й вариант связан с большим риском, чем 1-й. Однако это не означает, что вы обязательно выберете 1-й вариант. Все зависит еще и от вашего отношения к риску.

Дисперсия и среднее квадратическое отклонение являются абсолютными показателями отклонения от ожидаемого значения, поэтому их величину полностью определяют абсолютные величины заранее заданных показателей (например, в табл. 5.2), т. е. расчет риска в приведенном выше примере носит характер частного случая.

Однако исходные показатели в абсолютном выражении могут меняться в зависимости от обстоятельств. Как в таком случае рассчитывать степень риска? Чтобы исключить влияние абсолютных значений, используют *коэффициент вариации*, являющийся относительной величиной. Он рассчитывается по формуле

$$K_v = (\delta/\bar{x})100, \quad (5.3)$$

где δ — среднее квадратическое отклонение; \bar{x} — средневзвешенное значение показателей.

Коэффициент вариации может изменяться от 0 до 100%. Чем он больше, тем значительнее отклонение (вариабельность — от англ. *variation* — изменение, колебание). В экономических расчетах установлена следующая шкала для оценки величины отклонения в зависимости от коэффициента вариации:

- до 10 % — слабая вариабельность;
- 10— 25 % — умеренная вариабельность;
- более 25 % — высокая вариабельность.

Таким образом, чем больше коэффициент вариации, тем более рискованным является вложение капитала.

Помимо рассмотренных способов для оценки риска может использоваться и так называемый *коэффициент риска*, который рассчитывается как отношение максимального объема предполагаемого убытка к объему собственных финансовых ресурсов инвестора по формуле

$$K_p = Y/C, \quad (5.4)$$

где Y — максимально возможная сумма убытка, руб.; C — объем собственных финансовых ресурсов с учетом точно известных поступлений, руб.

Итак, мы узнали, что такое риск и как его можно оценить, в том числе математическими и статистическими методами. Однако в реальных условиях жизни предприниматель при выборе того или иного варианта бизнеса не всегда строго руководствуется данными статистики и математики. Вступает в действие субъективный фактор, связанный с отношением к риску, желанием рисковать ради прибыли. Оказывается, что подобное желание не в последнюю очередь обусловлено тем, насколько «полезными» для себя считает конкретный предприниматель плоды намечаемой им деятельности.

5.6. Принцип убывания «предельной полезности»

Кажущийся на первый взгляд странным термин «полезность» имеет глубокую экономическую основу. Он характеризует то удовлетворение, которое получают люди от потребления товаров или услуг. Полезность является целью потребления. Конечно, так называемые единицы полезности всегда носят субъективный характер, поэтому ее выражают в относительных единицах (например, для одного очень «полезными» окажутся старинные монеты, если он нумизмат, а для другого вся «полезность» ограничится посещением дорогого ресторана).

Понятно, что любой индивидуум стремится максимально удовлетворить свои потребности (приобрести максимальную «полезность»). Однако на степень потребления, как легко догадаться, на-

кладывается множество ограничений. К числу наиболее важных относятся цены на товары и услуги, а также размер потребительского бюджета.

Прирост добавленной полезности (предельная полезность). Большинство случаев выбора потребителей не сводится к принятию решений «все или ничего». Обычно такие решения имеют приростной характер, т. е. к уже имеющимся благам часто хочется добавить еще (вспомним приведенный пример с нумизматом).

Предельная полезность некоего блага (товара, услуги) представляет собой величину добавленной полезности, которую получает человек от потребления еще одной единицы блага (при прочих равных условиях).

Потребительское равновесие достигается, когда предельная полезность, получаемая вами в расчете на каждый рубль стоимости одного блага, становится равна предельной полезности, приобретаемой в расчете на каждый рубль стоимости другого блага.

Принцип убывания предельной полезности. Он сформулирован еще в конце XIX в. Уильямом Стэнли Джевонсом и другими экономистами. Суть его состоит в том, что чем большее количество блага потребляется, тем меньше предельная полезность, извлекаемая из каждой последующей единицы этого блага. Например, при жажде первый стакан лимонада кажется вам крайне полезным. Второй, по вашим субъективным ощущениям, полезен в 2 раза меньше, третий же — совсем не кажется полезным (нулевая полезность). Таким образом, гипотетический график продемонстрирует нам обратную зависимость между объемом потребления и предельной полезностью, т. е. удовлетворением, полученным от еще одного стакана лимонада.

Принцип убывания предельной полезности применительно к росту дохода. Проиллюстрируем понятие убывания полезности (в неких относительных единицах) по отношению к росту нашего дохода в рублях. Соответствующий график представлен на рис. 5.3.

Из графика видно, что, начав с нуля и получив 10 000 руб., одновременно вы приобрели 200 ед. полезности, следующие 10 000 руб. добавили 100 ед., еще 10 000 руб. — 40 ед., а вот последняя (четвертая) сумма в 10 000 руб. — всего 20 ед. На первый взгляд это кажется странным, однако дело в том, что эти последние 10 000 руб. составляют всего 1/3 от того, что вы уже имеете. Таким образом, график отчетливо отражает принцип убывающей предельной полезности, причем кривая общей (приобретаемой в сумме) полезности нелинейна.

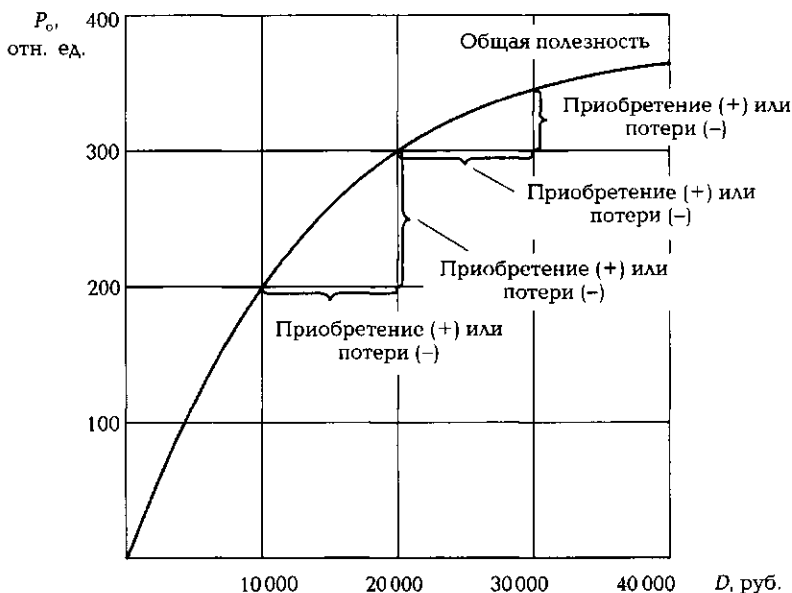


Рис. 5.3. Зависимость общей полезности P_0 от прироста дохода D

Связь между неприятием риска и принципом убывающей полезности. Продолжим рассматривать график на рис. 5.3. Допустим, вы имеете 20 000 руб., а вам предлагают сыграть в «орла-решку» по 10 000 руб. за партию. Если вы выиграете, то ваша общая сумма возрастет до 30 000 руб., а если проиграете — останется 10 000 руб. Понятно, что выпадение «орла» или «решки» — равновероятное событие с позиций статистики. И, как может показаться, «положительная» и «отрицательная» полезность в обоих случаях равна по абсолютной величине ($\pm 10\,000$ руб.).

Однако в терминах «относительные единицы полезности» игра менее привлекательна. Если вы проиграете, то ваш уровень полезности понизится на 100 ед., а выигрыш даст подъем всего на 40 ед. (с 300 до 340 ед.). Математически рассчитанный ожидаемый результат (см. подразд. 5.5) этой игры в единицах полезности составит:

$$(-100 \cdot 0,5) + (40 \cdot 0,5) = -30 \text{ (ед.)}.$$

Иными словами, если вы согласитесь сыграть, то ваше ожидание полезности упадет на 30 ед. Поэтому, наверное, вы не станете рисковать. Принцип убывающей предельной полезности должен развивать у большинства людей нежелание рисковать.

Но для некоторых индивидуумов полезность кажется совершенно иной. Она отображается графиком возрастающей предельной полезности (т.е. кривая направлена вверх). Существуют две гипотезы, объясняющие данный феномен. Одна из них — наличие большого количества людей авантюрного склада, получающих удовольствие от игры. Но, как показали специальные исследовательские опросы, все оказывается гораздо прозаичнее. Множество людей просто переоценивают свою возможность выигрыша (примером служит масса финансовых «пирамид», рухнувших в России в 90-х гг. XX в.).

5.7. Отношение к риску

Одной из сторон ограниченной информации является отсутствие знаний о будущих изменениях. Нас волнуют вопросы: «Поднимутся ли завтра цены на продукты ежедневного спроса? Как изменится курс валюты за год? Смогу ли я устроиться на выгодную работу, если получу специальность бухгалтера, а не экономиста?».

Когда люди не уверены в будущем, то, предпринимая те или иные действия, они часто идут на риск. Риск сопровождает нас всю жизнь.

Отношение к риску у различных людей неоднозначно, и оно зависит как от их человеческих качеств, так и от обстоятельств. Предположим, вам предложили закупить целую партию лотерейных билетов, благодаря одному из которых вы можете выиграть квартиру. Согласитесь ли вы на это предложение? Если вы любитель азартных игр, то, возможно, купите билеты, да к тому же попросите еще. Но если вы не сторонник рискованных экспериментов, то наверняка, все просчитав, откажетесь от подобной затеи с негодованием. А может быть и так, что вам просто все равно и вы не проявите никакого интереса в лотерее вообще. Исходя из приведенного примера можно выявить три группы людей согласно их отношению к риску. Первая категория людей не склонна рисковать, вторая — рискует, а третья — вовсе не задумывается об этом.

1. Противником риска считается человек, который в своих действиях, направленных на получение возможного дохода, всегда предпочтет пути, ведущие к гарантированному результату в противовес путям, обеспечивающим хотя и более соблазнительные результаты, однако связанные с неопределенностью и риском при их достижении. У противников риска предельная полезность до-

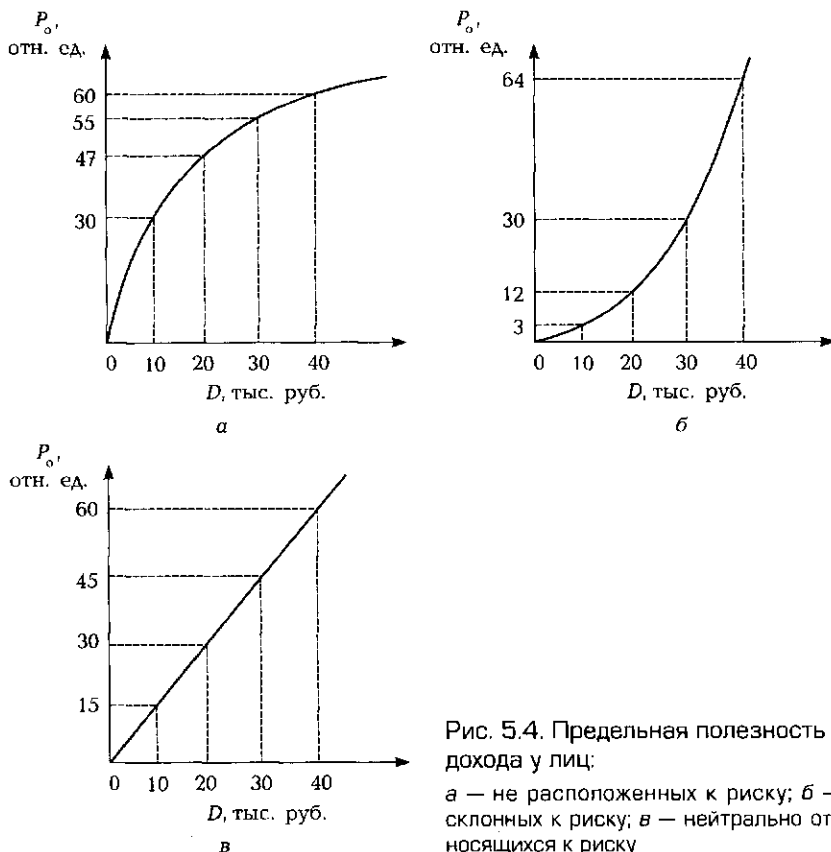


Рис. 5.4. Предельная полезность дохода у лиц:
а — не расположенных к риску; б — склонных к риску; в — нейтрально относящихся к риску

хода обычно низка, что иллюстрирует график, представленный на рис. 5.4, а.

Как мы уже видели в подразд. 5.6, с ростом дохода прирост его полезности уменьшается на каждое равновеликое прибавление дохода. Поэтому неприятие риска является типичной чертой большинства людей. Риск для них — серьезное препятствие, и пойти на него они готовы лишь в том случае, если им предложат определенную компенсацию.

2. Склонным к риску является человек, который при данном ожидаемом доходе предпочтет результат, связанный с риском, гарантированному результату.

Считается, что любители риска получают удовольствие от азартной игры. К ним относятся люди, которые готовы отказаться

от стабильного дохода ради попытки испытать судьбу. Обычно они переоценивают вероятность выигрыша, поскольку с ростом дохода возрастают и ставки. Предрасположенность к риску в терминах предельной полезности дохода может быть интерпретирована как парабола, резко устремляющаяся вверх (рис. 5.4, б).

3. Нейтральным к риску считается человек, который при данном ожидаемом доходе безразличен к выбору между гарантированным результатом и тем, который он может получить в случае риска.

Для человека, нейтрального к риску, важна средняя прибыль. Поскольку она будет практически равна нулю (отклонения взаимно погашаются), то любая азартная игра или рискованное предприятие не вызовет у него интереса. Равномерное увеличение дохода приведет и к линейному росту общей полезности. Поэтому нейтральность к риску графически отображается в виде прямой, выходящей из начала координат (рис. 5.4, в).

Отношение людей к риску учитывают различные компании. Если мошенники наживаются на авантюристах, то страховые компании, наоборот, работают с людьми, не склонными к риску.

5.8. Методы снижения степени риска

Как правило, наиболее рискованными являются такие варианты, от которых ожидается максимальный доход в случае успеха. Поэтому, выбирая подобный вариант, нужно попытаться снизить степень риска.

Рассмотрим четыре основных метода снижения риска: диверсификация; объединение риска или страхование; распределение риска; поиск информации.

Диверсификация. Это метод, уменьшающий степень риска путем его распределения между несколькими рискованными товарами таким образом, что повышение риска от покупки (или продажи) одного приводит к снижению риска от покупки (или продажи) другого. Инвестируемые средства распределяются между различными объектами вложения, которые непосредственно не связаны между собой и разработка которых имеет разную степень риска. Диверсификация позволяет уменьшить риск за счет распределения капитала между разнообразными видами деятельности.

Ярким примером является деятельность компании *Siemens*, которая выпускает самые разнообразные категории товаров — от чайников до сверхсложной электроники.

Весьма разнотипна продукция, выпускаемая фирмой *Samsung*.

Объединение рисков. Это метод, снижающий общий риск путем превращения случайных убытков в относительно небольшие постоянные издержки.

Данный способ лежит в основе страхования. Кражи, стихийные бедствия, болезни и другие непредвиденные обстоятельства связаны со значительными расходами. Страхование позволяет несколько смягчить последствия указанных ситуаций. Для финансовых рисков оно является одним из наиболее распространенных способов их снижения. Более того, люди даже страхуют свою жизнь.

Страховые компании организуют дело так, чтобы затраты на их организацию и функционирование вкупе со страховыми выплатами не превышали величины полученных взносов. Главное условие эффективности объединения рисков заключается в том, чтобы риски застрахованных лиц были независимы друг от друга.

Распределение риска. Это способ, при котором риск вероятного ущерба делится между участниками общего бизнеса таким образом, что возможные потери каждого относительно невелики.

Именно благодаря использованию данного метода крупные финансово-промышленные концерны и объединения не боятся идти на риск финансирования дорогостоящих проектов или новых направлений НИОКР.

Поиск информации. Этот метод также способствует снижению риска. Уже отмечалось, что множество ошибочных решений связано с недостатком информации. Получение ее является ценным товаром, и вложение капитала в информацию становится одной из сфер предпринимательства, которая называется *экзаунтинг* (от англ. *accounting* — расчет, оценка). Экзаунтинг представляет собой сбор, обработку, анализ и классификацию различных видов финансовой информации.

Чтобы определить оптимальное для каждого предпринимателя количество информации, необходимо сравнить ожидаемые от нее предельные выгоды с ожидаемыми предельными издержками при ее получении. Соответствующие зависимости представлены на рис. 5.5.

Точка пересечения кривых предельных выгод (*MG*) и предельных

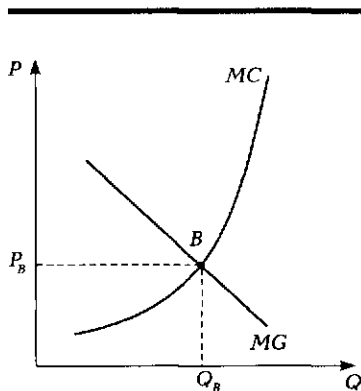


Рис. 5.5. Определение оптимального количества информации

издержек (MC), обозначенная буквой B , отражает баланс между двумя указанными показателями. Количество (QB) и цена (PB) необходимой информации представляют собой координаты точки B .

Если ожидаемая выгода от покупки информации превышает ожидаемые предельные издержки ($MG > MC$), то такую информацию необходимо приобрести. Если же нет, то от покупки столь дорогостоящей информации лучше отказаться — дешевле обойдутся некоторые ошибки.

5.9. Моральный риск и способы его минимизации

Моральный риск — это действия, предпринимаемые индивидуумом с сознательной целью увеличить вероятность возможного ущерба в надежде, что убытки будут полностью (или даже с избытком) покрыты страховой компанией.

Человек, застраховавший свою жизнь и имущество, чувствует себя увереннее. Однако подобная уверенность может привести к тому, что некоторые перестают выполнять те меры предосторожности, которые были для них обязательными до страхования. Это повышает риск и делает более вероятным то событие, от которого человек застраховался. Такое халатное поведение порой приносит прибыль нечестным людям за счет честных. Определенные субъекты в расчете на большую страховку даже способны на преступления: они поджигают свой старый дом, разбивают надоевшую машину и убивают застрахованных родственников.

Для того чтобы не терпеть постоянные убытки, страховые компании пытаются минимизировать моральный риск следующими мерами:

- 1) осуществлением особо тщательного подбора кандидатов;
- 2) классификацией клиентов по группам риска (с соответственной дифференциацией страховых взносов);
- 3) заключением договора, предусматривающего только частичное возмещение ущерба (разделение с клиентом опасности морального риска);
- 4) полным отказом от договоров по страхованию клиентов, входящих в группы повышенного риска (наркоманов, душевнобольных, водителей, неоднократно задерживавшихся за управление автомобилем в нетрезвом состоянии, за езду с повышенной скоростью и т.д.).

5.10. Рынки с асимметричной информацией — дополнительный риск

Эффективность рыночной деятельности зависит от того, насколько точно цены передают необходимую информацию. Рассматривая модель совершенной конкуренции, мы исходим из симметричного распределения информации, т. е. полной информированности участников рыночного процесса (покупателей и продавцов). В этом случае цены передают точную информацию об альтернативных издержках того или иного продаваемого экономического блага. Однако реальный рынок не представляет столь идеальную картину. Информация (полная или частичная) доступна далеко не всем. Так, оказывается, что рыночные цены содержат нечто большее, чем просто отражение факта пересечения кривых спроса и предложения. Потенциальные продавцы (как и потенциальные покупатели) нередко скрывают свои истинные цели и используют различные способы для получения односторонних преимуществ. Таким образом, рыночный механизм может давать определенные сбои не только в силу неполноты информации, но и в результате ее неравномерного распределения — асимметрии.

Асимметрия информации — это положение, при котором одна часть участников рыночной сделки располагает важной информацией, а другая — нет.

Мы сталкиваемся с данным явлением каждый день, видя играющих в азартные игры, отправляясь за покупками на рынок, а также предлагая свои услуги. Организаторы игрового бизнеса знают о его «подводных камнях» гораздо больше рядовых участников, а страхующиеся порой располагают большей информацией об объектах страхования, чем страховые компании.

Впервые проблему асимметрии информации и обусловленную ею неопределенность качества товаров для покупателей рассмотрел в 1970 г. Джордж А. Акерлоф. Он провел исследование рынка подержанных автомобилей (мы бы назвали его диким) и опубликовал результаты своего анализа.

Для простоты было сделано предположение, что на рынке продаются машины двух категорий качества: выше среднего, т. е. «хорошие», и ниже среднего — «плохие» (на американском сленге — «лимоны»). Цена первой категории автомобилей для продавцов (являющихся владельцами машин или их перекупщиками) составляла 3 000 долл., а с покупателей они бы хотели получить 3 600 долл. Цены второй категории составили соответственно 1 000 и 1 200 долл. Если бы обе категории предлагались на рынке в одинаковом коли-

честве, то вероятность купить хороший автомобиль была бы равна 50 %. При этом теоретически средняя рыночная цена за любой автомобиль должна была установиться в размере 2 000 долл. для продающих свою машину и 2 400 долл. для покупающих ее.

Однако продавцы знают качество своих автомобилей, а покупатели нет. Для владельцев хороших машин их оценка в 2 000 долл. является заведомо убыточной, а потому — неприемлемой. Наоборот, для владельцев «лимонов» такая цена превышает все их надежды. Поэтому в условиях асимметричной информации рынок подержанных автомобилей подвергнется существенным изменениям. Рациональные продавцы хороших машин будут отказываться от продажи последних себе в убыток. Предложение их сократится. Предложение же плохих машин возрастет. В результате вероятность покупки хорошей машины будет снижаться с 50 % вплоть до 0 % (останутся только одни «лимоны»).

Рынок страхования при всех его особенностях несколько похож на рынок подержанных автомобилей. Однако основное его отличие заключается в том, что информация о качестве находится здесь в руках у покупателей страховых полисов. Действительно, кто больше заинтересован в страховании жизни: здоровый человек или больной? Ясно, что значительный риск потери здоровья, а то и жизни, почти наверняка заставит обратиться к услугам страховых компаний прежде всего людей со слабым здоровьем. Это приводит к тому, что риск высокой степени вытесняет с рынка страхования риск низких степеней. Такая ситуация заставляет страховые компании поднимать цену страховки, что отваживает здоровых людей от их услуг. Таким образом, спираль «высокая цена — опасные клиенты», усиливая неблагоприятный отбор, может завершиться тем, что страхование станет доступно лишь по ценам за максимальный риск. Итак, мы видим, что помимо опасностей морального риска, страхование связано и со сложностями, обусловленными асимметрией информации.

5.11. Меры борьбы с последствиями асимметрии информации

Рыночные сигналы. Если продавцу на рынке подержанных автомобилей помимо информации об исходно запрашиваемой цене удастся послать покупателю еще и убедительный сигнал о высоком качестве своей машины, то он вправе реально претендовать на более высокую цену автомобиля. Действенными сигналами служат

также гарантии и поручительства. Важной является и репутация фирмы: марка учреждения, фирменные знаки и т. д. Одним из сигналов о качестве нанимаемого работника служит, в частности, его образовательный уровень и профессиональная подготовка. Необходимую, причем достаточно точную, информацию о продукции фирмы дают различные выставки и презентации, на которых демонстрируются образцы товаров в действии. Некоторые положительные эффекты можно ожидать и от рекламы.

Аукционы. Типичным рынком, на котором быстро удается ликвидировать асимметрию информации, является аукцион. Как определить реальную цену уникальных произведений искусства? Как определить, найдется ли покупатель на такой товар, который, как кажется, никому и не нужен (например, на скульптуру прежних времен «Девушка с веслом»)? Как быстро выявить соотношение спроса и предложения на скоропортящиеся продукты? В этих случаях трудно установить цену заранее, до тех пор, пока точно не определены размеры спроса и предложения. Цена устанавливается лишь в момент продажи.

Аукцион всегда начинается с ситуации, для которой типична асимметрия информации. Каждая из сторон точно знает свои стартовые цены и потенциальные возможности, однако имеет лишь приблизительные представления о стартовых ценах и потенциальных возможностях конкурентов. Каждая из сторон не только не располагает необходимой информацией, но и старается скрыть свою информацию от других.

Существуют три основных типа аукционов: «английский», «голландский» и «закрытый».

Английский — это аукцион, на котором ставки растут снизу вверх до тех пор, пока товар не будет продан по максимальной из предложенных цен. Это наиболее известный тип аукциона, где предлагаются произведения искусства и предметы роскоши. Подобного рода аукционы служат для организации благотворительных фондов.

Голландский — это аукцион, на котором ставки снижаются сверху вниз до тех пор, пока товар не будет полностью продан за минимально допустимую цену. Главным фактором здесь является время, так как на «голландском» аукционе обычно продается скоропортящийся товар: живые цветы, ранние овощи и фрукты, свежая рыба и т. п. Минимально допустимая цена — это, как правило, цена, равная 20 % первоначально объявленной. Если и по такой цене не удастся продать товар, то он снимается с торгов.

Закрытый аукцион, или «аукцион втемную», — аукцион, при котором ставки выставляются всеми участниками независимо

друг от друга одновременно и товар достается тому, кто предложит наивысшую цену. Закрытые аукционы чаще всего проводятся крупными покупателями услуг, когда конкурирующие подрядчики представляют свои предложения по строительству домов, прокладке дорог и т.д. Государственное казначейство США продает некоторые ценные бумаги также на основе закрытых аукционов.

Подводя итог, следует сделать вывод, что аукционы — это достаточно эффективное решение проблемы оценки единичных товаров в условиях асимметричной информации и экономической недобросовестности. На аукционах, организуемых продавцами товаров, последние обычно оказываются в руках тех, кто выше всего их оценит, а на закрытых аукционах покупателей побеждают те, кто может поставить товар (обычно — услуги) по самым низким ценам.

5.12. Принцип «Пусть остерегается продавец» против принципа «Пусть остерегается покупатель»

На заре рыночной экономики (в XIX в.) господствовал юридический принцип «Пусть остерегается покупатель». Это означало, что продавцы товара отвечали только за определенный круг его качественных характеристик. В настоящее же время в странах с развитой рыночной экономикой данный юридический принцип вытесняется другим: «Пусть остерегается продавец». Новый принцип означает, что покупатель имеет право требовать компенсацию за физический и моральный урон, связанный с риском использования купленного товара. Компенсация может быть обусловлена даже такими дефектами, о существовании которых продавец не знал, а также дефектами, возникшими в результате неправильного использования товара покупателем.

В 1992 г. в США против фирмы *McDonalds* было возбуждено судебное дело. Пострадавшая требовала компенсацию в 1 млн долл. за физический и моральный ущерб, возникший в связи с тем, что компания продала ей слишком горячий чай! Пострадавшая заказала горячий завтрак с тем, чтобы съесть его по дороге на работу. Открыв стаканчик с чаем в машине, она пролила его, испортив платье и получив ожог. Более того, она чуть не попала из-за этого в автомобильную катастрофу. Потеря трудоспособности в период болезни (упущенная зарплата), затраты на лечение и, конечно, моральный ущерб она оценила в «скромную сумму» 1 млн долл.

Данный процесс создал прецедент, заставивший ограничить претензии покупателей трехкратной стоимостью купленной вещи.

Известно, что абсолютно безопасных товаров просто не существует (особенно если их использовать не по прямому назначению). Если кто-нибудь и смог бы создать подобный гипотетический товар, то его стоимость явно превысила бы все допустимые пределы. Поэтому хотя защита прав потребителей и необходима, но только в границах разумного.

Защита прав потребителя должна опираться на полную информацию о качестве продаваемых товаров и услуг. Однако можно ли получить такую информацию и кто должен ее предоставить? Важную роль здесь играют, конечно, сами фирмы, активно рекламирующие свою продукцию, общества потребителей, средства массовой информации (газеты, радио, телевидение) и даже законодательные и исполнительные органы власти. Например, сведения об обнаружении сальмонелл в американских куриных окорочках разбирались на самом высоком уровне. Но предоставляемая информация отнюдь не бесплатна. Поэтому сразу возникает вопрос: кто в ней заинтересован и почему?

Значительная часть информации поступает в форме рекламы, функции которой противоречивы. Часто трудно ответить на вопрос, чего больше в рекламе: информации или дезинформации, правды или обмана. Обращенная к большой аудитории реклама по-разному интерпретируется различными категориями граждан. Чем шире аудитория, тем больше вероятность того, что эту рекламу разные люди поняли неоднозначно, к тому же пропустив важные фрагменты информации.

С ростом качества товара растет и его цена, но именно она может сделать товар недоступным для широкого потребления. Поэтому важным критерием становится не достижение полной информированности, абсолютного знания, а оптимального соотношения цены и качества. Получение полной информации в настоящее время является скорее идеалом (к которому, конечно, надо стремиться), чем реальной практикой современного хозяйства, для рынков которого по-прежнему характерна та или иная степень информационной асимметрии.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Что такое внутренняя и внешняя среда организации?
2. Какие элементы включает в себя внутренняя среда?
3. Что включает в себя внешняя среда?

4. Что такое вероятность?
5. Перечислите виды вероятности.
6. Что такое риск?
7. Назовите виды риска.
8. Какими способами можно измерить риск?
9. Что такое ожидаемое значение?
10. Что такое отклонение?
11. Назовите критерии изменчивости.
12. Перечислите критерии оценки изменчивости.
13. Дайте краткую характеристику трех групп людей по их отношению к риску.
14. Назовите методы снижения риска.
15. Что такое асимметрия информации?
16. Что такое моральный риск?
17. Каковы меры борьбы с моральным риском?
18. Какие вы знаете рыночные сигналы?
19. Перечислите типы аукционов.
20. Устранима ли асимметрия информации?
21. Какова взаимосвязь между полученной информацией и риском?

Глава 6. ОСНОВЫ ЛОГИСТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ

6.1. Понятие и виды логистики организации (предприятия)

Логистика — это новое направление в экономике, которое активно стало развиваться в нашей стране в 1990-х гг. Изначально основными задачами предприятия были наращивание объемов выпускаемой продукции и снижение издержек производства в целях получения большей прибыли. Эти факторы действительно влекут за собой увеличение прибыли, но на сегодняшний момент, особенно когда часто предложение превышает спрос, уже недостаточно решать только эти проблемы. Произвести продукцию — это только поддела. Нужно уметь и наиболее выгодно ее продать. Поэтому все звенья в производственной цепочке важны — от начала приобретения сырья, материалов у поставщиков, производства готовой продукции и доведения этой продукции до потребителя.

Логистика (от гр. *logistike* — счетное искусство) — экономическая наука об организации, регулировании, управлении и оптимизации движения различных потоков (материальных, информационных, финансовых) от начала производства продукции и доведения ее до потребителя.

Но это не единственное определение логистики. От того, с какой точки зрения посмотреть на логистику (финансиста, менеджера по планированию и управлению производством, маркетолога и др.), зависит и определение понятия логистики. Приведем некоторые из них.

Логистика — действия по рациональному управлению обращения финансовых потоков — от начала получения денежных средств поставщиком вплоть до получения денег за доставку готовой продукции.

Логистика — это наука об эффективной организации производства, распределения, перевозок и сбыта.

Логистика — это наука о планировании, управлении и контроле всех видов деятельности, связанных с транспортированием, переработкой сырья и материалов, складированием, доведением готовой продукции до конечного потребления.

Логистика — научно-практическое направление по управлению материальными, финансовыми и информационными потоками в сфере производства, транспортирования, складирования и распределения продукции в целях более полного удовлетворения спроса.

При применении логистики в экономике себестоимость продукции, которая дошла до конечного потребителя, ниже себестоимости этой же продукции без использования логистических методов. Отсюда понятно преимущество применения логистики в экономике. Логистика дает возможность более эффективно организовывать и управлять материальными и финансовыми потоками в производстве и сбыте продукции.

Впервые логистикой стали заниматься в Византийской империи. При дворе императора Льва VI служили логистики, которые занимались получением и распределением натуральных налогов. Император также использовал методы логистики в военном искусстве. Задачами военной логистики являлись планирование, организация и управление войсками, их передвижением, обслуживание, обеспечение их транспортными средствами, снабжение продовольствием и военной техникой, учет сил противника. Известно, что и Наполеон использовал логистическую стратегию и тактику в военном деле. На русский язык логистика переводится как наука о грузоперевозках. Впервые в России термин «логистика» появился в XIX в.

Логистика управляет движением производственных ресурсов — это деятельность по продвижению ресурсов предприятия с начала приобретения сырья и материалов у поставщиков вплоть до реализации готовой продукции потребителю. Так, например, логистика грузовых перевозок занимается транспортированием готовой продукции от производителя к потребителю.

Существуют различные виды логистики. Рассмотрим некоторые из них (рис. 6.1).

Маркетинговая логистика. Целью данной логистики является исследование различных рыночных факторов (рыночной цены, индекса цен, конкуренции, спроса и предложения на данный товар), нахождение потенциальных потребителей.

Информационная логистика. Цель данной логистики — сбор информации по поставщикам материалов и сырья, о конкурентах, по спросу и предложению своей продукции, рынкам сбыта и многое другое, касающееся производственного процесса. Информация должна быть правильной, своевременной, точной, современной, полной. Важной задачей является эффективное доведение

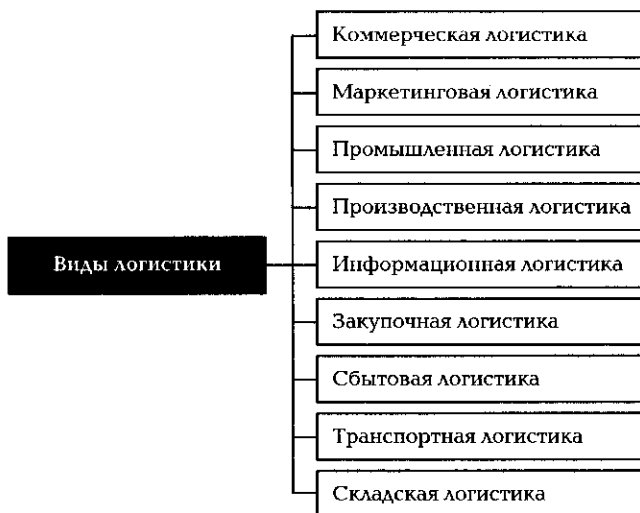


Рис. 6.1. Виды логистики

информационных потоков до соответствующих носителей этой информации.

Производственная логистика. Основная цель организации — произвести продукцию с минимальными затратами и реализовать ее с максимальной выгодой. Для этого важным моментом является выбор оптимального варианта технологического процесса; планирование необходимой производственной мощности; выбор современного оборудования; потребности в квалифицированном персонале и т. п.

Закупочная логистика. Основная задача данной логистики заключается в своевременном и бесперебойном обеспечении производства закупочными сырьем и материалами. Важно найти надежных поставщиков, у которых можно приобретать материалы с минимальными затратами и надлежащего качества.

Сбытовая логистика. Основными направлениями этой логистики являются своевременная доставка товара до пункта назначения с минимальными затратами; выбор оптимального способа сбыта товара; поиск и выбор рынков сбыта, сбытовых организаций.

Транспортная логистика. Она включает в себя: обеспечение производства транспортными средствами; поиск и выбор транспортной компании и экспедиторов; доставку товаров различными видами транспорта от производителя потребителю; минимизацию

затрат на транспортирование товара; планирование доставки; оформление и заключение договоров на грузоперевозки и др.

Складская логистика. Задачи данной логистики управление и организация запасами (как на начальной стадии производства — материальными запасами, так и на конечной ее стадии — хранение готовой продукции); планирование закупки и хранения материалов (в каком объеме, когда и как?) в целях непрерывного процесса производства; учет и контроль за наличием и состоянием запасов с использованием информационных программ.

Экологическая логистика. Она решает проблемы утилизации отходов; организацию безотходного производства; безопасное хранение отходов; сохранение окружающей среды.

6.2. Цели и задачи логистики

Основная цель логистики — так организовать работу логистической службы предприятия, чтобы организация и управление материальными, а также сопутствующими им информационными и финансовыми потоками осуществлялись с минимальными затратами.

Для обеспечения конкурентоспособности ведения бизнеса на рынке необходимо соблюдать правило логистики: доставка продукции покупателю соответствующего качества и соответствующего количества в нужное время и в нужное место. Например, целью транспортной логистики является максимальная загрузка транспортных средств для доставки сырья, материалов, готовой продукции на склад или потребителю при минимальных затратах на транспортирование.

Для практической реализации целей логистики требуются постановка и решение соответствующих задач. В логистике задачи можно разделить на глобальные, частные (локальные) и общие.

Глобальные задачи логистики:

- получение максимального эффекта с минимальными затратами;
- внедрение современной информационной технологии управления ресурсами;
- стратегическое планирование, организация, управление и контроль за производственными потоками;
- совершенствование логистической системы в условиях рыночных отношений;
- создание гибкой системы в логистике;
- максимальная загрузка производственных мощностей в процессе производства и реализации продукции.

Так как внешняя среда довольно быстро меняется, а глобальные задачи ставятся не на один год, важно при решении глобальных задач учитывать временной фактор.

Частные задачи логистики:

- определение необходимой мощности;
- создание минимально необходимых запасов;
- сокращение времени на перевозку грузов;
- максимально сократить сроки хранения готовой продукции;
- быстрое проведение операций по обработке и передаче информационными потоками;
- быстрое реагирование на изменение внешней среды и потребности потребителей.

Частные задачи логистики решаются на местном уровне (локально) с меньшим временным интервалом.

Глобальные и частные задачи объединяются в решении общих задач.

Общие задачи логистики:

- минимизация затрат на производство и сбыт продукции;
- планирование запасов на основе прогноза спроса;
- оптимизация движения материальных потоков;
- проведение сквозного контроля за материальными финансовыми и информационными потоками;
- оптимизация логистической структуры организации;
- выявление несоответствия между возможностями логистической системы и запросами потребителей;
- улучшение качества проведения логистических операций.

Все эти задачи объединены единой логистической цепочкой, но при этом каждой из задач присущи свои ресурсы и издержки. Практическое решение всех задач зависит от изменений внешней среды и конкретной ситуации. Использование логистической стратегии и тактики позволяет предприятию значительно снизить себестоимость производства продукции, сократить объемы запасов и производственный цикл.

Логистическая деятельность опирается на семь правил логистики — «7R»:

- 1R (*right product*) — необходимый товар;
- 2R (*right quality*) — нужного качества;
- 3R (*right quantity*) — необходимого количества;
- 4R (*right time*) — в нужное время;
- 5R (*right place*) — в нужном месте;
- 6R (*right cost*) — с необходимыми затратами;
- 7R (*right customer*) — нужному потребителю.

При несоблюдении этих правил можно понести существенные убытки и лишиться потребителей.

6.3. Принципы формирования логистической системы

Логистическая система — совокупность взаимосвязанных между собой элементов цепи, объединенных в единое целое.

Логистическая система основывается на следующих основных принципах.

Научность. Осуществление движения потоков, начиная от планирования и доведения конечного продукта до потребителя, на основе расчетов и анализа.

Целостность. Логистическая система осуществляет свои функции на уровне всей системы, а не по отдельным элементам (совокупность всех элементов в единой системе).

Системность. Решение основных целей и задач организации осуществляется единой логистической системой, но в то же время, эти проблемы должны рассматриваться в соотношении с окружающей внешней средой (т. е. данная система находится в определенных отношениях с другими системами, что нельзя не учитывать).

Согласованность. Материальные, финансовые потоки должны рационально реализовываться единой системой благодаря своевременным и грамотным информационным потокам.

Рациональность. Необходимо выбрать такой оптимальный вариант организации и управления производственными ресурсами, чтобы достигнуть глобальной цели логистической системы: максимум результата при минимуме затрат.

Последовательность. Логистическая система должна рассматриваться поэтапно. Первый этап — на макроуровне (во взаимодействии с окружающей внешней средой). Макрологистика занимается анализом рынка поставщиков и потребителей; движением материальных потоков; организацией транспортирования; распределением складирования продукции и др. Второй этап — на микроуровне (внутри своей системы). Микрологистика выполняет действия по планированию, организации, сбыту и контролю движения товаров внутри организации.

Адаптация. Логистическая система должна приспособливаться и учитывать изменения, происходящие как во внутренней, так и во внешней среде.

Надежность. Обеспечение бесперебойности и безотказности движения потоков при помощи активного применения современных технических средств.

Эффективность формирования логистической системы заключается в применении всех принципов в комплексе.

6.4. Планирование и прогнозирование логистики

Планирование и прогнозирование — важные и необходимые элементы любой деятельности. Не менее важны они и в логистике.

План — это научно обоснованная программа действий, разрабатываемых на определенный период для осуществления определенной цели и поставленных задач.

Цель планирования логистики заключается в разработке программы взаимосвязанных действий по эффективному управлению материальными потоками и другими ресурсами организации для доведения продукции до потребителя в заданные сроки с минимальными затратами.

Программа составляется на определенную перспективу для достижения желаемых результатов логистической деятельности организации. Если использовать производственные ресурсы организации хаотично, заранее не планируя их, может произойти их перерасход или недостача, что не может не сказаться на прибыли предприятия. Планирование управления ресурсами должно строиться не только исходя из целей организации, но также и учета внешних объективных факторов.

В зависимости от периода времени различают виды планирования: стратегическое, долгосрочное, среднесрочное, краткосрочное (рис. 6.2).

Стратегическое планирование разрабатывается обычно на срок от 10 до 20 лет. Составляется программа развития предприятия на перспективу на основе различных прогнозов (экономических, политических, социальных, с учетом развития и достижений науки и техники и др.). В данном виде планирования не рассматриваются детально производственные показатели, а формулируются основные направления, вырабатывается стратегия и тактика деятельности организации на будущее. Это и понятно, ведь за такой относительно большой период времени могут произойти существенные изменения как во внутренней среде организации, так и во внешней. Например, на предприятии могут не только об-



Рис. 6.2. Виды планирования

новиться основные фонды, но и измениться весь технологический процесс производства в связи с изменением спроса на выпускаемую продукцию. Достижения научно-технического прогресса также окажут значительное влияние на деятельность организации.

Долгосрочное планирование схоже со стратегическим, только на меньший срок — до 10 лет. Рассматривается политика инвестирования, ставятся и корректируются задачи с учетом изменяющейся обстановки и тенденций хозяйственного развития на планируемый период.

Среднесрочное планирование составляется на основе долгосрочного сроком до пяти лет. В данном виде планирования более конкретизируются и детализируются основные показатели деятельности организации, потребности в оснащении производства оборудованием, помещением и т. п.

Краткосрочное планирование — конкретный детальный план с расчетом всех производственных показателей на ближайший год с разбивкой по кварталам. На ближайший квартал устанавливаются жесткие фиксированные показатели, а на последующие — с учетом корректировки.

Как уже отмечалось выше, планирование логистики должно осуществляться на основе прогнозирования будущей деятельности организации.

Прогноз (от гр. *prognosis* — предвидение) — вероятностное суждение о будущем состоянии объекта исследования, основанное на наблюдениях и теоретических положениях.

Прогнозирование логистики — вероятностное планирование логистической деятельности. Причем в условиях рыночной системы это может быть как на длительную перспективу, так и на ближайший период времени.

Как планирование, так и прогнозирование должны осуществляться на следующих принципах:

- *научность* — заключается в том, что при составлении планов и прогнозов необходимо использовать и опираться на научные принципы, а также широко применять достижения науки и техники;
- *выделение и обоснование целей*, ориентированных на конечный результат деятельности;
- *точность* — и в планировании, и в прогнозировании все поставленные цели, задачи, расчеты должны быть точными, достоверными, своевременными, ориентированными на современный рынок;
- *гибкость* — так как планирование осуществляется для разных промежутков времени (от долгосрочного до краткосрочного), приходится постоянно приспосабливаться к изменяющейся обстановке, при этом цели и задачи, которые были поставлены как в долгосрочном периоде, так и на ближайшую перспективу, все время должны корректироваться, пополняться, видоизменяться в зависимости от условий, но при соблюдении их преемственности;
- *непрерывность* — планирование является непрерывным процессом; каждый последующий вид плана (начиная от стратегического) основывается на предыдущем, где все более уточняются и конкретизируются плановые показатели;
- *единство и согласованность*, основанные на взаимной увязке и координации действий отдельных подразделений и всего производственного процесса организации.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Что такое логистика и для чего она нужна?
2. Какие вы знаете виды логистики?
3. Назовите основную цель логистики.
4. Какие задачи решает логистика?
5. Назовите семь правил логистики.
6. Перечислите основные принципы логистики.
7. Докажите необходимость планирования и прогнозирования в логистике.
8. Какие вы знаете виды планов?

РАЗДЕЛ III

МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА ОРГАНИЗАЦИИ

Глава 7. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ФОНДЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

7.1. Понятие о производственных фондах. Их сущность и основные типы

Для выпуска продукции фирмам требуются машины, сооружения, здания, транспортные средства, топливо, материалы, которые называются *производственными фондами*. Производственные фонды делятся на основные и оборотные. В процессе производства они различаются длительностью оборота, способом перенесения своей стоимости на готовый продукт и характером воспроизводства.

Статистические данные и проведенные расчеты свидетельствуют о нарастании в последние годы процесса старения производственного потенциала. Решение текущих проблем за счет откладывания на неопределенный срок замены устаревших основных фондов может привести к трудноустраняемым последствиям для предприятий, поставив под вопрос само их существование. Поэтому периодическое приведение путем переоценок стоимости основных фондов, служащей базой для начисления амортизации, в соответствие с реальным уровнем цен крайне необходимо.

На рис. 7.1 в виде схемы представлена структура производственных фондов.

Из схемы видно, что в зависимости от роли, которую выполняет тот или иной элемент производственного процесса, средства производства подразделяются на средства труда и предметы труда.

Средства труда — это та часть средств производства, с помощью которых человек в процессе своей производственной деятельности воздействует на обрабатываемый предмет. К ним от-



Рис. 7.1. Структура производственных фондов

носятся: здания, сооружения, производственные машины и оборудование.

Предметы труда — та часть средств производства, на которую направлен труд человека и которая, таким образом, является обрабатываемым предметом.

Средства труда и предметы труда составляют вещественное содержание производственных фондов.

Основные производственные фонды (или основные средства) или основной капитал — это средства труда, которые длительное время участвуют в производственном процессе и частями, по мере износа, переносят свою стоимость на готовую продукцию, не меняя свою первоначальную натуральную форму.

С 1 января 2002 г. имущество, используемое более года, должно относиться к основным фондам независимо от его стоимости.

Основные фонды делятся на *промышленно-производственные* (производственные здания, сооружения, оборудование и т.д.) и фонды *непроизводственного назначения* (жилые дома, школы, детские сады, учреждения и т.д.).

Основные фонды могут быть *собственными* (принадлежащими предприятию) и *арендованными* (находящимися на балансе у другого предприятия).

В основных фондах выделяют две части:

1) основные фонды, непосредственно участвующие в производственном процессе, относятся к активной части (рабочие машины, станки, оборудование);

2) основные фонды, непосредственно не участвующие в технологическом процессе производства, но создающие для него необходимые условия, относятся к их пассивной части (здания, сооружения).

Оборотные производственные фонды — это предметы труда, а также инвентарь и инструменты, которые используются в каждом производственном цикле и поэтому полностью переносят свою стоимость (в этом цикле) на выработанную продукцию.

В оборотных фондах выделяют три группы:

1) производственные запасы — это сырье, топливо, материалы (в том числе вспомогательные — горюче-смазочные, химреактивы и др.), запчасти для ремонта и др.;

2) незавершенное производство (НЗП). Это продукция (работы, услуги) частичной готовности, т.е. не прошедшая всех операций обработки (изготовления), предусмотренных технологическим производством. В НЗП также включается законченная, но не полностью принятая заказчиком продукция. К НЗП относятся и остатки невыполненных заказов вспомогательных производств, а также остатки полуфабрикатов собственного производства;

3) расходы будущих периодов — затраты настоящего времени, которые дадут отдачу в будущем. К ним относятся затраты на разработку и внедрение новой техники, на оплату рационализаторских предложений и т.п.

Производственные запасы, в свою очередь, делятся на два вида:

текущие — это основной вид запасов, необходимый для бесперывной работы предприятия;

страховые — обеспечивают работу предприятия на случай непредвиденных отклонений в снабжении. Устанавливаются в полувину от текущего запаса.

По характеру участия в производственном процессе и методам восстановления стоимости производственные фонды различаются:

длительностью оборота. Основные фонды, в отличие от оборотных, участвуют во многих производственных циклах, сохраняя

в то же время свою первоначальную натуральную форму. Оборотные фонды участвуют в одном производственном цикле;

способом перенесения своей стоимости на продукт. Основные фонды, многократно участвуя в процессе производства, переносят свою стоимость на себестоимость готовой продукции частями, по мере износа, а оборотные фонды в течение одного производственного цикла полностью переносят свою стоимость;

характером воспроизводства (способом замены). Основные фонды сохраняют свою натуральную форму в течение многих производственных циклов и требуют замены (воспроизводства) лишь через длительный период времени, измеряемый годами. Оборотные же фонды должны возмещаться непрерывно после каждого производственного цикла.

7.2. Классификация и структура основных производственных фондов

Состав основных фондов промышленного предприятия по их технологическому или техническому назначению, по степени и характеру воздействия на предметы труда, сроку службы и ряду других признаков чрезвычайно многообразен. Поэтому важным условием для правильной организации бухгалтерского учета основных фондов является их научно обоснованная классификация (группировка) по важнейшим экономическим и технологическим признакам.

Основные производственные фонды делятся на следующие группы.

1. Здания и сооружения основных и вспомогательных цехов, лаборатории, мастерские. Сюда же относятся непроизводственные здания (служебные корпуса, склады, депо, гаражи и другие виды сооружений), обслуживающие как основное, так и вспомогательное производство.

2. Сооружения. Гидротехнические сооружения — плотины, каналы, водохранилища; транспортные и коммуникационные сооружения — мосты, дороги, туннели и др.

3. Передаточные устройства — телеграфная, телефонная связь, ЛЭП, трубопроводы различного назначения.

4. Силовые машины и оборудование — генераторы, трансформаторы, электродвигатели и др.

5. Рабочие машины и оборудование — станки, технологическое оборудование и др.

6. Измерительные и регулирующие приборы и устройства, в том числе вычислительная техника.

7. Транспортные средства — железнодорожный, автомобильный, воздушный и другие виды транспорта.

8. Прочие основные фонды: производственный инвентарь и инструменты (сроком службы более одного года и стоимостью более 100 МРОТ) и т. п.

Соотношение в стоимостном выражении между отдельными группами основных фондов (основных ресурсов) и их общей суммой называется структурой.

Приведенная выше классификация основных фондов позволяет оценивать уровень технической оснащенности, энерговооруженности и автоматизации производства. Значение различных групп основных фондов в отраслях промышленности и народного хозяйства далеко не одинаково. Это определяется спецификой технологии, различной степенью технической оснащенности производства и рядом других факторов.

Большое значение имеет группировка основных фондов по отраслям народного хозяйства. Такая группировка дает возможность построить баланс основных фондов в сопоставлении с объемом выпуска продукции в этих отраслях, характеризует насыщенность отраслей основными фондами в целях определения перспектив их дальнейшего развития.

Различия в структуре основных фондов предприятий в одной и той же отрасли определяются их мощностью, климатическими условиями и др.

7.3. Учет и оценка основных фондов

Важным аспектом при реализации требований, предъявляемых к основным фондам, является создание оптового рынка оборудования, а также сети магазинов и бирж комиссионной торговли новой, списанной и подержанной техникой. Осуществление лизинговой (арендной) формы торговли оборудованием, как показывает опыт зарубежных компаний, позволяет снизить единовременные капиталовложения и, следовательно, создает благоприятные условия для быстрого становления и развития бизнеса. Вместе с тем высокая стоимость оборудования и инструментов, а также привлечение денежных средств в больших размерах вынуждают предприятия уделять больше внимания лучшему использованию основных фондов в процессе их эксплуатации. Это, однако, тре-

бует выполнения ряда условий, прежде всего — необходимости ведения четкого учета наличия и движения основных фондов на предприятии. Данный учет должен обеспечить информацию об их общей величине, динамике изменений, степени влияния основных фондов на уровень издержек производства и др.

Учет основных фондов заключается не только в необходимости иметь информацию о том, какими фондами и в каком объеме предприятие располагает, но и об основных закономерностях производства. Дело в том, что доля основных фондов в общем объеме средств, находящихся в распоряжении предприятия, достигает 70 % и более. Следовательно, полнота и грамотность их использования являются одним из основных показателей, определяющих эффективность производства и его развитие.

Для организации учета основных фондов и анализа их материального состава необходима группировка фондов в зависимости от назначения по натурально-вещественным признакам.

Учет основных фондов производится в натуральной и денежной формах.

Учет и планирование в натуральной форме. Он заключается в определении состояния оборудования, производственных мощностей отдельных предприятий и отрасли в целом как на текущий, так и на перспективный периоды. На основе учета основных фондов в натуральной форме планируется новое капитальное строительство, работы по модернизации и реконструкции оборудования.

С помощью натуральных показателей осуществляется отдельный учет для каждой группы основных фондов. Например, для зданий натуральными показателями являются: их число, общая и полезная площадь в квадратных метрах; для рабочих машин — число единиц, тип, марка, срок службы и т. п. Для более полной характеристики состояния средств труда следует проводить аттестацию каждого рабочего места, которая представляет собой комплексную оценку его соответствия нормативным требованиям и передовому опыту по таким направлениям, как технико-экономический уровень, условия труда и техника безопасности. Учет основных фондов в натуральной форме позволяет определить не только их вещественную структуру, но и технический уровень, составить баланс оборудования и т. д.

Процесс учета фондов в натуральных показателях осуществляется путем инвентаризации (на оборудование ставится инвентарный номер) и паспортизации (оборудованию выписывают технический паспорт).

Учет в денежной форме. Он проводится для определения общей величины и структуры основных фондов, динамики их изменений, расчета амортизационных отчислений и экономической эффективности капитальных вложений, без чего невозможно судить о состоянии экономики предприятия. Эти оценки делают по первоначальной, восстановительной, а также по остаточной стоимости.

Методы оценки основных фондов в денежной форме зависят от источников их поступления на предприятие.

1. *Первоначальная стоимость основных фондов*, поступивших за счет капитальных вложений предприятия, включает фактические затраты на их сооружение или приобретение, расходы на доставку и установку, за исключением налога на добавленную стоимость, и первоначальную стоимость основных средств, поступивших от учредителей предприятия в счет их вкладов в уставный капитал (последние оцениваются по стоимости, определяемой соглашением сторон).

Если основные средства, бывшие уже в эксплуатации, получены безвозмездно от других предприятий или в качестве субсидии правительственных органов, то они обычно оцениваются у передавшего их предприятия по остаточной стоимости (см. ниже).

Недостатки оценки по первоначальной стоимости.

Несоответствие в ценах нынешнего и прошлого времени, поскольку цены на оборудование и фонды со временем меняются. В результате даже одинаковые фонды, но введенные в действие на предприятии в разные годы, учитываются в различных ценах, что приводит к несопоставимости данных об их стоимости.

Трудность оценки степени износа. Очень сложно точно определить, насколько изнаются основные фонды через такое-то время. Это зависит от многих факторов (вопрос об износе рассмотрен в подразд. 7.4).

В современных условиях при высоком уровне инфляции как никогда ранее возникает необходимость периодической переоценки основных фондов и определения их восстановительной стоимости, соответствующей реальным экономическим обстоятельствам.

2. *Восстановительная стоимость основных фондов* показывает, в какую сумму обошлось бы в современных условиях создание действующих средств труда, исходя из текущих цен на оборудование и расценок на строительно-монтажные работы.

Восстановительная стоимость определяется путем периодических переоценок. Поэтому она, как правило, ниже первоначальной.

Восстановительная стоимость фондов определяется умножением их балансовой¹ (первоначальной) стоимости на установленный для данного вида основных фондов коэффициент перерасчета.

Переоценка основных фондов производится по состоянию на данный момент, исходя из их балансовой стоимости, скорректированной на утвержденные индексы (коэффициенты) ее пересчета. Индексы пересчета различаются по видам основных фондов, а также в зависимости от сроков создания, строительства или приобретения их. Для предприятий, финансово-экономические показатели которых после переоценки и увеличения амортизации могут существенно ухудшиться, разрешено в установленном порядке использовать понижающие коэффициенты амортизации. Повышающие коэффициенты применяются при реализации инвестиционных программ по техническому перевооружению производства, что требует дополнительных финансовых ресурсов (амортизационные отчисления описаны в подразд. 7.5).

Проведение переоценки основных фондов не должно влиять на процесс приватизации предприятий. Величина уставного капитала акционерных обществ, создаваемых в порядке преобразования государственных и муниципальных предприятий, а также начальная цена объектов приватизации при их продаже на аукционе или по конкурсу определяются без учета переоценки, но с учетом индексации при переоценке основных фондов.

Метод оценки по восстановительной стоимости лишен первого недостатка, характерного для оценивания фондов по их первоначальной стоимости, а именно — несопоставимости цен. Однако он не устраняет второй недостаток — трудность оценки степени изношенности основных фондов.

3. *Остаточная стоимость основных фондов* представляет собой первоначальную или восстановительную стоимость за вычетом начисленного износа.

Данные о восстановительной и остаточной стоимости основных фондов широко используются в технико-экономических расчетах по определению эффективности реконструкции, модернизации, демонтажа и установки нового оборудования на действующих предприятиях.

¹ Балансовая стоимость основных фондов (термин, используемый в бухгалтерском учете) — это стоимость фондов, отражаемая в балансе. Поскольку фонды вводятся в действие и зачисляются на баланс по их фактической стоимости на данный момент, то экономический термин «первоначальная стоимость» совпадает с понятием «балансовая стоимость» вплоть до периода переоценки основных фондов по восстановительной стоимости.

7.4. Износ основных производственных фондов

Основные производственные фонды предприятий совершают хозяйственный кругооборот, состоящий из стадий: износ основных фондов, амортизация, заключающаяся в накоплении средств для последующего полного восстановления фондов, и замена фондов путем осуществления капиталовложений.

Любые объекты основных фондов, как и все материальные объекты, подвержены износу, «старению»: физическому и моральному, т. е. под влиянием физических сил, технических и экономических факторов они постепенно утрачивают первоначальные качества, приходят в негодность и не могут далее эффективно выполнять свои функции. В процессе износа фонды утрачивают полезные свойства, а вместе с ними и стоимость.

Износ основных фондов — это постепенная утрата их стоимости в период функционирования.

Различают физический и моральный износ.

Физический износ — это ухудшение технического состояния основных фондов, потеря средствами труда своих первоначальных качественных характеристик в результате производственного функционирования или бездействия.

Физический износ может быть эксплуатационным и естественным. Первый связан с производственным потреблением основных фондов в процессе эксплуатации, а второй обусловлен воздействием природных факторов, т. е. основные фонды могут изнашиваться даже при условии их полного бездействия.

На степень физического износа основных фондов влияют следующие факторы:

- качество использованных в процессе изготовления фондов материалов;
- качество изготовления самих фондов;
- качество монтажа;
- грамотность эксплуатации;
- своевременность и качественность профилактического и ремонтного обслуживания;
- продолжительность работы;
- физические и химические факторы внешней среды (повышенная температура, влажность, излучение и т. д.).

Физический износ протекает неравномерно. Те детали и узлы, на которые приходится наибольшая нагрузка, чаще и быстрее выходят из строя. Частично физический износ может

быть восстановлен путем ремонта, реконструкции и модернизации.

Помимо физического существует также и моральный износ.

Моральный износ основных фондов представляет собой их обесценивание под влиянием научно-технического прогресса.

Моральный износ проявляется в том, что устаревшие основные фонды по своей конструкции, производительности, экономичности и качеству выпускаемой продукции отстают от новейших образцов. Это вызывает потребность внедрения более современной техники и технологии, и поэтому периодически возникает необходимость замены основных фондов, особенно их активной части.

При совершенствовании техники и технологии в результате научно-технического прогресса удешевляется воспроизводство средств труда.

В связи с этим применявшиеся ранее средства труда как бы обесцениваются и их применение становится экономически неэффективным. В современной экономике развитых стран главным фактором, определяющим необходимость замены, является именно моральный износ.

Различают две формы морального износа.

Первая форма является результатом роста производительности труда, повышения уровня технической оснащенности производства, когда происходит сокращение трудовых затрат и, как следствие, стоимости выпускаемой продукции. Орудия труда теряют часть стоимости пропорционально снижению общественно необходимых затрат на производство аналогичных по своему назначению орудий труда, но полностью сохраняют свои потребительские свойства, так как при тех же затратах живого труда они дают возможность произвести такое же количество продукции, как и новые орудия труда.

Вторая форма морального износа заключается в том, что в результате развития научно-технического прогресса появляется новое, более производительное и экономичное оборудование, техника. В результате прежнее оборудование начинает препятствовать повышению производительности и поэтому должно заменяться на более новое и совершенное.

Следует отметить, что при наступлении морального износа расчет экономической эффективности замены необходимо проводить в каждом конкретном случае, поскольку может сложиться ситуация, когда использование даже устаревшего оборудования окажется выгоднее закупки нового.

7.5. Амортизационные отчисления

Сущность амортизации. Амортизация (от лат. *amortisatio* — погашение) — это процесс перенесения стоимости изношенной части основных фондов на создаваемую продукцию, выполняемую работу, оказываемые услуги. В соответствии с нормами часть стоимости основных фондов включается в издержки производства, т. е. в себестоимость продукции.

Перенесение стоимости происходит таким образом, чтобы за период эксплуатации основных фондов произошло их возмещение (восстановление).

В положении по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» указано, что стоимость объектов основных средств погашается посредством начисления амортизации в течение всего срока их полезного использования.

Сущность амортизации заключается в накоплении денежных средств, поэтому амортизация может быть также определена как процесс возмещения физического и морального износа основных фондов в денежной форме.

Следует отметить, что амортизационные отчисления являются источником денежных средств строго целевого назначения. Помимо целевого использования эффективность амортизации обеспечивается также и расчетом необходимых для ее осуществления объемов денежных средств, причем с учетом инфляции.

Первое условие (целевое назначение) может выполняться путем хранения указанных средств в банках (в том числе инвестиционных) с последующим их выделением строго на приобретение новых основных средств. Выполнение второго условия (необходимой величины отчислений) обусловлено своевременным изменением норм амортизации и текущей индексации стоимости основных фондов.

Объектами для начисления амортизации являются основные фонды предприятий, действующих как в производственной, так и непроизводственной сферах.

По объектам жилищного фонда, объектам внешнего благоустройства, а также продуктивному скоту, многолетним насаждениям, не достигшим эксплуатационного возраста, амортизация не начисляется. Не подлежат амортизации земельные участки и объекты природопользования.

Норма амортизации. Это установленный в процентах размер амортизационных отчислений по каждому виду основных фондов за определенный период.

При расчете отчислений чаще всего исходят из первоначальной (балансовой) стоимости или из стоимости по данным последней переоценки.

Годовая норма амортизации показывает:
процент ежегодного износа основных фондов;

какую долю от первоначальной стоимости продукции нужно ежегодно отчислять.

Величина амортизационных отчислений существенно влияет на экономику предприятия. С одной стороны, слишком высокая доля отчислений увеличивает издержки производства и, следовательно, снижает конкурентоспособность продукции, уменьшает объем получаемой прибыли. В результате сужаются возможности экономического развития предприятия.

С другой стороны, заниженная доля отчислений удлинит срок оборачиваемости средств, вложенных в приобретение основных фондов, а это ведет к их старению, износу и, как следствие, к снижению конкурентоспособности, потере позиций на рынке.

Амортизация начисляется исходя из срока полезного использования имущества.

Срок полезного использования признается период, в течение которого объект основных средств и (или) объект нематериальных активов служат для выполнения целей деятельности налогоплательщика.

Он представляет собой величину, обратную норме амортизации:

$$n = (1/H_n)100, \quad (7.1)$$

где H_n — норма амортизации, %.

Срок полезного использования определяется налогоплательщиком самостоятельно на дату ввода в эксплуатацию данного объекта амортизируемого имущества в соответствии с положениями ст. 258 и на основании классификации основных средств, определяемой Правительством России.

Амортизационные группы. Все амортизируемое имущество на основе критерия срока полезного использования распределяется по следующим 10 амортизационным группам (ст. 258 Федерального закона от 26 ноября 2008 г. № 224-ФЗ).

Первая группа — все недолговечное имущество со сроком полезного использования от 1 до 2 лет включительно.

Вторая группа — имущество со сроком полезного использования свыше 2 лет до 3 лет включительно.

Третья группа — имущество со сроком полезного использования свыше 3 лет до 5 лет включительно.

Четвертая группа — имущество со сроком полезного использования свыше 5 лет до 7 лет включительно.

Пятая группа — имущество со сроком полезного использования свыше 7 лет до 10 лет включительно.

Шестая группа — имущество со сроком полезного использования свыше 10 лет до 15 лет включительно.

Седьмая группа — имущество со сроком полезного использования свыше 15 лет до 20 лет включительно.

Восьмая группа — имущество со сроком полезного использования свыше 20 лет до 25 лет включительно.

Девятая группа — имущество со сроком полезного использования свыше 25 лет до 30 лет включительно.

Десятая группа — имущество со сроком полезного использования свыше 30 лет.

Таким образом, срок полезного использования основных средств налогоплательщики будут определять самостоятельно на основании приведенной классификации. С ее утверждением необходимость применения в целях налогообложения единых норм амортизационных отчислений отпадает.

Новшеством стало также изменение «масштаба» норм амортизации. Нормы по-прежнему рассчитываются исходя из срока полезного использования имущества. Однако этот срок будет измеряться не в годах, а в месяцах.

7.6. Методы расчета амортизационных отчислений

Расчет амортизационных отчислений. Амортизационные отчисления определяются методом прямого расчета на основании балансовой (среднегодовой¹) стоимости отдельных видов основных фондов и установленных норм амортизации. Полезный срок службы основных фондов зависит от их вида (в связи со спецификой участия каждого вида фондов в производстве продукции). Например, оборудование и инструменты функционируют в производстве непосредственно и поэтому в большей степени подвержены изнашиванию по сравнению со зданиями и сооружениями, которые не связаны с производством прямой зависимостью, а только создают для него необходимые условия.

¹ В отличие от первоначальной стоимости среднегодовая стоимость основных фондов рассчитывается в тех случаях, когда в течение года либо поступают новые основные фонды, либо выбывают старые.

Первоначально амортизационные отчисления рассчитывали единственным путем — линейным методом (т.е. методом равномерного прямолинейного списания стоимости): в течение всего срока службы фондов ежегодно отчислялась одна и та же сумма средств согласно нормам амортизации.

При использовании *линейного метода* расчет годовых амортизационных отчислений производится исходя из балансовой стоимости основных фондов и норм амортизации по формуле

$$A_o^r = C_n H_a / 100, \quad (7.2)$$

где C_n — первоначальная (балансовая) стоимость основных фондов, руб.; H_a — норма амортизации, %.

Итак, исходя из расчета амортизационных отчислений проводился линейный метод. Однако в связи с появлением новых задач указанный метод перестал быть полностью адекватным, поскольку возникла необходимость создания финансовых условий, направленных на ускоренное внедрение в производство научно-технических достижений и повышение заинтересованности в обновлении активной части основных фондов. Поэтому предприятиям помимо линейного метода было рекомендовано применять *ускоренную амортизацию активной части основных фондов*. Это метод более быстрого, по сравнению с нормативными сроками службы, полного переноса балансовой стоимости основных фондов на издержки производства и обращения.

Ускоренная амортизация в каждый последующий год рассчитывалась либо по остаточной стоимости основных фондов, либо путем увеличения установленных норм не более чем в 2 раза.

В свою очередь, остаточная стоимость основных фондов рассчитывается по формуле

$$C_{\text{ост}} = C_n - A_o^r(i), \quad (7.3)$$

где C_n — первоначальная (балансовая) стоимость основных фондов, руб.; $A_o^r(i)$ — амортизационные отчисления i -го года, руб.

Такое право самостоятельного введения ускоренной амортизации было предоставлено всем организациям, действующим в высокотехнологичных отраслях экономики. Предприятия могли применять ускоренную амортизацию в отношении основных фондов, которые использовались для увеличения выпуска средств вычислительной техники, новых прогрессивных видов материалов, приборов, оборудования, расширения экспорта продукции, а также в случаях, когда осуществляется массовая замена устаревшей техники.

Указанный метод не распространялся на машины и оборудование с нормативным сроком службы до трех лет, на уникальную технику, предназначенную только для производства ограниченного круга изделий.

До настоящего времени использовались четыре метода начисления амортизации:

- 1) линейный способ;
- 2) способ уменьшаемого остатка;
- 3) способ списания стоимости по сумме чисел лет срока полезного использования;
- 4) способ списания стоимости пропорционально объему продукции (работ).

Годовая сумма амортизационных отчислений определяется:

- при *линейном* способе — исходя из первоначальной стоимости (или восстановительной в случае проведения переоценки) объекта основных фондов и нормы амортизации, исчисленной на основе срока полезного использования этого объекта. Расчет амортизационных отчислений производится в течение всего срока полезного использования основных фондов, т.е. срока, в течение которого балансовая стоимость этих фондов полностью переносится на издержки производства и обращения;
- при способе *уменьшаемого остатка* — исходя из остаточной стоимости основных фондов на начало отчетного года и нормы амортизации. Каждый год величина амортизации от того или иного вида основных фондов, которая приходится на себестоимость готовой продукции, будет уменьшаться в соответствии со снижением остаточной стоимости;
- при способе *списания стоимости по сумме чисел лет срока полезного использования* — исходя из первоначальной (или восстановительной) стоимости объекта и соотношения, в числителе которого — число лет, остающихся до конца срока полезного использования объекта, а в знаменателе — сумма чисел лет срока полезного использования объекта;
- при способе *списания стоимости пропорционально объему продукции* начисление производится исходя из натурального показателя объема продукции (работ) в отчетном периоде и соотношения первоначальной стоимости объекта основных фондов и предполагаемого объема продукции за весь срок полезного использования этого объекта.

Следует отметить, что применение конкретно выбранного метода для группы однородных основных фондов (средств) производилось в течение всего срока полезного использования указанных

фондов. Например, для объектов, которые уже начали амортизироваться линейным способом, дальнейшее использование другого метода не допускалось.

В условиях рыночной экономики механизм амортизации становится серьезным рычагом для экономического стимулирования обновления основных фондов.

С 1 января 2009 г. внесены поправки в Налоговый кодекс Российской Федерации (ст. 259) о порядке начисления амортизации. В нем, как и ранее, предусмотрено два метода начисления амортизации: линейный и нелинейный (ст. 259 п. 1 НК РФ). Однако имеются значительные отличия в способе их применения.

1. Метод начисления амортизации должен быть единым для всех объектов амортизируемого имущества. Это значит, что нельзя применять разные методы амортизации по отдельным объектам вне зависимости от срока приобретения основных средств. Исключение составляют все основные средства, входящие в 8-е — 10-е амортизационные группы (здания, сооружения, передаточные устройства). Для них применяется только линейный способ.

2. Линейный метод начисления амортизации применяется также и для нематериальных активов (НМА), которые входят в эти амортизационные группы (ст. 259 п.3 НК РФ).

3. Выбранный метод начисления амортизации нужно обязательно закрепить в учетной политике для целей налогообложения (ст. 259 п. 1 НК РФ).

4. Налогоплательщик теперь может поменять выбранный метод начисления амортизации с начала очередного налогового периода. Однако перейти с нелинейного метода начисления амортизации на линейный он имеет право только 1 раз в пять лет. Кроме того, нелинейный метод начисления амортизации следует применять не менее пяти лет (Письмо Министерства финансов России от 21.02.2011 N 03-03-06/2/36).

Например, в учетной политике организации «Барьер» на 2009 г. установлено начисление амортизации основных средств нелинейным методом. Таким образом данная организация должна пользоваться этим методом на протяжении пяти лет: с 1 января 2009 г. по 31 декабря 2013 г.

В связи с нововведениями ч. II Налогового кодекса РФ («Налог на прибыль организаций») расчет амортизационных отчислений изменился.

Так, из четырех способов начисления амортизации, ранее предусмотренных ПБУ 6/01, для целей налогообложения оставле-

ны только два: традиционный линейный метод и обобщенный нелинейный.

Статья 259 НК РФ предоставляет предприятиям право самостоятельно выбирать для каждого амортизируемого объекта один из этих методов.

В настоящий момент налогоплательщики начисляют амортизацию одним из методов с учетом особенностей, предусмотренных ст. 259 НК РФ: линейным или нелинейным.

Сумма амортизации для целей налогообложения определяется организациями-налогоплательщиками ежемесячно. Амортизация начисляется отдельно по каждому объекту амортизируемого имущества.

Способ, с помощью которого организация будет начислять амортизацию, зависит от срока полезного использования объектов основных средств.

Линейный метод применяется при начислении амортизации к зданиям, сооружениям, передаточным устройствам, входящим в 8-ю — 10-ю амортизационные группы, независимо от сроков ввода в эксплуатацию этих объектов.

К остальным основным средствам, входящим в группы с 1-й по 7-ю, организация-налогоплательщик вправе применить как линейный, так и нелинейный метод амортизации.

Выбранный метод начисления амортизации, который используется в отношении объекта амортизируемого имущества (входящего в состав соответствующей группы), не может быть изменен в течение всего периода начисления амортизации по этому объекту, за исключением некоторых случаев, рассмотренных ниже.

Начисление амортизации в отношении объекта амортизируемого имущества осуществляется в соответствии с нормой амортизации, определенной для данного объекта исходя из его срока полезного использования.

Линейный метод. При применении линейного метода сумма начисленной за один месяц амортизации определяется как произведение первоначальной (или восстановительной) стоимости объекта и нормы амортизации для него.

В свою очередь, норма амортизации по линейному методу для каждого объекта амортизируемого имущества определяется по формуле

$$H_a = (1/n)100, \quad (7.4)$$

где n — срок полезного использования данного объекта, выраженный в месяцах.

Как уже было сказано выше, данный метод начисления амортизации может быть изменен с начала очередного налогового периода. Так, если налогоплательщик, использовавший в 2009 г. линейный метод начисления амортизации по объектам амортизируемого имущества, принимает решение о применении нелинейного метода начисления амортизации, то он может перейти на этот метод только с 1 января 2010 г. Перейти с нелинейного метода начисления амортизации на линейный метод можно не чаще одного раза в пять лет. Таким образом, вернуться к использованию линейного метода организация сможет лишь через пять лет, т.е. с 1 января 2016 г.

Нелинейный метод. С 1 января 2009 г. порядок расчета начисления суммы амортизации нелинейным методом изменен.

На 1-е число налогового периода при начислении амортизации нелинейным методом, для каждой амортизационной группы (подгруппы), согласно п. 2 ст. 259.2 НК РФ, определяется суммарный баланс. Он рассчитывается как суммарная стоимость всех объектов амортизируемого имущества, отнесенных к данной амортизационной группе (подгруппе). В этот суммарный баланс включаются объекты основных средств, нематериальные активы, капитальные вложения арендаторов, а также капитальные вложения в предоставленные по договору безвозмездного пользования объекты основных средств в форме неотделимых улучшений, произведенных организацией-ссудополучателем с согласия организации-ссудодателя, которые с 1 января 2009 г. признаются амортизируемым имуществом.

Для определения суммарного баланса амортизационных групп (подгрупп) остаточная стоимость объектов определяется исходя из срока их полезного использования, который устанавливается при вводе объектов в эксплуатацию. В составе амортизационных групп, сформированных в порядке, установленном п. 2 ст. 259.2 НК РФ, формируются амортизационные подгруппы. Далее на 1-е число каждого месяца рассчитывается суммарный баланс каждой амортизационной группы (подгруппы), то есть рассчитывается суммарная остаточная стоимость объектов амортизируемого имущества, включенных в данную амортизационную группу (подгруппу). Суммарный баланс каждой амортизационной группы (подгруппы) ежемесячно уменьшается на суммы начисленной именно по этой группе (подгруппе) амортизации.

Сумма начисленной за месяц амортизации нелинейным способом для каждой амортизационной группы (подгруппы) определяется исходя из произведения суммарного баланса соответствующей

щей амортизационной группы (подгруппы) на начало месяца и норм амортизации, установленных ст. 259.2 НК РФ, по формуле

$$A = Bk / 100, \quad (7.5)$$

где A — сумма начисленной за один месяц амортизации для соответствующей амортизационной группы (подгруппы); B — суммарный баланс соответствующей амортизационной группы (подгруппы); k — норма амортизации для соответствующей амортизационной группы (подгруппы).

Для амортизационных групп при начислении амортизации нелинейным методом применяются следующие месячные нормы амортизации (п.5 ст. 259.2 НК РФ).

Амортизационная группа:

первая	14,3
вторая.....	8,8
третья	5,6
четвертая.....	3,8
пятая.....	2,7
шестая	1,8
седьмая.....	1,3
восьмая	1,0
девятая.....	0,8
десятая	0,7

При вводе в эксплуатацию амортизируемого имущества первоначальная стоимость этих объектов увеличивает суммарный баланс соответствующей амортизационной группы (подгруппы) с 1-го числа месяца, следующего за месяцем, когда они были введены в эксплуатацию. Также увеличивается суммарный баланс и при изменении первоначальной стоимости основных средств в случаях их достройки, дооборудования, реконструкции, модернизации, технического перевооружения.

Если амортизируемое имущество выбывает по разным причинам, суммарный баланс соответствующей амортизационной группы (подгруппы) уменьшается на остаточную стоимость таких объектов (10 ст. п. 259.2 НК РФ). При этом суммарный баланс может уменьшиться до нуля. В таком случае данная амортизационная группа (подгруппа) ликвидируется (ст. 259.2 п. 11 НК РФ).

Также суммарный баланс амортизационной группы (подгруппы) может составлять менее 20 000 руб. Тогда налогоплательщик имеет право ликвидировать указанную амортизационную группу (подгруппу) и отнести остаток суммарного баланса на внереали-

зационные расходы текущего отчетного (налогового) периода (ст. 259.2 п. 12 НК РФ).

По истечении срока полезного использования какого-либо объекта амортизируемого имущества налогоплательщик может исключить данный объект из состава амортизационной группы (подгруппы). При этом суммарный баланс этой амортизационной группы (подгруппы) можно оставить без изменения и продолжать начислять амортизацию в общеустановленном порядке (ст. 259.2 п. 13 НК РФ). Такие действия позволяют избежать недоамортизованности этих основных средств. Дело в том, что при расчете остаточной стоимости после истечения срока полезного использования объекта амортизируемого имущества ее значение будет больше нуля.

Применение к нормам амортизации объектов амортизируемого имущества повышающих (понижающих) коэффициентов влечет за собой соответствующее сокращение (увеличение) срока полезного использования таких объектов.

7.7. Показатели эффективности использования основных фондов

Для характеристики качественного состояния основных фондов используются две группы показателей.

Первая группа. Показатели, позволяющие судить о степени использования основных фондов.

1. *Фондоотдача* — это отношение годового выпуска продукции к среднегодовой стоимости основных производственных фондов. Расчет данного показателя производится по формуле

$$\Phi_o = V_n / C_{o.ф}, \quad (7.6)$$

где V_n — выпуск продукции за год, руб.; $C_{o.ф}$ — среднегодовая стоимость основных фондов, руб.

Фондоотдача показывает, сколько продукции в денежном выражении приходится на 1 руб. основных производственных фондов.

Чем лучше используются производственные фонды, тем выше показатель фондоотдачи.

2. *Фондоёмкость продукции* — это величина, обратная фондоотдаче, которая характеризует стоимость основных фондов, приходящихся на единицу продукции. Соответствующий расчет приведен в формуле

$$\Phi_e = 1/\Phi_o = C_{o.ф}/V_n. \quad (7.7)$$

Рост фондоотдачи и снижение фондоемкости продукции свидетельствуют об улучшении использования основных фондов, и наоборот.

3. *Фондовооруженность* — отношение стоимости основных производственных фондов к численности работников данного предприятия — рассчитывается по формуле

$$\Phi_{\text{в}} = C_{\text{о.ф.}} / Ч, \quad (7.8)$$

где Ч — численность работников.

Данный показатель отражает оснащенность работников средствами труда.

4. *Коэффициент износа* — отношение стоимости износа основных фондов к их первоначальной стоимости — рассчитывается по формуле

$$K_{\text{изн}} = C_{\text{изн}} / C_{\text{п}}, \quad (7.9)$$

где $C_{\text{изн}}$ — стоимость износа основных фондов, руб.; $C_{\text{п}}$ — первоначальная стоимость основных фондов, руб.

Эффективность использования основных производственных фондов приводит к повышению производительности труда, увеличению объема продукции и росту прибыли.

Вторая группа. Показатели, позволяющие оценивать состав и структуру основных фондов.

1. *Коэффициент обновления основных фондов*, который рассчитывается по формуле

$$K_{\text{обн}} = C_{\text{введ}} / C_{\text{к.г}}, \quad (7.10)$$

где $C_{\text{введ}}$ — стоимость вновь введенных основных фондов за определенный период, руб.; $C_{\text{к.г}}$ — стоимость основных фондов на конец того же периода, руб.

2. *Коэффициент выбытия основных фондов* определяется по формуле

$$K_{\text{выб}} = C_{\text{выб}} / C_{\text{нач}}, \quad (7.11)$$

где $C_{\text{выб}}$ — стоимость выбывающих основных фондов за определенный период, руб.; $C_{\text{нач}}$ — стоимость основных фондов на начало того же периода, руб.

3. *Коэффициент прироста основных фондов* рассчитывается по формуле

$$K_{\text{прир}} = (C_{\text{введ}} - C_{\text{выб}}) / C_{\text{нач}}, \quad (7.12)$$

Для более эффективного использования основных фондов необходимы повышение степени их загрузки (особенно активной

части фондов), обновление фондов, применение прогрессивного оборудования, современных технологий и квалифицированных работников.

7.8. Оборотные средства, их структура и показатели

Наряду с оборотными фондами, участвующими в сфере производства (материалы, топливо), предприятие располагает средствами, находящимися в сфере обращения (деньги в банке, абонентская задолженность за потребленную энергию и т.п.), т.е. средствами обращения. Оборотные фонды и средства обращения, выраженные в денежной форме, составляют *оборотные средства предприятия*.

Общая схема структуры оборотных средств представлена на рис. 7.2.

Оборотные средства в процессе производства последовательно проходят три стадии и принимают соответственно три формы. На первой стадии они направляются на создание запасов топлива, сырья, материалов, т.е. превращаются из денежной формы в материальную. На второй стадии созданные запасы принимают форму готовой продукции. На третьей стадии оборот завершается реализацией готовой продукции, в результате чего оборотные средства вновь приобретают денежную форму. При этом денежная форма первой стадии отличается от денежной формы последней стадии прибавочной стоимостью. Так обеспечивается непрерывность производства.

Совокупность времени производства и времени обращения оборотных средств составляет период их оборота.

Оборотные средства делятся на собственные и заемные.

Собственные оборотные средства находятся в распоряжении самого предприятия. Это средства, минимально необходимые для обеспечения выполнения плана по производству.

Заемные оборотные средства предоставляются банками в виде кредитов, могут иметь форму ценных бумаг и т.п.

Кроме того, различают нормированные и ненормированные оборотные средства.

К *нормированным оборотным средствам* относятся оборотные фонды и готовая продукция, находящаяся на складах предприятия. Нормирование оборотных средств заключается в установлении норм их запаса в днях и нормативов в денежном выражении.



Рис. 7.2. Структура оборотных средств

Норматив оборотных средств — это плановый остаток товарно-материальных ценностей в денежном выражении, необходимый для нормальной работы предприятия. *Норма расхода материалов* — это предельно допустимый расход отдельных видов материальных ресурсов на изготовление единицы продукции при используемой технологии и данном уровне организации производства.

Не нормируются денежные средства, задолженность заказчиков по неоплаченным в срок счетам за выполненные работы и др.

Использование оборотных средств характеризуется следующими показателями:

количество оборотов оборотных средств, определяемое делением стоимости реализованной продукции за год (P_{π}) на среднегодовой размер оборотных средств ($C_{об}$) по формуле

$$n_{об} = P_{\pi} / C_{об}; \quad (7.13)$$

продолжительность оборота, определяемое делением количества дней за определенный период (например, за год) на количество оборотов за этот же период по формуле

$$T_{об} = \Delta / n_{об}; \quad (7.14)$$

где Δ — количество дней в определенном периоде.

В результате ускорения оборачиваемости оборотных средств часть их может быть высвобождена и использована для более эффективной организации производства.

7.9. Аренда, арендные отношения

Что необходимо предприятию для эффективного производства? Конечно же ему нужен стартовый капитал, оборудование, помещение, транспортные средства, человеческие ресурсы, сырье и многое другое. Все это требует значительных затрат. Более того, в условиях жесточайшей конкуренции предприятие вынуждено постоянно совершенствовать свое производство, обновлять и модернизировать оборудование, расширять рынки сбыта, искать новые каналы реализации своей продукции в связи с огромным количеством средних и малых предприятий на рынке, число которых все время растет.

Основная задача предприятия в данных условиях — достижение соответствующего уровня конкурентоспособности продукции. В связи с этим предприятию не обойтись без капитальных вложений. Кстати, именно необходимости, а зачастую и недостаток инвестиционных вложений создают определенные барьеры для вхождения (проникновения) на рынок. Особенно это чувствительно для средних и малых организаций, которые не всегда могут долго из-за этого удержаться на рынке и разорятся.

Большие затраты на производственную деятельность требуют более разумного и экономного использования денежных средств. Любое предприятие стремится минимизировать свои затраты, поэтому оно рассчитывает, что ему более выгодно: выкупить предприятие или взять его в аренду. Зачастую именно аренда оказывается эффективнее, чем приобретение зданий, сооружений, оборудования и прочих основных средств в собственность. В таком случае арендные отношения являются наиболее эффективным способом привлечения инвестиционных средств.

Причина роста популярности аренды состоит в том, что она представляет собой весьма простую финансовую сделку. Аренда, с одной стороны, дает возможность предприятию использовать необходимые для производства основные средства без значительных единовременных капитальных вложений, связанных с его приобретением; с другой стороны — предоставляется возможность получать дополнительный доход посредством сдачи в аренду временно неиспользуемых объектов, сохраняя при этом право собственности на них.

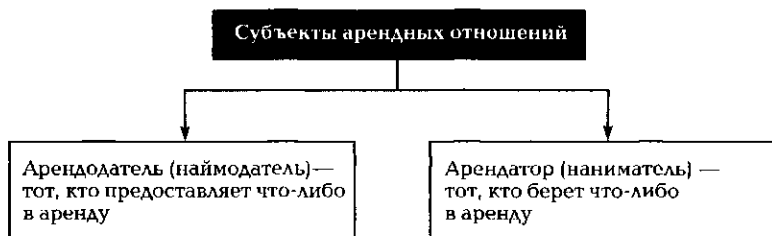


Рис. 7.3. Субъекты арендных отношений

В соответствии с действующим ГК РФ (ст. 606) поступления, полученные арендатором в результате использования арендованного им имущества (плоды, продукция и доходы), являются его собственностью.

Пример. У дяди Федора корова, которую он взял в аренду, родила теленка. *Вопрос.* Кому принадлежит право собственности на теленка: собственнику коровы или дяде Федору?

Ответ. Так как в соответствии с договором аренды дядя Федор владел коровой на законном основании, то и теленок, родившийся в результате использования им коровы, принадлежит дяде Федору.

Так что же такое аренда?

Аренда (польск. *arenda* от позднелат. *arrendare* — отдавать в наем; англ. *lease, rent* — имущественный найм) представляет собой временное владение и пользование имуществом за определенную плату для самостоятельного осуществления хозяйственной деятельности или иных целей.

Аренда осуществляется на основании договора, по которому одна сторона (арендодатель) обязуется предоставить другой стороне (арендатору) имущественный комплекс во временное владение и пользование (полное либо частичное) под определенный процент (рис. 7.3).

К имущественному комплексу относятся: предприятие, здания, помещения, оборудование, земля, природные ресурсы и другое имущество. Кто является собственником этого имущества? Собственником, как правило, является сам арендодатель (или представитель собственника).

Имущественный комплекс еще называют товаром. Например, аренда здания — это когда арендатор взял по договору у арендодателя здание во временное владение и пользование на определенный срок за определенную плату. Товаром в данном случае является здание.

Сторона, предоставляющая имущество во временное пользование, является арендодателем, а сторона, получающая его, — арендатором. Отношения между арендатором и арендодателем называются арендными (рис. 7.3).

Правовые основы регулирования арендных отношений рассмотрены в Гражданском кодексе РФ (часть II, глава 34 «Аренда»).

Что может сдаваться в аренду? В аренду может быть сдано имущество: здания, квартиры, оборудование, а также земля и многое другое. Как видим, в аренду может сдаваться как движимое, так и недвижимое имущество. В настоящее время широкое распространение получила сдача в аренду действующими предприятиями временно свободных зданий, сооружений, оборудования, транспортных средств, земли. Имущество сдается в аренду вместе со всеми его принадлежностями и относящимися к нему документами (техническим паспортом, сертификатом качества и т. п.), если иное не предусмотрено договором. Если в аренду берется недвижимое имущество, то согласно законодательству оно должно быть зарегистрировано на государственном уровне. Таким образом, отношения между арендодателем и арендатором регулируются договором и законом.

В аренду может сдаваться не все предприятие, а его часть, например отдельные помещения либо его подразделения. Особенно это удобно для среднего и малого бизнеса, так как позволяет быстрее наладить свое производство с меньшими затратами, пользуясь уже готовой инфраструктурой.

Условия, по которым осуществляется текущая аренда:

- 1) целью аренды является удовлетворение временных потребностей арендатора;
- 2) арендуемое имущество берется на определенный срок, указываемый в договоре, по завершении договора имущество возвращается арендодателю;
- 3) имущество является собственностью арендодателя;
- 4) арендатор является собственником произведенной им продукции и доходов, полученных от использования арендного имущества;
- 5) арендодатель обязан предоставить арендатору имущество в состоянии, соответствующем условиям договора аренды и назначению имущества;
- 6) арендатор обязан своевременно вносить арендную плату за пользование имуществом;
- 7) порядок, условия и сроки внесения арендной платы определяются договором аренды;

8) арендатор вправе сдавать имущество в субаренду, если это предусмотрено договором и не противоречит закону;

9) арендодатель отвечает за недостатки сданного в аренду имущества;

10) арендодатель обязан производить за свой счет капитальный ремонт переданного в аренду имущества;

11) арендатор обязан поддерживать имущество в исправном состоянии, производить за свой счет текущий ремонт и нести расходы на содержание имущества;

12) риск потери и порчи арендованного имущества определяется условиями договора.

Договор аренды — это основной документ, регламентирующий отношения арендодателя и арендатора. Он дает исключительное право пользования, владения и распоряжения имуществом на определенный период за определенную арендную плату. Составляется он на основе добровольности и полного равноправия сторон. Договор аренды на срок более года (а если хотя бы одной из сторон договора является юридическим лицом, то независимо от срока) должен быть заключен в письменной форме.

Договор аренды является возмездным. В нем указываются права и обязанности арендодателя и арендатора, состав и стоимость арендуемого имущества, размер и сроки арендной платы, условия и порядок прекращения договора. Имущество оценивается по его состоянию на момент сдачи в аренду с учетом физического износа на период, не более полного амортизационного срока.

Арендатор может полностью или частично выкупить арендованное имущество. Условия, порядок и сроки выкупа определяются договором аренды. Выкуп осуществляется в результате арендной оплаты арендатором арендодателю со стоимости сданного на весь амортизационный срок имущества и возмещения ему арендных платежей по остаточной стоимости имущества, аренда которого согласно договору прекращена до завершения амортизационного срока. Выкуп производится в соответствии со ст. 624 ГК РФ.

Привлекательность для арендатора во многом зависит от величины установленной арендной платы, поэтому расчет и размер внесения арендной платы являются важным элементом арендных сделок. Арендная плата может определяться на все арендуемое имущество в целом или отдельно по каждому объекту.

Арендная плата (ст. 614 ГК РФ) — это определенные в твердой сумме платежи, вносимые периодически или единовременно.

Размер арендной платы может изменяться по соглашению сторон в сроки, предусмотренные договором, но не чаще одного раза

в год. Любое необоснованное завышение или занижение величины арендной платы ущемляет интересы предпринимателя либо наносит ущерб собственнику и государству.

Арендная плата состоит из амортизационных отчислений от стоимости арендованного имущества и арендного процента. В арендную плату могут включаться средства, передаваемые арендатором арендодателю для ремонта объектов во время или по истечении срока аренды.

В договоре аренды в арендной плате размер *амортизационных отчислений* определяется в зависимости от степени изношенности и физической годности основных фондов. На землю и другие природные ресурсы амортизация не начисляется.

Арендный процент — это та часть прибыли, которую получает арендодатель от использования имущества, сдаваемого им в аренду.

Наиболее часто используются арендные отношения, при которых сумма арендной платы устанавливается исходя из стоимости арендуемого имущества или его части. Платежи в основном осуществляются периодически в установленные договором сроки. За арендуемые здания и сооружения арендная плата исчисляется, как правило, на единицу площади объекта (1 м²) исходя из его фактического размера.

По своей экономической сути арендный процент сходен с процентом за пользование кредитом. Специфичность проявляется лишь в том, что в пользование передаются не деньги, а имущество в натурально-вещественной форме. Арендный процент определяется как доля от стоимости арендованного имущества и определяется в договоре обычно как фиксированная денежная сумма.

Взимание процента известно еще с древних времен. Так, в Древней Руси, например, кредитор давал зерно, насыпая меру не выше краев, а получал столько, сколько мера удерживала над краями. При годичном займе такая присыпка составляла не более 10 %. В Древнем Египте долг, как правило, возвращали в размере, в 1,5—2,0 раза превышающем ссуду, т. е. процент по ссуде достигал 50—100 %.

7.10. Виды аренды

В международной практике в зависимости от срока действия различают три вида аренды: краткосрочную, среднесрочную и долгосрочную (рис. 7.4).

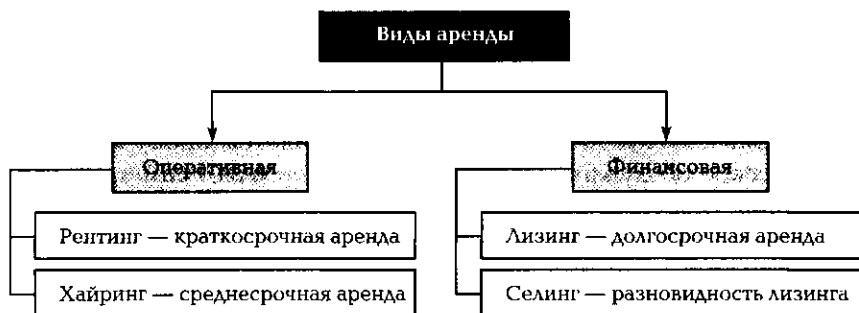


Рис. 7.4. Виды арендных отношений

Рентинг — краткосрочная аренда имущества со сроком действия от нескольких часов, дней, месяцев до одного года. Обычно рентинговое общество сдает в аренду имущество, собственником которого оно является, на короткий срок за высокую арендную плату без права его последующего выкупа арендатором. Расходы по обслуживанию арендуемого имущества берет на себя рентинговое общество.

Хайринг — вид среднесрочной аренды имущественного комплекса от одного до трех лет. Это форма лизинга, при которой в аренду берутся машины и оборудование без передачи прав собственности на арендуемое имущество арендатору.

Лизинг (от англ. *leasing* — аренда) — долгосрочная аренда имущественного комплекса на срок от 6 мес до нескольких лет с правом последующего его выкупа арендатором.

В связи с тем что фактический срок аренды рентинга и хайринга небольшой (меньше нормативного срока службы), объект аренды может оперативно сдаваться по несколько раз в целях погашения полной первоначальной стоимости имущества. Поэтому рентинг и хайринг называют *оперативной* арендой. В оперативной аренде принимают участие только две стороны: арендатор и арендодатель.

Арендодатель оперативной аренды несет определенные риски в связи с тем, что из-за морального старения объекту аренды требуется реновация после каждой очередной сдачи его в аренду. Это вынуждает увеличивать ставки арендной платы и при рентинге они особенно высоки.

У арендатора, пользующегося оперативной арендой, есть некоторые преимущества. Он может в одностороннем порядке (пред-

варительно уведомив) расторгнуть договор аренды и выбрать новые, усовершенствованные модели. Особенно это актуально для таких объектов, которые быстро морально устаревают (компьютерная техника, телекоммуникации, средства связи и др.). Кроме того, привлекательным для арендатора является также и то, что техническое обслуживание и ремонт осуществляет сам арендодатель оперативной аренды.

7.11. Лизинг, НМА

Особой и наиболее распространенной формой аренды является лизинг. Основным документом, раскрывающим сущность лизинга является Федеральный закон от 29 октября 1998 г. № 164-ФЗ «О финансовой аренде (лизинге)» (в ред. от 29.01.2002 г. № 10-ФЗ).

В настоящее время лизинговые сделки очень распространены в предпринимательской деятельности. Благодаря лизингу многие предприятия имеют возможность обновлять и расширять свое производство.

В большинстве промышленно-развитых стран, в том числе и в нашей стране, лизинг стал неотъемлемой частью экономической структуры. Чаще всего осуществляются лизинговые сделки со сроком от одного до 15 лет. Долгосрочные лизинговые договоры заключаются на срок свыше 10 — 15 лет, а для крупных объектов они могут достигать 30 лет.

Важным финансовым элементом в лизинговой сделке является *лизинговая плата*. Она зависит от состава основных средств, срока действия лизинга и других условий договора. Обычно эта сумма фиксирована и выплачивается в течение всего срока действия договора, но из-за инфляции в договор могут быть внесены условия пересмотра лизингового процента.

Особенности финансовой аренды:

- срок лизинга практически равен нормативному амортизационному сроку оборудования;
- отсутствует право лизингополучателя на досрочное расторжение договора в одностороннем порядке;
- оборудование является собственностью лизинговой фирмы с последующим правом выкупа его;
- техническое обслуживание и ремонт осуществляет лизингополучатель.

По своей экономической сути лизинг — это кредит с той лишь разницей, что во временное пользование предоставляются не де-

нежные средства, а имущественный комплекс. Лизинговые платежи — это плата за пользование кредитом в виде имущества.

Преимущества лизинга по сравнению с кредитной сделкой.

1. Лизингополучателю не нужно производить единовременную полную оплату стоимости основных средств по сравнению с обычной куплей-продажей. Это снижает общие расходы арендатора, позволяя ему, применив дорогостоящее оборудование, быстро обновлять и совершенствовать производство и получать прибыль.

2. Лизинговая плата обычно осуществляется после поставки имущества лизингополучателю. При обычном финансовом кредите для покупки имущества предприятие вынуждено оплатить около 15 % его стоимости за счет собственных средств.

3. Лизинг позволяет лизингополучателю избежать риска приобрести морально и физически устаревшее оборудование, в отличие от его покупки по кредиту. Это особенно существенно при использовании дорогостоящего оборудования.

4. Лизинговое имущество не числится на балансе у лизингополучателя — оно в течение всего срока действия лизингового контракта находится на балансе у лизинговой компании. Таким образом, лизингополучатель не платит налог на имущество.

5. Лизинговые платежи включаются в себестоимость продукции лизингополучателя (как текущие расходы предприятия), что снижает величину прибыли, которая облагается налогом.

6. Лизинговое соглашение дает возможность для лизингополучателя иметь более удобную и гибкую форму оплаты, чем при получении ссуды, так как ставки по лизинговым платежам могут быть как фиксированными, так и гибкими (по взаимному согласию сторон).

7. Лизингодатель, передавая объект во временное пользование лизингополучателю, продолжает оставаться его собственником и при необходимости всегда сможет его продать, в то время как деньги по кредиту от неплатежеспособного заемщика вернуть гораздо сложнее.

8. В случае обнаружения дефектов оборудования все претензии по трехстороннему договору предъявляются не лизинговой фирме, а поставщику.

9. При осуществлении международного лизинга используются весьма существенные налоговые льготы.

Однако у лизинга есть и свои недостатки:

- существуют определенные сложности в разработке условий заключения договора и оформления документов на лизинговые операции;

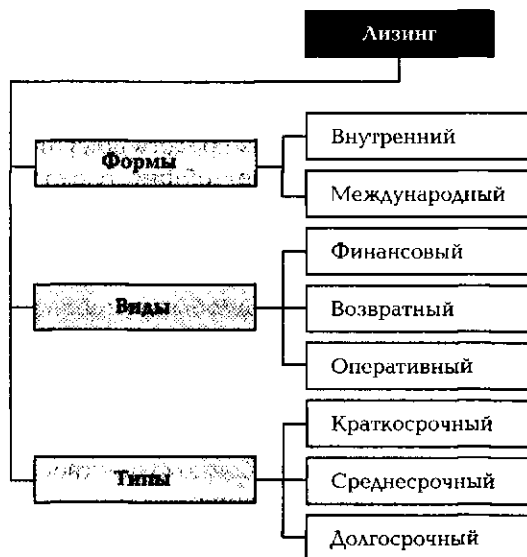


Рис. 7.5. Классификация лизинга

- лизинговая компания должна иметь достаточно солидный начальный капитал для осуществления лизинговых операций;
- лизингодатель постоянно рискует лишиться части своих средств из-за изменения остаточной стоимости имущества в сторону повышения в связи с инфляцией;
- лизинговые сделки обходятся дороже по сравнению с кредитом из-за того, что риск износа полностью ложится на лизинговую компанию.

Учитывая все эти недостатки и тем не менее быстрое развитие лизингового бизнеса, принимаются многочисленные законы по снижению препятствий развития лизинговых отношений как во всем мире, так и в нашей стране на современном этапе.

Были выделены различные типы, формы и виды лизинговых отношений (рис. 7.5).

По действующему законодательству о лизинге имеются две основные его формы: внутренний и международный.

Внутренний лизинг — лизинговые отношения осуществляются между лизингодателем и лизингополучателем внутри данной страны.

Международный лизинг — в лизинговых сделках принимают участие различные страны — участники лизинговых отношений.

Основными видами лизинга являются: финансовый, возвратный и оперативный.

Финансовый лизинг — самый распространенный вид лизинговых отношений, где основные средства производства арендуются на длительный срок, равный сроку амортизации. Соответственно выплата арендатором стоимости имущества равна стоимости амортизационных отчислений основных средств, включая прибыль арендодателя на весь срок лизингового контракта. Финансовый — лизинг с полной окупаемостью затрат арендодателя. По окончании срока действия контракта лизингополучатель может:

- вернуть объект лизинга лизингодателю;
- продлить лизинговые отношения и заключить новый контракт на аренду;
- выкупить объект лизинга по остаточной стоимости.

Возвратный лизинг — сделка, по которой собственник оборудования продает его лизинговой фирме с тем условием, что лизинговая фирма тут же передает это имущество бывшему собственнику обратно, но на условиях финансовой аренды на весь период службы основных средств. Согласно договору возвратного лизинга имеется возможность перехода этого имущества обратно к лизингополучателю. Такой контракт выгоден обоим участникам сделки. Лизинговая фирма получает лизинговые платежи. Лизингополучатель также получает денежные средства за заложенное им имущество и гарантию возврата своего собственного оборудования.

Оперативный лизинг — заключается на срок меньше амортизационного периода основных средств. Оперативный — лизинг с неполной окупаемостью затрат арендодателя, связанных с приобретением сданного в аренду имущества. По завершении срока контракта объект лизинга возвращается владельцу либо снова сдается в аренду.

В зависимости от срока, на который заключается лизинговая сделка, определяют три типа лизинга: долгосрочный, среднесрочный, краткосрочный.

- краткосрочный — лизинг, осуществляемый в течение менее полутора лет;
- среднесрочный — лизинг от полутора до трех лет;
- долгосрочный — лизинг от трех и более лет.

Существуют и другие виды лизинга. Назовем некоторые из них.

Прямой лизинг — лизингодатель сам является непосредственно поставщиком имущества. Это двухстороннее соглашение, по которому лизингодатель передает лизинговое имущество лизингополучателю напрямую без вмешательства третьей стороны. Такая

форма лизинга предпочтительна, когда имеющиеся у предприятия основные средства производства нуждаются в техническом переоснащении. Лизинговая фирма в этом случае полностью оплачивает стоимость приобретаемого оборудования. Кроме того, положительным моментом является то, что лизингополучателю не надо тратить свои силы и средства на поиск лизинговой компании для приобретения выбранного им имущества у определенного поставщика. Лизинговая фирма это делает сама. Таким образом, упрощается процедура сделки без посредников.

Косвенный лизинг — осуществляется через посредника — лизинговую компанию. Субъектами лизинговой сделки являются три стороны: арендатор (лизингополучатель), арендодатель (лизингодатель) или лизинговая компания и поставщик имущества.

Лизинг осуществляется следующим образом:

- лизингополучатель самостоятельно находит объект аренды и поставщика или производителя этого объекта (оборудование для своего производства);
- заявку на выбранный объект лизингополучатель отдает лизингодателю (лизингодателем в данном случае является лизинговая фирма, которая финансирует приобретение имущества, в связи с чем лизинг называют финансовой арендой);
- лизинговая фирма полностью оплачивает поставщику стоимость оборудования, а потом заключает договор с лизингополучателем о предоставлении ему во временное пользование имущества на определенный период, близкий по сроку с амортизационным, с правом выкупа по истечению срока аренды по остаточной стоимости.

По объему дополнительных услуг различают «чистый» и «мокрый» лизинг.

«Чистый» (*нетто*) лизинг исключает затраты лизинговой фирмы на техническое обслуживание, ремонт, страхование лизингового объекта, на маркетинговую деятельность, рекламу и пр. Все эти расходы в лизинговые платежи не входят. Они возлагаются на лизингополучателя. Плюсом такой сделки является снижение затрат на лизинговые платежи, а минусом то, что все эти проблемы, связанные с наладкой, обслуживанием, ремонтом, ложатся на плечи самого арендатора.

В отличие от «чистого» «мокрый» (полный) — лизинг, по которому лизингодатель берет на себя обязательства по предоставлению полного комплекса сервисных услуг лизингополучателю на весь срок службы лизинговых отношений. Данный комплекс включает в себя техническое обслуживание, ремонт, страхование и другие

виды хозяйственной деятельности. Именно такой большой объем предоставляемых высококвалифицированных услуг более предпочтителен для лизингополучателя по сравнению с другими видами лизинга. При полном лизинге сервисное обслуживание оборудования предусматривается в течение всего срока действия договора лизинга по сравнению с обычной куплей-продажей,

В отличие от полного возможен *лизинг с частичным набором услуг*. Между лизингодателем и лизингополучателем согласовывается разграничение функций по техническому обслуживанию имущества. К примеру, лизингополучатель отвечает за эксплуатацию и обслуживание используемого оборудования, а лизингодатель берет на себя обязательства оплатить все текущие расходы по поддержанию лизингового имущества в работоспособном состоянии.

Грамотные предприниматели рассматривают любые источники, приносящие доход. Не удивительно, что в настоящее время их внимание все больше привлекает эффективное использование нематериальных активов (НМА).

Так что же такое НМА?

Нематериальные активы — это неденежные активы, которые, в отличие от материальных, не имеют осязаемой формы, используются более одного года и способны приносить доход.

Эти нематериальные ценности обычно принадлежат какому-либо юридическому лицу, организации. Они могут материализоваться в ценности, которые уже имеют денежную стоимость, поэтому НМА имеют экономическую ценность, так как в состоянии приносить стабильный доход организации.

К нематериальным активам относятся:

- объекты интеллектуальной собственности (авторские права на изобретение; на произведения науки, литературы и искусства; программы ЭВМ, базы данных и т. п.);
- право на промышленную собственность (патенты, лицензии, фирменный товарный знак и знак обслуживания);
- информация (незапатентованная), являющаяся коммерческой тайной (ноу-хау);
- право на пользование имуществом;
- право на пользование природными ресурсами и недрами;
- деловая репутация организации (гудвилл).

Есть определенные трудности в использовании НМА. Так, например, ими нельзя оплатить товары в магазине, нельзя воспользоваться в качестве погашения долга в банке. Но ими можно воспользоваться в качестве безналичных расчетов, для определения

оценочной стоимости юридического лица, а также в случае реорганизации или ликвидации фирмы.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Что включают в себя средства производства?
2. Что такое средства труда?
3. Что такое предметы труда?
4. Дайте определение основным фондам и приведите их примеры.
5. Назовите виды основных фондов.
6. Что относится к активной, а что к пассивной части основных фондов?
7. Дайте характеристику оборотным фондам с приведением примеров.
8. Назовите виды оборотных фондов.
9. Чем отличаются основные фонды от оборотных фондов в процессе производства?
10. Перечислите группы основных производственных фондов.
11. Как вы думаете, для чего необходимо рассчитывать структуру основных фондов?
12. Что такое износ основных фондов и какие бывают виды износа?
13. Что такое амортизация?
14. Перечислите методы амортизации.
15. В каких формах проводится учет и оценка основных фондов? Дайте их краткую характеристику.
16. Какие вы знаете показатели эффективности основных фондов?
17. Что такое оборотные средства?
18. Назовите виды оборотных средств.
19. Назовите показатели оборотных средств.
20. Что такое аренда?
21. Назовите субъектов арендных отношений.
22. Что может сдаваться в аренду и на каких условиях?
23. Перечислите виды аренды.
24. Почему сегодня так популярны лизинговые сделки?

Глава 8. ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПОЛИТИКА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

8.1. Экономическое содержание капитальных вложений, инвестиций

Капитал, как известно, сложное понятие. В современной мировой экономической теории капитал рассматривается с двух сторон. Во-первых, как один из факторов производства (см. гл. 1), представляя собой вещественный, или реальный, капитал (станки, машины, оборудование, земельная собственность). Во-вторых — это денежный, или финансовый, капитал. Рассмотрим капитал с этой точки зрения.

С позиций производства капитальные вложения представляют собой выраженные в денежной форме затраты материальных и трудовых ресурсов на воспроизводство основных фондов.

Капитальные вложения — это денежные средства, используемые для создания основных фондов.

Расширение и модернизация производства не происходят сами собой. Требуется капиталовложение, которые надо финансировать. Здесь возможны три основных варианта.

Самофинансирование. Предприниматель откладывает, сберегает часть прибыли, с тем чтобы потом израсходовать ее на определенные инвестиционные проекты (капиталовложения). Принимать такие решения он будет с постоянной оглядкой на движение банковского процента. Чем выше процент, тем ниже склонность к инвестированию, меньше размеры капиталовложений. Вполне вероятно, что предприниматель вообще откажется от капиталовложений, предпочитая поместить свои деньги в банк в расчете на высокий процент.

Прямые заимствования в банковской системе. Последняя, как известно, аккумулирует различные типы сбережений, превращая их в банковские депозиты (вклады). В этом случае связь инвестиционного спроса с нормой процента становится еще более отчетливой. По мере повышения процента, а значит, удорожания кредита вложения капитала оказываются все менее рентабельными. Ведь теперь, оценивая целесообразность осуществления того или иного инвестиционного проекта, производитель вынужден считаться с тем, что за пользование кредитом придется много платить. Таким

образом, большие проценты на кредит отпугивают предпринимателей, заставляя их воздерживаться от капиталовложений.

Привлечение капиталов со стороны. Потенциальный инвестор может попытаться обратиться к фондовой бирже. Понятно, что он заинтересован в извлечении оттуда суммы, достаточной для реализации инвестиционного проекта. Поэтому требуется не любой, а довольно высокий курс акций принадлежащего ему предприятия. Отсюда следует, что все зависит от того, каким будет спрос на акции.

Капитальные вложения в производстве используются на следующие цели:

- строительство новых основных фондов или их приобретение;
- реконструкция и расширение действующих основных фондов;
- внедрение новой техники и технологии;
- улучшение условий труда;
- модернизация оборудования;
- жилищное и культурно-бытовое строительство, оплата коммунальных услуг для работников предприятия и т. п.

В экономике также существует понятие «инвестиции». Этот термин произошел от латинского слова *investio* (одеваю). Отличие инвестиций от капитальных вложений заключается в том, что капиталовложения идут в основном только в производство, а инвестиции характеризуются более широким спектром вложений.

Инвестиции — это расходы предприятий не только на оборудование, здания и прочие основные фонды, но также вложение денежных средств в ценные бумаги, в отрасли инфраструктуры (транспорт, торговлю, бытовые услуги и др.).

Таким образом, инвестиционная деятельность — это вложение денег в дело (предприятие), облигации, акции в целях получения прибыли.

В процессе капиталовложений принято выделять различные виды (формы) инвестирования средств: валовые (брутто) и чистые (нетто).

Валовые капитальные вложения включают все расходы предприятий на приобретение новой техники и зданий, т. е. расходы, которые идут на возмещение изношенного оборудования и которые служат для расширения производства.

Капиталовложения другого вида характеризуются гораздо более узкой сферой приложения.

Чистые капитальные вложения направлены только на расширение производства. Они равны валовым капитальным вложениям минус износ или амортизация.

Сущность капиталовложений как таковых заключается во вкладе денежных средств в основные фонды, независимо от того, какого типа продукцию производит предприятие (машины, сырье, электроэнергию и т.д.). Иными словами, деньги вкладываются в производственные факторы, с помощью которых выпускается продукция. На практике же обычно оперируют удельным параметром, производным от абсолютного показателя суммарных капиталовложений. Этот параметр называется *удельными капиталовложениями*.

Необходимо уяснить себе один важный момент. Дело в том, что расчет удельных капиталовложений производится путем деления общей суммы капиталовложений на количество единиц той или иной конечной продукции, выпущенной предприятием (например, на количество изготовленных автомобилей, киловатт-часов произведенной электроэнергии, тонн удобрений и т.п.). Основным принципом является расчет денежной суммы, которая была затрачена на ту часть активной компоненты основных фондов (т.е. участвующей в производстве непосредственно — см. гл. 7) предприятия, которая пошла на изготовление единицы конечной продукции, специфичной для данного типа производства.

Можно привести следующий, несколько упрощенный, пример. Так, на автозаводе удельные капиталовложения будут рассчитываться как отношение общей суммы капитальных вложений к затратам на поддержание той производительности станков и другого оборудования, которая была необходима для выпуска одного автомобиля.

Несколько другая ситуация на электростанциях. Здесь в качестве активной части основных фондов выступает суммарная мощность установленного на станции оборудования (турбин). Это один из главных технических параметров электростанции. Поэтому *удельные капитальные вложения для электростанции* представляют собой отношение общей суммы капиталовложений в строительство станции и поддержание ее в рабочем состоянии к установленной мощности этой станции:

$$K_{yA} = K_{ст} / N_y, \quad (8.1)$$

где $K_{ст}$ — суммарные капиталовложения на станции, руб.; N_y — установленная мощность станции, кВт.

Следует отметить, что разделение на валовые, чистые и удельные применяется не только к капиталовложениям, но и к инвестициям.

8.2. Формы капитала и инвестиционной деятельности

Капитал. Он может выступать в двух формах: собственный и заемный. Так, *собственный капитал* в рамках акционерного общества проявляется как акционерный капитал, в обществе с ограниченной ответственностью — как основной капитал, в кооперативах — как производственное имущество. В свою очередь, *заемный капитал* проявляется в двух разновидностях: *долгосрочный* (более года) и *краткосрочный* (до года).

Существует еще один вариант классификации форм капитала: *частный* и *государственный*. В основу такой классификации положен признак собственности. В промышленно развитых странах роль частного капитала на сегодняшний момент является ведущей. Доля же государственных вложений относительно невелика и к тому же имеет заметную тенденцию к дальнейшему уменьшению.

Инвестиции. Для современной рыночной экономики характерны следующие виды инвестиций: частные; государственные; правительственные; внешние (зарубежные); внутренние; производственные (включая затраты на приобретение инвестиционных товаров); потребительские (приобретение бытовых предметов длительного пользования); финансовые (кредиты, покупка ценных бумаг); прямые; портфельные; интеллектуальные.

Поскольку смысл первых восьми типов инвестиций вполне понятен, кажется целесообразным подробно рассмотреть сущность только трех последних видов.

Прямые инвестиции — это инвестиции прямых инвесторов, т.е. юридических и физических лиц, полностью владеющих или контролирующих не менее 10 % акций или акционерного капитала предприятия, что дает им право на участие в управлении предприятием и право на взносы в уставный фонд. Кроме того, *прямые инвестиции* — это:

- стоимость оборудования, переданного прямыми инвесторами;
- инвестиции во вновь создаваемые основные фонды (новое строительство);
- инвестиции в модернизацию основных фондов (возместительные инвестиции);
- приобретение права контроля над зарубежной фирмой;
- создание совместных основных фондов.

Основная цель прямых инвестиций — инвестирование производства.

Портфельные инвестиции включают акции, в сумме составляющие менее 10 % от общего акционерного капитала предприятия, что не дает права их владельцам-вкладчикам участвовать в управлении предприятием, а также ссудный капитал. Таким образом, портфельные инвестиции — это:

- ценные бумаги, акции без права контроля над предприятием, облигации и др.;
- ссудный капитал: целевые ссуды, льготные госкредиты, страховые гарантии и др.

Однако иностранные вложения в российские ценные бумаги (портфельные инвестиции) не являются решающим фактором, способным поднять экономику России. Главной задачей остается привлечение прямых инвестиций, как отечественных, так и зарубежных.

Интеллектуальные инвестиции включают в себя вложения в так называемую неосязаемую собственность: в расширение информационных и маркетинговых услуг, подготовку кадров, приобретение патентов, лицензий, ноу-хау, в управленческие и некоторые другие услуги. Отдача от интеллектуальных инвестиций, как правило, ожидается в будущем.

8.3. Положение в инвестиционной сфере

Инвестиции играют существенную роль в экономическом развитии любой страны. Без инвестиционных вложений невозможен высокий уровень развития государства. Это показатель, по которому можно судить о состоянии отечественного производства, об объемах ВВП и национального дохода, о конкурентоспособности отечественной продукции, решении социальных проблем, привлекательности страны для других государств и многом другом. Поэтому для того, чтобы Россия могла занимать достойное место среди ведущих экономически развитых стран на мировой арене с высокотехнологической производственной сферой, а также развитой инфраструктурой, необходим постоянный рост инвестиций.

Одной из самых неблагоприятных тенденций в экономике России вплоть до последних лет являлся спад в инвестиционной сфере. Поэтому данный вопрос в настоящее время выходит на передний план и от его решения во многом зависит будущее российской экономики. Справиться со всем комплексом проблем России позволит только экономический рост — не менее 4—5 % в год в

течение 20 лет. Для этого необходим широкий приток инвестиций, так как повышение загрузки имеющихся мощностей позволит увеличить ВВП не более чем на 8—12%. И это — предельные значения. Возможности государственных инвестиций весьма ограничены, поскольку сейчас государство, как правило, финансирует высокоэффективные инвестиционные проекты, которые должны окупаться в течение двух лет и приносить максимум прибыли (жилищное строительство, объекты инфраструктуры, предприятия по переработке и хранению сельскохозяйственной продукции).

Отсюда следует вывод о необходимости притока частных инвестиций, как отечественных, так и иностранных. Для того чтобы подобный процесс начался, в стране необходимо создать благоприятный инвестиционный климат. Особенно важным является проведение политики, направленной на прекращение оттока капитала. Чистый отток капитала из страны в 2008—2011 гг. составил 308 млрд долл. Данный показатель обусловлен, в частности, инвестициями российских компаний за рубежом и снижением активности инвесторов в связи с общей неопределенностью на мировых рынках и ситуацией в Европе.

В настоящий момент приток прямых иностранных инвестиций (ПИИ) ниже, чем отток капитала. В абсолютных показателях позиции России в этой области выглядят достаточно скромно. Так, за период 2008—2011 гг. в Россию поступило 206,7 млрд долл. США прямых иностранных инвестиций. По итогам 2011 г. по оценке Банка России объем ПИИ составил 51,9 млрд долл. (19,0% рост к 2011 г.). Сегодня Россия занимает 60-е место среди 187 исследуемых стран в рейтинге стран по инвестиционным рискам, присвоенное журналом *Euromoney* в 2012 г.

По статистическим оценкам каждые 3% спада инвестиций в экономику страны приводят к снижению ВВП на 1%. В настоящее время износ основных фондов российских предприятий составляет более 50%, а доля производственного оборудования в возрасте свыше 15 лет — 46%. Чтобы положение в экономике начало стабилизироваться, у инвесторов должна сложиться уверенность в том, что сегодня — лучше, чем вчера, а завтра будет лучше, чем сегодня.

Для создания благоприятных условий инвестиционной активности необходима государственная поддержка. Государственная политика должна быть направлена на создание благоприятных условий в области финансирования капитальных вложений, совершенствования налоговой, финансово-кредитной системы, поддержание экономической и политической стабильности в стране, привлечения иностранных инвестиций.

Несмотря на то что в России в последнее время намечается некоторое оживление в инвестиционной сфере, существует ряд факторов, сдерживающих активный рост инвестиционных вложений: рост инфляции; высокая степень зависимости национальной экономики от внешней экономики других стран; несовершенная налоговая система; несовершенная кредитно-финансовая система; избыточные барьеры для развития малого и среднего бизнеса в стране; недостаточная правовая защита отечественных и иностранных инвесторов; коррупция чиновников и др.

Объемы капитальных вложений снизились практически во всех регионах страны. Темпы сокращения объемов инвестиций опережают темпы снижения производства. Достаточно высокая инфляция привела к тому, что процесс инвестирования стал малоэффективным и непривлекательным для всех потенциальных инвесторов. Снижается удельный вес чистых инвестиций, что обусловлено не только сокращением валовых инвестиций, но и значительным увеличением расходов на амортизацию, используемую для обеспечения простого воспроизводства. Так, доля чистых инвестиций уменьшилась до 2 % ВВП, что в 4—5 раз ниже, чем в промышленно развитых странах (8—10 % ВВП). В общем объеме инвестиций в производственную сферу экономики России систематически снижается доля затрат, выделяемых на промышленные машины и оборудование.

8.4. Условия роста инвестиционной активности

В России складывается новая структура инвестирования, обусловленная изменениями форм собственности. Если ранее из средств федерального бюджета покрывалось более 90 % затрат на инвестиции, то на сегодняшний момент инвестиции в нашей стране по большей части финансируются не за счет госбюджета.

Оживление инвестиционной деятельности — один из основных путей выхода экономики из затяжного кризиса.

Предпосылками инвестиционной активности могут служить:

1. *Благоприятный инвестиционный климат* (или, наоборот, — инвестиционный риск). Он связан с созданием совокупности социально-экономических, политических, социально-культурных, организационно-правовых и финансовых условий, предопределяющих силу притяжения или отторжения инвестиций.

Итак, создание благоприятного инвестиционного климата обусловлено как рыночными, так и социально-политическими факторами. Политическая нестабильность и непредсказуемость — одно из самых уязвимых мест российской инвестиционной сферы.

По оценкам аналитиков инвестиционный климат в нашей стране колеблется от неблагоприятного к благоприятному. Если идет приток капитала в страну, оживляется деятельность инвесторов, говоря о благоприятном инвестиционном климате. Если же наоборот, происходит отток капитала за границу, увеличивается инвестиционный риск, что приводит к снижению инвестиций, говорят о неблагоприятном климате.

2. *Снижение темпов инфляции.* Финансовая стабилизация, как свидетельствует мировой опыт, наступает тогда, когда годовой рост цен не превышает 40 %, а среднемесячный — 2,8 %. Если он выше, инвестиции в производство прекращаются, рост экономики останавливается, а жизненный уровень населения падает.

Однако российская практика показала, что снижение темпов инфляции в краткосрочной и среднесрочной перспективе еще не является достаточным условием активизации инвестиционной деятельности. Так, осенью 1996 г. инфляция снизилась почти до нуля, но признаков оживления инвестиционной деятельности не наблюдалось. Подобная ситуация была закономерной для указанного периода времени. Дело в том, что проводившаяся жесткая бюджетная и кредитно-денежная политика ухудшила финансовое положение предприятий и населения, сузила рынки сбыта, подорвав тем самым возможности инвестирования даже при практически полном отсутствии инфляции. Не в последнюю очередь на вкладывание денежных средств повлияло недоверие населения и предпринимателей к финансово-экономической политике правительства, проводившейся в предшествующие годы.

3. *Благоприятное положение на рынке ценных бумаг.* В настоящее время на финансовом рынке России господствуют в основном государственные ценные бумаги. В связи с нестабильной экономической политикой государства риск вкладывания в них денежных средств для большинства инвесторов достаточно велик.

4. *Снижение налогового бремени и изменение структуры налогов.* На самом деле подобное бремя немногим тяжелее, чем в большинстве европейских стран. Проблема заключается не столько в величине налоговых ставок, сколько в определении налогооблагаемой базы. Необходимо проводить не механическое сокращение налогов, а такие изменения в системе налогообложения, которые способствовали бы увеличению объемов производства и инвестирования.

5. *Развитие банковской системы.* Слабость банковской системы — существенный тормоз для инвестиций и один из важнейших факторов инвестиционного риска. Кроме сложности получения кредита по доступной процентной ставке иной раз затруднение вызывает просто снятие денег со счета. Широко применяется «черный нал», т.е. проведение операций помимо банков. Значительная их часть в целях выживания переориентировалась на операции по «отмыванию» и обналачиванию денег, а также на обслуживание иных полукриминальных и криминальных операций.

8.5. Источники финансирования инвестиционной деятельности

Инвестиции финансируются за счет сбережений, источники которых ограничены. К ним относятся:

- 1) сбережения государства (часть бюджетных средств, идущих на инвестиции, плюс средства от превышения доходов над расходами, направляемые на рынок капитала);
- 2) сбережения предприятий — амортизационные фонды и перераспределяемая прибыль;
- 3) банковские кредиты;
- 4) сбережения населения (домашних хозяйств);
- 5) внешние сбережения — приток иностранного капитала.

Показатели государственного накопления, определяемого как разность между государственными инвестициями и бюджетным дефицитом, в стране были отрицательны по крайней мере в течение 12 лет, вплоть до последнего времени.

В настоящее время большую часть объема инвестиций в основной капитал осуществляют предприятия (83%), в том числе на 20% — за счет привлеченных средств. Более половины этих вложений приходится на *федеральные естественные монополии*.

Объем собственных средств предприятий, направляемых на инвестиционные цели, обеспечивается главным образом за счет амортизационных отчислений. Подавляющее большинство предприятий занижало отчисления по сравнению со стоимостью основных фондов, подвергнутых переоценке. Такая ситуация объяснялась тем, что ускоренная амортизация увеличивала себестоимость и, как правило, цену изделия, что в результате привело к уменьшению объема продаж.

Во всех развитых странах амортизация рассматривается как важный источник инвестиционных средств компаний.

Другим значительным источником инвестиционных ресурсов являются банковские кредиты. Однако, как уже говорилось, большие банковские проценты и нестабильность банковской системы отпугивают предпринимателей в нашей стране.

Сбережения населения (в виде вкладов в банках, ценных бумаг, наличных денег и др.), образующие во всем мире основу долгосрочных инвестиций, в России относительно невелики и, главное, в большинстве своем не аккумулированы банковской системой, т.е. «не работают» как средства инвестиций. Тем не менее при создании благоприятных условий свободные денежные средства населения могут быть вложены в реальный сектор экономики. Пока же доля средств населения, направляемая непосредственно в инвестиционную сферу, крайне незначительна. Дело в том, что частные инвесторы принимают решения об инвестировании, ориентируясь в основном на два параметра: доходность и риск, а последний у нас в стране чрезвычайно высок.

Рассмотрим вопрос о том, какие мероприятия должны быть проведены, чтобы обеспечить приток денежных средств от населения, а также некоторые специфические особенности этого источника инвестиций.

1. Денежные средства населения будут служить надежным источником кредитных ресурсов только при условии, если сбережения граждан приобретут массовый характер, свидетельствующий о достаточно высоком уровне жизни большинства населения, что, к сожалению, пока не наблюдается.

2. Сбережения населения являются весьма неустойчивым денежным ресурсом, подверженным большим колебаниям в зависимости не только от реальных изменений экономической конъюнктуры, но и от спекулятивных факторов.

3. Для населения вложение средств в ценные бумаги предприятий является непривлекательным, так как они (бумаги) не способны обеспечить даже минимальный уровень доходности для мелких частных инвесторов. Иными словами, жить в настоящее время, как рантье в XIX — начале XX в., ныне могут позволить себе очень немногие даже в западных странах.

4. В условиях инфляции и общей социально-экономической нестабильности резко снизились возможности привлечения средств населения на длительные сроки.

5. Средства мелких частных вкладчиков для большинства коммерческих банков остаются дорогими по цене и затратам на обслуживание клиентуры, поэтому доля привлеченных средств населения все еще невысока.

Доля иностранных инвестиций для России еще невелика. Внутренние российские рынки пока не становятся более привлекательными. Иностранные компании размещают в России лишь производство основных потребительских товаров. Крупнейшие мировые компании, обосновавшиеся в России, можно пересчитать по пальцам, несмотря на популярность их товарных знаков на российском рынке и высокий потенциальный спрос.

Инвестиционную привлекательность России в глазах иностранных инвесторов существенно снижает отсутствие того благоприятного режима по отношению к иностранным инвестициям, который они имеют в других странах с переходной экономикой. Так, добившийся наибольших успехов в привлечении прямых иностранных инвестиций Китай на уровне государственной политики создает преимущества для иностранных инвесторов перед местными, вплоть до установления разных цен размещения акций для местных и иностранных покупателей.

Важный потенциальный источник финансовых ресурсов — репатриация вывезенных за рубеж российских капиталов. По разным оценкам за последние годы из России легально и нелегально вывезено в западные страны от 130 млрд до 300 млрд долл. Капитала из России вывозится несоизмеримо больше, чем ввозится.

Выход. Для полномасштабной реконструкции хозяйства и его структурной перестройки, по экспертным оценкам, нужно увеличить ежегодный объем инвестиций в 3 раза. Однако в России пока недостаточно стимулов и гарантий для притока банковских и других инвестиций в экономику. Это связано с сохранением инфляции, недостаточным ростом промышленного производства, продолжающимся платежным кризисом, потерей конкурентоспособности продукции на внутреннем рынке, приближением внутренних цен к мировым, низким уровнем пополнения доходной части бюджета и др.

8.6. Оценка экономической эффективности инвестиций

Современные методы оценки инвестиционных проектов основываются на финансовых расчетах определения стоимости денежных средств в разные периоды времени. Для принятия правильного инвестиционного решения необходимо сравнить ожидаемый результат инвестирования (будущую стоимость) и вложенные средства (текущую стоимость), так как инвестирование — долго-

срочный процесс. Потребность в такой оценке и сравнении возникает в связи с тем, что вложенные денежные средства со временем обесцениваются из-за инфляции, но если их вложить под определенный процент, то их будущая стоимость может увеличиться. В случае превышения ожидаемого дохода над вложенными инвестициями можно инвестировать данный проект. Если же инвестиции будут больше ожидаемого дохода, инвестирование будет нецелесообразным и мы получим убытки.

Для наиболее экономичного принятия решения вложения инвестиционных средств в заданный объект необходимо произвести анализ и рассчитать методы оценки эффективности инвестиций.

Методы оценки эффективности принятия инвестиционных решений делятся на простые и методы дисконтирования.

Простые (статистические) методы дают возможность достаточно быстро и просто рассчитать оценку экономической эффективности. К ним относятся следующие показатели.

Удельные капитальные вложения — денежные средства на создание единицы выпущенной продукции или производственной мощности рассчитываются по формуле

$$K_{\text{уд}} = K_t / N_{\text{пр}}, \quad (8.2)$$

где $K_{\text{уд}}$ — удельные капитальные вложения; K_t — валовые капитальные вложения в году t ; $N_{\text{пр}}$ — производственная мощность.

Норма прибыли — отношение чистой прибыли к валовым инвестициям — рассчитывается по формуле

$$\Pi_{\text{н}} = (\Pi_{\text{ч}} / I_{\text{вал}}) 100, \quad (8.3)$$

где $\Pi_{\text{н}}$ — норма прибыли; $\Pi_{\text{ч}}$ — чистая прибыль в году t ; $I_{\text{вал}}$ — валовые (общий объем) инвестиции.

Срок окупаемости — отношение валовых инвестиций к сумме чистой прибыли и амортизационных отчислений:

$$T_{\text{ок}} = K_t / (\Pi_{\text{ч}} + A_t), \quad (8.4)$$

где A_t — амортизационные отчисления в году t .

Рентабельность инвестиций — отношение чистой прибыли к капитальным вложениям:

$$R = (\Pi / K) 100. \quad (8.5)$$

Методы дисконтирования. При их использовании расчетные показатели обязательно приводятся к текущей (дисконтированной) стоимости.

В экономической литературе наиболее распространенным является следующее определение дисконтирования.

Дисконтированием называется приведение будущих денежных потоков к текущему периоду с учетом изменения стоимости денег с течением времени.

Денежные потоки (CF — кэш флоу) — денежные средства, которые получает инвестор в результате инвестирования в разные периоды времени. Кэш флоу применяется для расчета показателей экономической эффективности инвестиций чистого дисконтированного дохода (*NVP*) и внутренней нормы доходности (*IRR*). Денежный поток выражается в виде численного ряда, который включает в себя последовательно распределенные показатели во времени (помесячно, поквартально, годично) и определяется как разность между поступлениями денежных средств и платежами за определенный период времени.

Общепринятое обозначение денежного потока платежей — *CF*. Численный ряд обозначается: $CF_0, CF_1, CF_2, \dots, CF_n$. Каждый элемент численного ряда может быть как положительной, так и отрицательной величиной. Чтобы рассчитать сумму потока денежных платежей, приведенную к настоящему периоду времени, необходимо пользоваться методом дисконтирования, при этом все суммы денежного потока приводятся к настоящей стоимости.

Текущая стоимость денежных средств (*PV — present value*) — представляет собой первоначальную сумму денежных средств, инвестируемую в объект в целях получения дополнительной денежной суммы в будущем. Текущая стоимость может также называться «приведенная стоимость», «дисконтированная стоимость», «настоящая стоимость».

Будущая стоимость денежных средств (*FV — future value*) — это тот доход, который образуется в результате инвестирования через определенное количество времени. Этот доход зависит от процентной ставки (с учетом нормы доходности). Будущая стоимость денежных средств рассчитывается по формуле

$$FV = PV(1 + k)^t, \quad (8.6)$$

где *FV* — будущая стоимость денежных средств; *PV* — текущая стоимость денежных средств; *k* — процентная ставка (норма доходности), выраженная десятичной дробью; *t* — время, в течение которого средства находятся в обороте.

Отсюда текущая стоимость определяется по формуле

$$PV = FV / (1 + k)^t = FV \cdot 1 / (1 + k)^t. \quad (8.7)$$

Например. Вы вложили в инвестиционный проект (или банк) 100 тыс. руб. под 5 % годовых. Через год сумма вашего вклада составит:

$$100\ 000 + 100\ 000 \cdot 0,05 = 105\ 000 \text{ руб.}$$

На следующий год сумма еще увеличится:

$$100\ 000(1 + 0,05) (1 + 0,05) = 100\ 000(1 + 0,05)^2 = 110\ 250 \text{ руб.}$$

Ставка дисконтирования рассчитывается по следующей формуле

$$r = r_f + r_1 + \dots + r_n, \quad (8.8)$$

где r — ставка дисконтирования; r_f — безрисковая ставка дохода; $(r_1 + \dots + r_n)$ — рискованные премии по различным факторам риска.

За безрисковую ставку дохода принимают процентную ставку по банковскому депозиту, по государственным ценным бумагам, ставку рефинансирования Центрального банка.

К рискованным премиям относятся: инфляционная премия, премия за риск, премия за низкую ликвидность и т. п.

Основным экономическим нормативным показателем, который применяется при дисконтировании, является норма дисконта (E). Этот показатель измеряется в процентах либо в долях единицы.

К дисконтированным показателям относятся следующие.

1. *Чистый дисконтированный доход* (ЧДД или *NPV*). Существуют также другие названия: «чистая текущая стоимость», «чистая приведенная стоимость». Определяется как превышение притока денег над оттоком денег (затратами) за определенный расчетный период времени по формуле

$$NPV = -K + \sum \frac{R_t - C_t}{(1 + E)^t}, \quad (8.9)$$

где K — первоначальные инвестиции (капиталовложения); R_t — приток денег в t -м году; C_t — отток денег в t -м году; E — норма дисконта.

Если $NPV > 0$, то фирма принимает решение инвестировать проект.

2. *Индекс дисконтированной доходности (рентабельности)* (ИДД или *PI* — это отношение суммы всех дисконтированных денежных потоков (доходов от инвестиций) к сумме первоначальных капиталовложений (инвестиций); ИДД должен быть выше 1 (ИДД > 1):

$$PI = \frac{\sum R_t - C_t}{K(1+E)^t}. \quad (8.10)$$

Внутренняя норма доходности (ВНД или *IRR*) — это такая норма дисконта (процентная ставка), при которой интегральный экономический эффект за весь период инвестирования (чистый дисконтированный доход *NPV*) равен нулю (другие названия: «внутренний коэффициент эффективности», «внутренняя норма рентабельности», «норма возврата капитальных вложений»):

$$NPV = -K + \sum \frac{R_t - C_t}{(1 + IRR)^t} = 0. \quad (8.11)$$

Если ВНД больше либо равен норме дохода на капитал, которая требуется инвесторам, то имеет смысл инвестировать данный проект, иначе они будут нецелесообразны.

Несмотря на то что существует две группы показателей дисконтирования, наиболее распространенными являются дисконтированные показатели (ЧДД, ИДД, ВНД), так как они учитывают фактор времени.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Что такое капитальные вложения?
2. Охарактеризуйте источники финансирования предприятия.
3. В чем состоит разница между инвестициями и капитальными вложениями?
4. Какие вы знаете виды инвестирования средств?
5. Что больше: валовые или чистые капиталовложения?
6. Каким образом можно посчитать цену рабочего места?
7. Перечислите формы капитала.
8. Перечислите условия роста инвестиционной активности.
9. За счет чего финансируются инвестиции?
10. Назовите необходимые стимулы и гарантии для притока банковских и других инвестиций в российскую экономику.
11. Укажите методы оценки эффективности принятия инвестиционных решений.

РАЗДЕЛ IV

КАДРЫ, ОРГАНИЗАЦИЯ ТРУДА И ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ

Глава 9. ТРУДОВЫЕ РЕСУРСЫ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ ТРУДА

9.1. Рынок труда

Из всех факторов производства самым основным является труд, так как на его долю приходится приблизительно 3/4 ВВП.

Труд — это физические и умственные способности человека для создания товаров и услуг. Труд зависит от спроса и предложения. Взаимодействие (отношения) между работодателями и работниками под влиянием спроса и предложения называется *рынком труда*. На рынке труда происходит купля-продажа рабочей силы.

Спрос на труд исходит от работодателей (владельцы-покупатели рабочих мест). Это в основном различные организации и фирмы. Они и предъявляют спрос на услуги труда. Между этими предприятиями идет борьба — конкуренция за высококвалифицированные кадры.

Предложение труда создают работники (экономически активное население), т.е. продавцами на рынке труда являются сами люди, желающие продать услуги своего труда. Между ними также разгорается конкуренция за более выгодные условия продажи своего труда.

Таким образом, на рынке труда продается труд, точнее услуги труда. Ценой за услуги труда является заработная плата за единицу рабочего времени. Наем рабочей силы на рынке труда происходит на основе добровольности как со стороны работника, так и со стороны работодателя при условии обеспечения социальных гарантий со стороны государства, регулируемых Трудовым кодексом РФ, Гражданским кодексом РФ.

Субъектами рынка труда являются работники и работодатели. И работники, и работодатели входят в состав экономически активного населения. Понятия «трудовые ресурсы» и «население» — не одно и то же. В зависимости от участия на рынке труда экономисты делят все население на следующие группы:

1) экономически активное население, состоящее из всех тех, кто работает и ищет работу;

2) экономически пассивное население, состоящее из всех тех, кто по достижении совершеннолетия не работает и не ищет работу;

3) студенты дневной формы обучения, достигшие совершеннолетия (считаются отдельной (временной) категорией).

Следовательно, трудовой потенциал страны состоит из экономически активного населения, т.е. занятых и безработных. Численность экономически активного населения в нашей стране в возрасте 15—72 лет (занятые плюс безработные) в марте 2012 г. составило 74,7 млн чел., или около 53 % от общей численности населения страны. В численности экономически активного населения 69,8 млн чел. классифицировались как занятые экономической деятельностью и 4,9 млн чел. — как безработные с применением критериев МОТ (т.е. не имели работы или доходного занятия, искали работу и были готовы приступить к ней в обследуемую неделю).

Основным показателем, характеризующим рынок труда является *уровень безработицы*, определяемый как отношение численности безработных к общей численности рабочей силы (экономически активного населения) в процентах.

Уровень безработицы в марте 2012 г. составил 6,5 % (без исключения сезонного фактора).

9.2. Кадровая политика организации

Обеспечение предприятия рабочей силой — важное и необходимое звено в производственной цепочке.

Кадры (персонал) — все работники, которые осуществляют различные функции на предприятии (весь списочный состав работников).

Структура кадров — соотношение различных категорий работников (как в количественном, так и в процентном соотношении).

От структуры кадров зависит эффективность производства. Для анализа структуры кадров рассчитывается удельный вес каж-



Рис. 9.1. Классификация кадров организации

дой отдельной категории работников в общей среднесписочной численности персонала. К активной части в структуре кадров относятся рабочие.

В мировой практике все работники делятся на менеджеров (организаторы производства) и исполнителей.

В целях учета всех работников на предприятии делят на группы. Для этого рассмотрим структуру (классификацию) кадров организации (рис. 9.1).

В зависимости от участия в деятельности организации персонал подразделяется на явочный, списочный и среднесписочный.

В зависимости от вида выполняемых работ различают персонал промышленно-производственный и персонал непроизводственных подразделений.

Явочный состав работников — количество работников, которые каждый день ходят на работу и выполняют ее в установленные сроки.

Списочный состав работников предприятия — все работники, которые приняты как на постоянную работу, так и на временную со сроком на один день и более. К ним относятся: фактически работающие, временно отсутствующие работники по уважительным причинам (в служебной командировке, декретном отпуске, работающие неполный рабочий день, отсутствующие по болезни и др.), студенты высших и средних специальных учебных учреждений. Все работники организации ежедневно фиксируются в табельном журнале, поэтому определить списочный состав работников можно по данным табельного учета.

Среднесписочный состав работников — это отношение суммарного количества всех работников списочного состава за все календарные дни (включая выходные и праздничные дни) рассматриваемого периода к количеству календарных дней этого же периода.

Промышленно-производственный персонал — работники, занятые как непосредственно в производстве, так и в обслуживании производства.

В зависимости от выполняемой на предприятии деятельности промышленно-производственный персонал подразделяется на следующие категории:

- *рабочие* — делятся на основных, занятых непосредственно выпуском продукции, и вспомогательных — прямо не принимающих участия в выпуске продукции, но без них невозможен производственный процесс (ремонтники оборудования, обходчики, контролеры, слесари и т.п.). Это основная категория работников на предприятии;
- *служащие* — различные специалисты среднего и высшего звена, работники учета, конторские работники (секретари, экономисты, бухгалтера, плановики, работники отдела кадровой службы и т.п.). Сюда же относится и руководящий состав организации;
- *специалисты* — инженеры и техники — специалисты со средним и высшим техническим образованием;
- *младший обслуживающий персонал (МОП)* (охранники, уборщицы, вахтеры).

Непроизводственный персонал — работники, непосредственно не занятые выпуском основной продукции на производстве, например специалисты по делопроизводству, работники планово-экономического отдела и др.

Кадровая политика организации включает в себя разрешение проблем не только в определении количественного состава работников, но и их качества с учетом современного рынка труда. Необходимо иметь на предприятии высококвалифицированных и опытных специалистов, создавать им необходимые условия для роста производительности труда, повышения квалификации, соблюдать принципы научной организации труда.

Для оценки работы кадров на предприятии разрабатываются показатели эффективности использования трудовых кадров. Вот некоторые из них:

- анализ качества работы сотрудников;
- материальное стимулирование работников;

- максимальное использование способностей сотрудников;
- создание условий для наиболее полного применения квалификации работника, его знаний, опыта и умений (профессионально-квалификационных качеств работника);
- улучшение условий труда на основе научной организации труда;
- повышение энерговооруженности производства, рабочих мест;
- правильный подбор и расстановка кадров;
- систематическое повышение квалификации работника.

Количество работников на предприятии может постоянно меняться по причине того, что одни из них увольняются, а другие — принимаются на работу.

Для анализа кадрового состава на предприятии используются следующие коэффициенты.

Коэффициент приема кадров — отношение принятых работников за рассматриваемый период к среднесписочной численности работников за этот же период, выраженное в процентах:

$$K_{\text{пр}} = (Ч_{\text{пр}}/Ч_{\text{сп}}) 100, \quad (9.1)$$

где $Ч_{\text{пр}}$ — численность принятых на работу за рассматриваемый период, чел.; $Ч_{\text{сп}}$ — среднесписочная численность работников за рассматриваемый период, чел.

Коэффициент выбытия кадров — отношение численности уволенных работников за рассматриваемый период к среднесписочной численности работников за рассматриваемый период, выраженное в процентах:

$$K_{\text{выб}} = (Ч_{\text{ув}}/Ч_{\text{сп}}) 100, \quad (9.2)$$

где $Ч_{\text{ув}}$ — численность уволенных работников за рассматриваемый период, чел.

Коэффициент оборота кадров — отношение суммы численности уволенных и принятых работников за определенный период к среднесписочной численности работников за тот же период, выраженное в процентах:

$$K_{\text{об}} = [(Ч_{\text{ув}} + Ч_{\text{пр}})/Ч_{\text{сп}}] 100. \quad (9.3)$$

Коэффициент текучести кадров — отношение численности уволенных работников по разным причинам к среднесписочной численности работников за рассматриваемый период, выраженное в процентах:

$$K_{\text{тек}} = (Ч'_{\text{ув}}/Ч_{\text{сп}}) 100, \quad (9.4)$$

где $Ч'_{\text{ук}}$ — численность уволенных работников за определенный период по разным причинам (по собственному желанию, за прогулы, за нарушение трудовой деятельности и др.), чел.

9.3. Экономическая сущность производительности труда. Показатели производительности

Сначала разберемся с понятием «труд». Вспомним из мифологии, что означает «Сизифов труд». Коринфский царь Сизиф был наказан богами за оскорбление таким образом: изо дня в день он был вынужден закатывать на гору огромный камень, который, достигнув вершины, сразу скатывался с нее обратно, т.е. сизифов труд означает бесполезный труд. Или трудно сидеть на уроке, не слушая учителя и не воспринимая информацию. Все это не труд. А вот если ты усвоенный материал запомнишь и потом он тебе пригодится в жизни, тогда это можно назвать трудом.

Труд — это действие, направленное на осуществление заданной цели для получения полезного результата. Назначение труда — удовлетворение потребностей человека.

На любом предприятии затрачивается определенный труд в целях получения прибыли.

Одним из основных показателей эффективности работы предприятия и оценки затрат труда является производительность труда.

Производительность труда — это выработка продукции (выполнение работ или оказание услуг) за единицу времени, либо затраты труда на единицу произведенной продукции (работ или услуг). По производительности труда можно судить, насколько эффективно и рационально используются имеющиеся ресурсы на предприятии.

Уровень производительности труда — это объем произведенной продукции (работ или услуг) по отношению к затратам рабочего времени. Уровень производительности влияет на объем выпущенной продукции, численность производственного персонала, размер оплаты труда, снижение себестоимости и повышение прибыли.

На Западе производительность труда определяется как отношение выработки продукции к произведенным затратам на эту продукцию:

$$ПТ = В/З, \quad (9.5)$$

где В — выработка продукции; З — затраты на выпуск продукции.

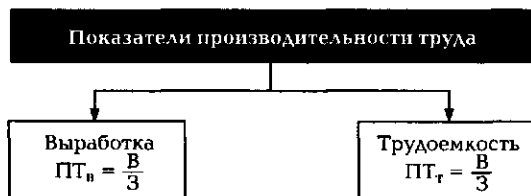


Рис. 9.2. Показатели производительности труда:

В – выпуск продукции, работ, услуг; З – затраты труда

Различают следующие показатели производительности труда: выработка и трудоемкость (рис. 9.2).

Выработка — количество произведенной продукции за единицу рабочего времени. Показатель выработки продукции в единицу времени широко используется для характеристики производительности труда. Не менее важный показатель, обратно пропорциональный к выработке, — *трудоёмкость*, которая представляет собой величину затрат рабочего времени на выполнение единицы продукции. Оба эти показателя характеризуют эффективность работы предприятия: выработка — показывает результативность работы, а трудоемкость — затратность (эффективность использования затрат рабочего труда). Естественно, что для предприятия необходимо увеличивать выработку продукции и снижать ее трудоемкость.

Зависимость между снижением трудоемкости (ΔT) и ростом выработки ($\Delta П$) представлена следующими формулами:

$$\Delta T = [\Delta П / (\Delta П + 100)] 100; \quad (9.6)$$

$$\Delta П = [\Delta T / (100 - \Delta T)] 100. \quad (9.7)$$

Существует пять способов повышения производительности труда.

1. Производительность труда увеличивается, если выпуск продукции растет при неизменных затратах труда:

$$ПТ \uparrow = В \uparrow / З. \quad (9.8)$$

2. Производительность труда увеличивается, если затраты снижаются при неизменном выпуске продукции:

$$ПТ \uparrow = В / \downarrow З. \quad (9.9)$$

3. Производительность труда увеличивается, если выпуск продукции увеличить и при этом снизить затраты:

$$ПТ \uparrow = \uparrow В / \downarrow З. \quad (9.10)$$

4. Производительность труда увеличивается, если выпуск продукции растет, при этом затраты тоже растут, но выпуск растет более быстрыми темпами:

$$ПТ\uparrow = \uparrow\uparrow В/\uparrow З. \quad (9.11)$$

5. Производительность труда увеличивается, если при снижении выпуска продукции затраты также снижаются, но более быстрыми темпами:

$$ПТ\uparrow = \downarrow В/\downarrow\downarrow З. \quad (9.12)$$

9.4. Факторы производительности труда

Существуют различные факторы, которые влияют на производительность труда. Рассмотрим основные из них.

Повышение технического уровня производства. Достигается путем внедрения механизации и автоматизации производственных процессов, закупки нового более прогрессивного и экономичного оборудования, усовершенствования технологических процессов, закупки более качественного сырья и применения новых конструктивных материалов.

Совершенствование организации производства и труда. Это происходит за счет внедрения научной организации труда: повышения норм труда и расширения зон обслуживания; сокращения рабочих, не выполняющих нормы; внедрения научной организации рабочего места, упрощения структуры управления; использования механизации учетных и вычислительных работ; повышения уровня специализации производства.

Структура изменения в производстве. Ориентация на спрос, что может привести к кардинальным изменениям в структуре производства. Вследствие этого приходится проводить необходимую корректировку удельного веса отдельных видов продукции; доли покупных полуфабрикатов и комплектующих изделий, удельного веса новой продукции.

Различают также и другие факторы, влияющие на производительность: совершенствование технологии производства, качество оборудования, рост инвестиций в производство, уровень квалификации работников, своевременная переподготовка кадров, современные методы организации труда, эффективное управление производством, материальная и моральная заинтересованность работников, масштабный эффект, позволяющий экономить издержки производства.



Рис. 9.3. Факторы роста производительности

Уровень производительности труда зависит от многих причин, которые в экономической и хозяйственной практике называют факторами. Выделяют различные классификации факторов роста производительности труда. Но в последнее время чаще всего используются следующие основные группы факторов: материальные, технические, организационные, экономические, социальные и психологические (рис. 9.3).

Все эти факторы взаимосвязаны между собой.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Что такое рынок труда?
2. Кто предъявляет спрос на труд, а кто предлагает свой труд?
3. Какие категории населения включаются в экономически активное (пассивное) население? К какой категории относятся студенты?
4. Что характеризует уровень безработицы?
5. Расскажите о структуре кадров в организации.
6. Что такое производительность труда?
7. Какие вы знаете показатели производительности?
8. Назовите способы повышения производительности.
9. Назовите факторы, влияющие на производительность.

Глава 10. ОРГАНИЗАЦИЯ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ

10.1. Понятие заработной платы, принципы ее организации

В современной России подавляющая часть экономически активного населения выступает в роли наемных работников независимо от того, кто является работодателем — государство или же новый собственник средств производства. Для этой категории населения заработная плата — важнейший источник дохода. Данные различных исследований показывают, что в среднем 60 % работающих по найму не имеют других источников дохода, кроме заработной платы. Даже в развитых странах заработная плата составляет 60—70 % от всех доходов работника, т. е. служит основой обеспечения его нормальной жизнедеятельности.

Заработная плата играет ведущую роль в системе стимулирования труда.

Заработная плата — это совокупность вознаграждений в денежной форме, полученных работником за фактически выполненную работу.

Оплата труда в нашей стране играет двойную роль: с одной стороны, она является главным источником доходов работников и основой повышения их жизненного уровня, а с другой — базовым механизмом материального стимулирования роста и повышения эффективности производства.

Заработная плата рабочих и служащих предприятий и организаций представляет собой долю работников в фонде индивидуального потребления национального дохода в денежном выражении. Поскольку источником выплаты заработной платы является национальный доход, то величина фонда заработной платы как трудового коллектива, так и каждого работника должна быть поставлена в прямую зависимость от достигнутых конечных результатов.

Существующая дифференциация заработной платы, в первую очередь, обусловлена огромным разбросом в системах и способах оплаты труда, которые наблюдаются ныне в различных отраслях экономики и на отдельно взятых предприятиях. В экономике России в последние годы сформировалось относительно устойчивое распределение отраслей по размерам оплаты труда. Выше

среднего уровня традиционно оплачивается труд в целом по промышленности. Это происходит за счет вклада таких отраслей, как электроэнергетика, добывающая и топливная промышленность (прежде всего газовая). Относительно велика заработная плата в строительстве и на транспорте. А в сфере кредитования, финансов, страхования и в аппарате органов управления она находится на особенно высоком уровне. Ниже среднего уровня заработная плата в некоторых отраслях промышленности (главным образом в легкой), лесном хозяйстве, науке и отраслях социальной сферы.

В России сложились значительные диспропорции в сфере оплаты труда. Более того, они усиливаются из года в год. В то же время сам по себе факт существования межотраслевой дифференциации заработной платы — явление нормальное, присущее экономике любого типа.

Зарботная плата различается также по странам, регионам, различным видам деятельности и индивидуумам. Почасовая ставка у рабочих Германии и Швейцарии выше, чем у рабочих США, на 20 %. В свою очередь ставки заработной платы значительно больше в США, чем, например, в Китае или Индии (в пересчете на доллары).

В Гонконге, Таиланде, Южной Корее заработная плата составляет 10—12 % от заработной платы в США. Более того, ставки заработной платы в целом выше на севере и востоке США, чем на юге. Рабочие автосборочных заводов получают больше, чем сборщики хлопка. Выпускники школы могут стать и банковскими служащими, и неквалифицированными строительными рабочими. Но эти виды работ оплачиваются совершенно по-разному.

Средняя заработная плата, вычисляемая Международной организацией труда, на основании данных 72 стран, включая некоторые наиболее бедные государства, составляет 1480 долл. на 2012 г.

Сравним некоторые данные по среднемесячной заработной плате, рассчитанной на одного человека, минимальной оплате труда, продолжительности жизни и жизненному уровню в разных странах (табл. 10.1).

При составлении рейтинга стран по жизненному уровню учитывались следующие критерии: уровень удовлетворенности граждан жизнью в своей стране, комфортность проживания, социальная жизнь, климат, уровень безопасности, экология, забота правительства о здоровье людей, качество образования, условия ведения бизнеса в стране, возможность граждан свободно путешествовать, отношение жителей друг к другу и к иностранцам, религиозные свободы и пр.

Таблица 10.1. Показатели жизненного уровня стран (данные на 2012 г.)

Страна	Средняя месячная зарплата на 1 чел., долл.	Минимальный размер оплаты труда, евро	Средняя продолжительность жизни, лет	Жизненный уровень, место в рейтинге
Норвегия	3 678	2 472	79,67	1
Дания	—	Законодательно не установлена	77,96	2
Австралия	2 610	То же	80,62	3
Новая Зеландия	2 283	«	78,96	4
Швеция	3 023	«	80,63	5
Канада	2 724	«	80,34	6
Финляндия	2 925	«	78,66	7
США	3 263	1 030	78	10
Великобритания	3 065	1 202	78,70	13
Австрия	3 437	1 000	79,21	14
Германия	2 720	Законодательно не установлена	78,95	15
Франция	2 886	1 343	80,59	18
Япония	2 522	Законодательно не установлена	82,02	21
Польша	1 536	350	75,19	28
Эстония	1 267	290	72,30	33
Израиль	1 804	805	79,59	38
Греция	2 300	684	79,49	40
Беларусь	959	90,58	70,05	50
Китай	656	200	72,88	52
Россия	1 215	127	65,87	59
Украина	686	106,82	67,88	74

Данные, представленные в табл. 10.1, демонстрируют, что самый высокий уровень заработной платы в 2012 г. составлял в Норвегии, а самый низкий — в Украине (по данным таблицы). Этот показатель в значительной степени обуславливает уровень жизни. Самый высокий МРОТ в Норвегии. Ставки оплаты в некоторых странах зависят от разных факторов. Средняя продолжительность жизни наиболее низка именно в России, а самый высокий показатель — в Японии, хотя в последние годы она переместилась по этому показателю лишь на третье место после Андорры (83,52 года) и Макао — административный район КНР (82,27 лет). Самый низкий показатель продолжительности жизни в мире в Свазиленде (32, 23 года). По уровню жизни в рейтинге стран мира Россия занимает 59-е место (в 2011 г. она занимала 63-е место).

Рассмотрим, как определяется ставка заработной платы. В данном разделе мы попытаемся привести основные принципы, по которым начисляются разные ставки заработной платы различным категориям работников. К числу основных принципов организации заработной платы в промышленности относятся следующие.

Установление размеров оплаты труда не ниже предусмотренных и утвержденных законодательно. Недопустимо снижать или ухудшать размер и условия оплаты труда, предусмотренных Трудовым кодексом РФ, федеральными законами и другими нормативными актами Российской Федерации.

Эффективность использования трудовых ресурсов. Рабочие отличаются по своим умственным и физическим способностям, по уровню образования и подготовки. Поэтому необходимо установить обоснованные соотношения между оплатой труда работников и их квалификацией, характером, сложностью и тяжестью выполняемых работ. Такая дифференциация в оплате и является следствием различий в способностях (врожденных или приобретенных), образовательном уровне (общем и специальном), профессиональной подготовке, опыте и в конечном счете квалификации, которой обладают различные категории работников. Следует помнить и то, что разные виды работ значительно отличаются и по привлекательности.

Оплата труда по его количеству и качеству. Зачастую количество и качество произведенных продуктов и услуг находятся в обратной зависимости между собой (погоня за количеством осуществляется в ущерб качеству. И наоборот, производство высококачественных товаров редко осуществляется в широких масштабах). При оплате труда оба указанных показателя необходимо учитывать в равной степени.

Основным направлением совершенствования всей системы организации заработной платы является обеспечение прямой и жесткой зависимости оплаты труда от конечных результатов хозяйственной деятельности трудовых коллективов. Иногда упрощенно считают, что цена факторов производства (и, следовательно, цена труда) отражает их качество (хотя в реальной действительности так бывает далеко не всегда). Например, качество и количество труда зависят от физического здоровья, общего и специального образования, организаторских способностей, производственного опыта и т.д. Есть и такие факторы, которые вообще с трудом поддаются стоимостному исчислению (в частности, нравственные ценности, социально-психологический климат в коллективе и т.д.), играя при этом огромную роль.

Взаимодействие спроса и предложения на труд. Если предложение какого-то конкретного вида труда очень велико по отношению к спросу на него, то в результате заработная плата будет низкой, а если спрос большой, а предложение относительно мало, то заработная плата будет очень высокой. Общеизвестно также, что спрос на труд зависит от его производительности. В целом чем выше производительность труда работника, тем выше спрос на него. При совокупном предложении труда чем выше спрос, тем больше средний уровень реальной заработной платы.

Взаимосвязь заработной платы и производительности. Необходимо обратить внимание на относительно тесную взаимосвязь между реальной почасовой заработной платой и выпуском количества продукции за единицу времени (трудочас) в долгосрочной перспективе. Из данной зависимости вытекает требование — обеспечить неуклонное повышение оплаты труда в том случае, когда его производительность растет. В то же время темпы роста производительности труда должны превышать темпы роста средней заработной платы, так как это является неперенным условием нормального развития производства и производительных сил. Известно, что одной из главных задач экономического регулирования в Японии является контроль за индексом¹ стоимости рабочей силы.

До последнего времени темпы роста производительности труда в России значительно сокращались, что, естественно, отразилось и на заработной плате.

¹ Индекс — это число, показывающее изменение в процентном отношении к другому числу, принимаемому за 100 %. В данном случае — отношение величины заработной платы на текущий момент к ее значению в предыдущий период (например, год), выраженное в процентах.

Дифференциация уровней оплаты труда различных групп и категорий работающих. Например, на АЭС и на производствах с вредными условиями установлен более высокий уровень оплаты труда работников, чем на ТЭС и обычных предприятиях.

Если исходить из вышеприведенных принципов, организация и планирование заработной платы должны обеспечить:

- рост объема производимой продукции (работ или услуг), повышение эффективности производства и его конкурентоспособности;
- повышение материального благосостояния работников;
- стимулирование повышения квалификации работающих с помощью механизма оплаты труда;
- учет условий труда;
- простоту и ясность системы оплаты труда для всех работников.

В настоящее время при выборе системы оплаты труда учитываются:

- форма собственности;
- величина предприятия;
- структура и характер производимой продукции (услуг).

Иногда считается целесообразным учет и некоторых субъективных показателей, например доминирующих в коллективе ценностей и жизненных целей.

Кроме того, решая вопросы оплаты труда, надо иметь в виду следующие объективные факторы:

- 1) финансовое положение предприятия;
- 2) уровень стоимости жизни;
- 3) уровень заработной платы, которую выплачивают конкуренты за такую же работу;
- 4) рамки государственного регулирования в этой области.

Системы оплаты труда должны находиться в постоянном развитии. Администрации предприятия целесообразно проводить систематическую оценку эффективности мероприятий по выделению средств на оплату труда.

10.2. Системы оплаты труда

На сегодняшний день применяется несколько систем оплаты труда.

Тарифная система. Это совокупность государственных нормативов, посредством которых осуществляются дифференциация и регулирование оплаты труда различных групп работников в за-

висимости от сложности труда и его условий, особенностей и народнохозяйственного значения отдельных отраслей и регионов страны.

Основными элементами тарифной системы являются «Единый тарифно-квалификационный справочник работ и профессий рабочих» (ЕТКС), тарифная сетка, тарифные ставки, тарифные коэффициенты. Имеется также тарифно-квалификационный справочник для служащих и руководителей.

Единый тарифно-квалификационный справочник необходим для установления разряда выполняемой работы и правильной тарификации при присвоении рабочему разряда. Справочник содержит перечень профессий, сгруппированных по производствам и видам работ с приведением примеров работ по разрядам каждой профессии. Кроме того, указывается, что должен уметь и знать рабочий, имеющий конкретный разряд в рамках данной профессии. Присвоение рабочим квалификационных разрядов производится администрацией предприятия на основе ЕТКС.

Тарифная сетка служит для установления соотношений в оплате труда рабочих в зависимости от их квалификации. Она представляет собой совокупность ступеней оплаты и соответствующих им тарифных коэффициентов. Единая тарифная сетка содержит 23 ступени оплаты труда (от 0 до 22). Для ступеней от 0 до 12-й предусмотрено четыре уровня оплаты труда. Каждому уровню оплаты соответствует свой тарифный коэффициент. Вновь поступившим работникам, как правило, устанавливается 1-й уровень оплаты труда.

Тарифный коэффициент — это отношение, показывающее, во сколько раз тарифная ставка данного разряда больше тарифной ставки первого разряда.

Тарифная ставка определяет размер оплаты труда рабочего каждого разряда за единицу времени (час, день, месяц). По мере присвоения рабочим более высоких разрядов их тарифные ставки прогрессивно возрастают. Так, разница между ставками, например, 6-го и 5-го разрядов больше, чем разница между ставками 1-го и 2-го разрядов.

Расчет часовой тарифной ставки данного разряда производится по формуле

$$\text{ЧТС}_n = \text{ЧТС}_1 K_n, \quad (10.1)$$

где ЧТС_n — часовая тарифная ставка n -го разряда, руб.; ЧТС_1 — часовая тарифная ставка 1-го разряда, руб.; K_n — тарифный коэффициент n -го разряда.

Бестарифная система. Предполагает определение размера заработной платы каждого работника в зависимости от конечного результата работы всего коллектива.

Система плавающих окладов. Предусматривает ежемесячное определение размера должностного оклада работников в зависимости от роста (снижения) производительности труда на участке, обслуживаемом работником при условии выполнения задания по выпуску продукции.

Система оплаты труда на комиссионной основе. Заключается в установлении размера заработной платы в виде фиксированного процента от дохода, получаемого предприятием после реализации продукции, работ или услуг.

Наибольшее распространение на государственных и других крупных предприятиях получила тарифная система оплаты труда. Несмотря на все ее преимущества в условиях неустойчивой экономики и кризисе неплатежей эта система часто приводит к банкротству предприятий. Последнее в значительной степени связано с тем, что вся система единого социального налога (социальное страхование, пенсионный фонд, медицинское страхование и т. д.) производится от начисленной, а не от фактически полученной заработной платы.

Когда у предприятия нет денег, а заработная плата за отработанное время или произведенную продукцию уже начислена, то соответственно начисляются и все налоги на заработную плату, но оплачивать их нечем. За неуплаченные налоги начисляются пени. В результате, хотя заработная плата и не выплачена, сумма пени при задержках оплаты налогов с нее через 3—4 мес начинает превышать сумму самих налогов.

Согласно Трудовому кодексу РФ (ТК РФ) при задержке выплаты заработной платы сверх определенного времени администрация предприятия карается штрафными санкциями. А работник, которому задержали выплату заработной платы, вправе через установленное в ТК РФ время не выйти на работу.

10.3. Фонд оплаты труда, его структура

Фонд оплаты труда — это денежные средства предприятия, которые распределяются на заработную плату, премии, различные доплаты, стимулирующие и компенсирующие выплаты, выплаты за неотработанное время установленным законодательством.



Рис. 10.1. Структура фонда оплаты труда

В соответствии с Федеральным законом от 8 мая 2010 г. № 83-ФЗ фонд оплаты труда (ФОТ) состоит из базовой, стимулирующей и компенсирующей частей (рис. 10.1).

Базовая часть — это основная, гарантированная часть заработной платы. Она начисляется работнику по ставке и закрепляется трудовым договором. Размер базового оклада (ставки) назначается руководителем в соответствии с его квалификацией, профессиональной подготовкой, в зависимости от объема и сложности выполняемых работ.

На основании ст. 144 Трудового кодекса Российской Федерации базовые оклады устанавливаются по профессиональным квалификационным группам, в зависимости от сферы деятельности, занимаемой должности, профессиональной подготовки и квалификации работника. В связи с тем что базовые ставки являются минимальными, к ним должны применяться увеличивающие коэффициенты, учитывающие уровень образования и квалификации работника, сложность работы и др.

Стимулирующие выплаты назначаются за эффективное и качественное выполнение своей работы, доплаты и надбавки к окладу за совмещение профессий, профессиональное мастерство и другие выплаты по итогам работы. Стимулирующая часть оплаты устанавливается только тем работникам, которые достигли более высоких результатов работы по сравнению с другими сотрудниками. Выплаты могут быть разовыми, ежемесячными, итоговыми, а также по определенным разработанным критериям. Объем стимулирующей части должен быть не менее 30 % от ФОТ. Стимулирующие выплаты являются действенным инструментом управления работой коллектива.

Компенсирующие выплаты не являются стабильной частью ФОТ. Они добавляются в процентном соотношении к окладу или в абсолютных размерах в виде надбавок, доплат и других выплат за работу в тяжелых, опасных и вредных условиях, за работу в ноч-

ное время, работникам Крайнего Севера и в других неблагоприятных климатических условиях.

В базовой части в состав заработной платы включается начисление суммы оплаты труда в денежной и натуральной формах за отработанное и неотработанное время по тарифным ставкам и окладам, а также по сдельным расценкам.

С 1 декабря 2008 г. в России введена новая система оплаты (НСОТ) труда для работников бюджетной сферы. Она заменила тарифную систему и предоставила руководителям организации единолично распоряжаться фондом заработной платы и поощрять наиболее квалифицированных и успешных сотрудников. При этом реформа подразумевает не сокращения заработной платы, а увеличение федерального фонда заработной платы на 30 %.

С фонда заработной платы предприятия уплачивают обязательные страховые взносы во внебюджетные фонды:

- Пенсионный фонд России (ПФР) — 22 % (из них 16 % — на страховую часть и 6 % — на накопительную);
- Федеральный фонд обязательного медицинского страхования РФ (ФФОМС) — 5,1 %;
- Фонд социального страхования РФ (ФСС) — 2,9 %.

10.4. Основные виды и формы оплаты труда

Существуют два вида заработной платы: основная и дополнительная. Структура фонда заработной платы представлена на рис. 10.2.

Основная оплата (за отработанное время):

- заработная плата, начисленная работникам по тарифным ставкам и окладам за отработанное время;
- заработная плата, начисленная работникам за выполненную работу по сдельным расценкам;
- оплата работы в выходные и праздничные дни;

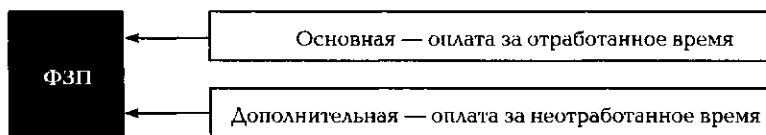


Рис. 10.2. Структура фонда заработной платы



Рис. 10.3. Формы оплаты труда

- оплата сверхурочной работы;
- оплата труда лиц, принятых на работу по совместительству.
Дополнительная оплата (за неотработанное время по основной специальности):
 - годовые вознаграждения;
 - оплата ежегодных и дополнительных отпусков;
 - оплата льготных часов подростков;
 - оплата учебных отпусков, предоставленных работникам, обучающимся в образовательных учреждениях;
 - оплата работников, направленных на повышение своей квалификации и обучение вторым профессиям;
 - оплата труда работников, выполняющих общественные обязанности;
 - оплата простоев не по вине работников и т.д.

В зависимости от метода оценки трудовых затрат различают сдельную, повременную и другие формы оплаты труда. Рассмотрим основные формы оплаты труда (рис. 10.3).

Сдельная (индивидуальная и коллективная) оплата труда. Ставка выплачивается за определенное количество (объем) выполненной работы.

Например, заработная плата токаря зависит от количества выточенных деталей, машинистки — от количества напечатанных страниц, продавца газет на улице — от количества проданных экземпляров газеты.

В эту форму входят несколько систем: прямая сдельная, сдельно-прогрессивная, косвенно-сдельная, сдельно-премиальная и бригадная.

Прямая сдельная система оплаты труда — оплата по неизменным расценкам независимо от показателя выполнения заданной нормы.

Сдельно-прогрессивная система оплаты труда — продукция, выработанная в пределах установленной нормы, оплачивается по основным сдельным расценкам, а выработанная сверх нормы — по повышенным расценкам.

Косвенно-сдельная система применяется для оплаты труда вспомогательных рабочих, от качества и своевременности работы которых зависит выработка основных рабочих-сдельщиков.

Сдельно-премиальная система — прямая сдельная оплата дополняется премиями за определенные показатели (экономии материалов, инструментов и т. п.).

Бригадная (аккордная, коллективная) система оплаты труда устанавливается не за каждую производственную операцию, а в целом за весь объем работы с определением конечного срока ее выполнения. Коллективная оплата труда применяется на тех работах, для выполнения которых необходим совместный труд нескольких работников и где невозможен раздельный учет индивидуальной выработки каждого. Зарплата начисляется всей бригаде в целом за фактически выполненную работу (далее идет ее деление в зависимости от разряда, отработанных часов, коэффициента трудового участия (КТУ) и т. д.).

Повременная оплата. Работник получает фиксированную сумму (ставку) за каждый отработанный промежуток времени (час, день, месяц, смену). Общая сумма, таким образом, зависит от того, сколько времени он проработал.

Например, повременную систему применяют при оплате работы продавца, учителя, служащих. В США почти все рабочие получают повременную оплату, что связано с высоким уровнем механизации труда, когда выработка практически не зависит от рабочего.

Различают простую повременную и повременно-премиальную системы оплаты труда.

Простая повременная оплата труда определяется путем умножения часовой тарифной ставки работника на количество отработанных им часов.

Повременно-премиальная система оплаты труда заключается в том, что общий размер зарплаты зависит не только от количества

отработанного времени и квалификации работника, но и от достижения им ряда качественных показателей.

Должностной оклад. Ставка (обычно месячная или годовая) фиксирована и обусловлена должностью, которую занимает человек, т.е. определяется тем кругом обязанностей, которые он выполняет. При этом заработная плата не меняется ни в зависимости от времени, ни в зависимости от количества сделанной работы. Оклад увеличивается по мере роста стажа работы и квалификации работника. Так оплачиваются служащие фирм — менеджеры, бухгалтеры, некоторые научные работники (в системе Госбюджета), чиновники в государственных учреждениях и управленческий персонал.

10.5. Номинальная и реальная заработная плата

Различают номинальную и реальную заработную плату (рис. 10.4).

Номинальная заработная плата — это сумма заработка, выраженная в деньгах и полученная работником за определенный период.

Реальная заработная плата характеризует то количество товаров и услуг, которое может быть приобретено работником при данном размере денежной заработной платы и данном уровне цен на товары и услуги, т.е. это совокупность товаров и услуг, которые можно приобрести на эти деньги с учетом их покупательной способности.

Рост реальной заработной платы может произойти в следующих ситуациях, если цены:

- будут расти быстрее, чем номинальная заработная плата;
- будут неизменны, а номинальная заработная плата при этом вырастет;

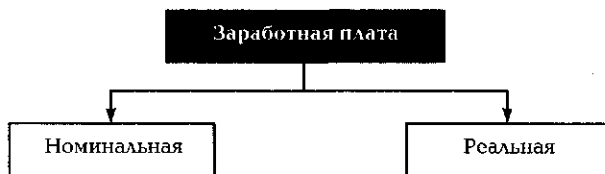


Рис. 10.4. Виды заработной платы

- вырастут, а номинальная заработная плата останется на прежнем уровне;
- цены и номинальная заработная плата будут постоянны.

За годы реформ в России уровень реальной оплаты труда работников снизился более чем в 2 раза (по некоторым оценкам — еще значительно), в то время как номинальная заработная плата постоянно растет.

Рассмотрим некоторые цифры, приведенные в официальных российских статистических отчетах. В июле 1994 г. средняя номинальная заработная плата в Российской Федерации равнялась 221 000 руб. В июле 1993 г. она составляла 56 660 руб. (в ценах до 1998 г.). Таким образом, за год номинальная заработная плата выросла на 290 %, однако цены за тот же период увеличились на 340 %. Реальная заработная плата рассчитывается по формуле

$$Z_p = Z_n / I_{p.c} \quad (10.2)$$

где Z_n — заработная плата номинальная, руб.; $I_{p.c}$ — индекс роста цен.

Индекс роста цен, в свою очередь, определяется по формуле

$$I_{p.c} = 100 + Inf/100, \quad (10.3)$$

где Inf — инфляция (уровень роста цен), %.

Если мы используем числовые данные из приведенного выше примера, то индекс роста цен за год (с июля 1993 г. по июль 1994 г.) составит

$$I_{p.c} = (100 + 340)/100 = 4,4.$$

А реальная заработная плата за июль 1994 г., выраженная в ценах июля 1993 г., составит:

$$Z_p = 221\,000/4,4 = 50\,227 \text{ руб.}$$

Сравним теперь эту цифру со средней номинальной зарплатой за июль 1993 г.:

$$56\,660 - 50\,220 = 6\,440 \text{ руб.}$$

Итак, мы установили, что средняя реальная заработная плата в российской экономике с июля 1993 по июль 1994 г. уменьшилась на 6 440 руб.

В табл. 10.2 представлена динамика изменений номинальной и реальной заработной платы в России с 2000 по 2011 г.

Главной причиной столь существенных различий в уровнях номинальной и реальной заработных плат послужила, как известно,

Таблица 10.2. Динамика номинальной и реальной среднемесячной начисленной заработной платы

Показатели	2000 г.	2005 г.	2009 г.	2010 г.	I полугодие 2011 г.
Номинальная начисленная среднемесячная заработная плата, руб.	2 223	8 555	18 638	20 952	22 277
В % к соответствующему периоду предыдущего года	146,0	126,9	107,8	112,4	111,8
В % к прожиточному минимуму трудоспособного населения	168	263	334	341	318
Долларов США	79	303	588	690	778
Реальная начисленная среднемесячная заработная плата в % к соответствующему периоду предыдущего года	120,9	112,6	96,5	105,2	102,1

либерализация цен, приведшая к крупным диспропорциям между ростом заработной платы и изменением ее реального содержания. В результате значительное отставание динамики оплаты труда от роста цен сказалось не только на уровне жизни населения, но и на состоянии социально-трудовой сферы в целом, обусловив тенденцию к обесцениванию рабочей силы. Уровень реальной заработной платы у большинства экономически активного населения был столь низок, что оказалось затруднено даже простое воспроизводство рабочей силы. Следствием падения реальных доходов населения, отрыва цены труда от его стоимости является сжатие внутреннего рынка, приводящее, в свою очередь, к дальнейшему сокращению объемов производства. Уменьшается и налогооблагаемая база, а значит, снижаются бюджетные поступления, что ограничивает способность государства решать как инвестиционные, так и социальные задачи.

Более того, при низкой цене рабочей силы возникает экономическая возможность и даже необходимость замещения дорогостоя-

ящего оборудования и машин дешевой рабочей силой. Тем самым устраняются стимулы к повышению эффективности производства и его конкурентоспособности на мировых рынках. Низкая заработная плата — фактор, обуславливающий деградацию системы общего и профессионального образования, поскольку нет смысла тратить время и средства на приобретение высокой квалификации, не находя ей впоследствии применения или получая мизерную заработную плату. Непрестижность квалифицированного труда, научной работы, низкий уровень их оплаты привели к оттоку рабочей силы из производящих и научно-исследовательских отраслей в торгово-перекупочные сферы.

Чтобы выйти из такого положения, государством должны предприниматься определенные меры. Для урегулирования величины и динамики изменений заработной платы применяются международные нормы и социальные стандарты. На их основе государство разрабатывает и реализует политику доходов и заработной платы. К указанным стандартам относится минимальный потребительский бюджет, реальный уровень прожиточного минимума.

Прожиточный минимум — это обобщенный показатель уровня жизни; это стоимостная оценка натурального набора продуктов, непродовольственных товаров и услуг, которые общество признает необходимыми для поддержания традиционного уровня жизни.

Таким образом, потребительская корзина содержит три категории благ: продукты питания, непродовольственные товары и услуги (минимальная жилплощадь, отопление и водоснабжение, транспорт и др.). В 2006 г. наша корзина состояла из 156 товаров и услуг. Ее состав остается неизменным с 2006 г. Для сравнения: в Великобритании она составляла 350 наименований, в Германии — 475, в США — 300. В Европе корзина включает мобильные телефоны, mp3-плееры, цифровое радио, DVD, заказ еды на дом, посещение ресторанов, театров, концертов, абонементы в бассейн и на футбол. В Великобритании в потребительскую корзину включены расходы на игру в гольф, во Франции — на косметику и цветы для женщин.

В российской потребительской корзине на 2011—2012 гг. каждому гражданину было положено: 134 кг хлебобулочных изделий, 107 кг картофеля, 37 кг мяса, 16 кг рыбы, 200 шт. яиц, 97 кг овощей, 23 кг фруктов, 22 кг сахара и 238 л молока. Но в реальности купить месячный набор такой корзины даже по самым низким ценам невозможно.

Минимальный прожиточный минимум используется для определения минимального размера оплаты труда, определения разме-

ров пенсий, пособий по безработице и стипендий. Он включает расходы на питание и другие потребительские товары (всего 25 наименований), услуги, налоги и платежи в денежном выражении в расчете на одного человека. Этот показатель дифференцируется по зонам России.

Так, в Москве на II квартал 2012 г. прожиточный минимум для трудоспособного населения составил 10 677 руб.; для пенсионеров — 6 466 руб., а для детей — 8 124 руб.

Компонентом прожиточного минимума, отражающим расходы на питание, является так называемая продовольственная корзина.

Продовольственная корзина — это набор из 33 продуктов питания на одного человека в месяц, рассчитанный на основе минимальных норм потребления продуктов (черта бедности).

Как уже отмечалось, стандарт прожиточного минимума используется при установлении минимального размера оплаты труда.

Минимальный размер оплаты труда (МРОТ) в Российской Федерации проектировался равным 40 % от прожиточного минимума, рассчитанного на душу населения (Закон РФ от 1 ноября 1995 г. № 159), однако вплоть до настоящего времени он не достиг указанной величины (так, в 2001 г. минимальный размер оплаты труда составлял 4 330 руб., что, конечно, никак не соответствовало 40 % от прожиточного минимума для любого региона страны). В 2012 г. минимальный размер оплаты труда в Российской Федерации составил 4 611 руб. В то же время минимальный размер оплаты труда в подавляющем большинстве случаев не применяется в качестве реальной заработной платы. Просто начисленная за определенную выполненную работу минимальная ставка не может быть ниже установленного законодательно минимального размера оплаты труда. Согласно Трудовому кодексу РФ МРОТ не должен быть ниже прожиточного минимума, т.е. потребительской корзины. Новое значение МРОТ составит только 76 % (в настоящий момент он равен 67 %) от величины прожиточного минимума. За последние 10 лет МРОТ в нашей стране вырос в 32 раза.

10.6. Трудовой договор и контрактная система найма

Традиционно условия реализации гражданином своих способностей к труду при поступлении его на работу в качестве работника определяются посредством заключения трудового договора.

Трудовой договор — соглашение между работодателем и работником, в соответствии с которым работодатель обязуется предоставить работнику работу по обусловленной трудовой функции, обеспечить условия труда, своевременно и в полном размере выплачивать работнику заработную плату, а работник обязуется лично выполнять определенную этим соглашением трудовую функцию, соблюдать действующие в организации правила внутреннего трудового распорядка (ст. 56 ТК РФ).

Существенными условиями трудового договора являются:

- место работы;
- дата начала работы;
- наименование должности, специальности, профессии с указанием квалификации в соответствии со штатным расписанием организации или конкретная трудовая функция;
- права и обязанности работника;
- права и обязанности работодателя;
- характеристики условий труда, компенсации и льготы работникам за работу в тяжелых, вредных и (или) опасных условиях;
- режим труда и отдыха;
- условия оплаты труда (в том числе размер тарифной ставки или должностного оклада работника, доплаты, надбавки и поощрительные выплаты);
- виды и условия социального страхования, непосредственно связанные с трудовой деятельностью (ст. 57 ТК РФ).

Трудовые договоры могут заключаться:

1) на неопределенный срок;

2) на срок не более пяти лет (срочный трудовой договор) (ст. 58 ТК РФ).

Согласно Трудовому кодексу РФ вместо слова «контракт» вводится понятие «трудовой договор».

Контракт — коммерческий договор по поводу купли-продажи рабочей силы и ее использования.

Контракт позволяет индивидуализировать трудовые условия с учетом особенностей квалификации работника, его деловых качеств, специфики выполняемой работы. В нем характеризуются все этапы работы, деятельности, права и обязанности работника и работодателя.

Контракт отличается от трудового договора следующими особенностями:

- в контракте четко определен предмет договора (для проведения, например, цикла лекций по предпринимательскому праву со слушателями коммерческих курсов) и условия оплаты;

- контракт есть результат договоренности, хотя при достижении соглашения и учитываются конъюнктура на рынке, а также индивидуальные качества работника;
- в контракте четко определяются права и обязанности сторон, основные и дополнительные условия, социальные гарантии;
- в контракте может оговариваться условие об индексации (т.е. повышение оплаты труда с учетом инфляции).

Контрактное соглашение может заключаться как со штатными работниками, так и с теми, для кого он является способом оформления трудовой деятельности («работа по контракту»). Один человек имеет право работать сразу по нескольким контрактам. Могут быть заключены параллельные контракты. В контракте указываются срок, на который он заключается, размеры и источник отчислений на страхование. В этом смысле термин «контракт» ближе к термину «срочный трудовой договор».

Контракт, так же как и трудовой договор, заключается в письменной форме в двух экземплярах. Один экземпляр остается у работодателя, второй — у работника.

Люди, нанятые на основе устной договоренности с работодателем, по официальным данным зарабатывают чуть меньше тех, кто имеет постоянную и оформленную по закону занятость. Привлеченные на определенную работу по трудовому соглашению или принятые по контракту на фиксированный срок, как правило, получают более высокую заработную плату.

Устный наем более распространен на малых предприятиях и в торговле. Профессия при этом обычно не имеет значения. Примерно 2/3 принятых подобным образом работают либо по найму у физических лиц, либо на собственном или семейном предприятии.

Во многих случаях они являются партнерами, друзьями или родственниками владельца бизнеса.

В то время как 1/3 работников таких микропредприятий наняты на основе неформальных договоренностей, на новых предприятиях акционерной формы собственности, отличающихся более крупными размерами, количество подобных работников составляет не более 8 %.

По-видимому, в большинстве случаев устные соглашения используются не в качестве способа обойти ограничения трудового законодательства, а потому, что они больше соответствуют неформально организованному малому бизнесу, особенно в сфере торговли.

10.7. Индексация заработной платы

Инфляция — это процесс обесценивания бумажных денег (а также безналичных денежных средств), неразменных на золото, падение их покупательной способности вследствие чрезмерного выпуска (эмиссии) или сокращения товарной массы в обращении при неизменном количестве выпущенных денег.

Инфляция проявляется в росте цен и повышении стоимости жизни. Обратный процесс (дефляция) — повышение покупательной способности денег из-за снижения цен на товары.

В условиях инфляции возникает необходимость в периодической корректировке уровней заработной платы, с тем чтобы привести ее в соответствие с ростом цен. Метод, который используется для такой корректировки, называется индексацией.

Индексация — это механизм компенсации, с помощью которого с ростом цен на товары увеличиваются доходы и сбережения населения.

Индексацию можно проводить как на государственном уровне, так и на уровне отдельных предприятий и компаний. В каждом случае она должна основываться на данных об уровне инфляции и производиться с учетом возможностей государства или предприятия финансировать эти изменения. Механизм государственной индексации должен обеспечивать регулярное повышение как минимальной заработной платы, так и заработной платы работников, получающих больше минимального оклада. К сожалению, как уже отмечалось, цены в России растут быстрее, чем доходы госбюджета, из которого и должна финансироваться индексация. В результате индексация доходов населения задерживается и не может проводиться в масштабе, необходимом для полной компенсации инфляции.

Цены на некоторые товары растут из года в год весьма значительно, а на другие — остаются практически неизменными. Отмечены случаи даже снижения цен на отдельные товары (преимущественно на сезонные и скоропортящиеся). Поскольку в экономике действуют миллионы цен, то нет возможности проанализировать экономическую ситуацию на основе их всех. Вместо этого используется показатель среднего уровня цен в экономике.

Средний уровень цен или просто уровень цен — это средневзвешенная цена различных товаров и услуг в экономике, причем более значимые цены имеют и больший вес.

Изменения в среднем уровне цен, таким образом, отражают рост или падение цен в среднем. Уровень цен обычно измеряется при помощи индекса цен.

Индекс цен — это умноженное на 100 % отношение стоимости определенного набора товаров или услуг (рыночной корзины¹) в данном периоде к стоимости того же самого набора в определенном базовом периоде.

Таким образом, индекс цен — это показатель, характеризующий изменение цен за определенный период времени.

Основная идея состоит в том, что если вы покупаете каждую неделю одни и те же товары в продуктовом магазине, то сумма, которую вы платите за этот набор товаров, служит мерой для определения индекса среднего уровня цен в данном магазине.

Индекс потребительских цен, равный 1,48, означает, что потребительские цены выросли на 48 % по сравнению с базовым периодом, а индекс потребительских цен, равный 0,95, означает, что цены снизились на 5 %.

10.8. Расчет индекса цен

Для расчета индекса цен введем следующие обозначения:

P_0, P_1 — цены базового и текущего периодов соответственно;

Q_0, Q_1 — количество товаров и услуг для базового и текущего периодов соответственно;

$\sum P_0 Q_0$ — суммирование расходов на базовые количества товаров и услуг (Q_0) в ценах базового периода (P_0);

$\sum P_0 Q_0$ и $\sum P_1 Q_1$ — суммы, показывающие, сколько в действительности стоила потребительская корзина в базовом и текущем периодах;

$\sum P_1 Q_0$ — сумма, оценивающая, сколько бы стоила потребительская корзина базового периода в ценах текущего периода;

$\sum P_0 Q_1$ — сумма, оценивающая, сколько бы стоила потребительская корзина текущего периода в ценах базового периода.

Изменение цен и структуры потребления предопределяют два индекса цен. Либо индекс цен опирается на количество товаров и услуг базового периода (тогда это базисно-взвешенный индекс), либо при определении индекса цен используются объемы потребления текущего года (тогда это текуще-взвешенный индекс).

При расчете индекса цен фиксируется набор товаров, а при вычислении индекса объема, т. е. количества товаров и услуг, используются постоянные цены.

¹ Хотя, как правило, индекс цен определяется по основным товарам и услугам (минимальной потребительской корзине), но его можно вычислить также и по отношению к любым товарам исходя из данных, приведенных в ведомости цен.

Базисно-взвешенный индекс. Индекс цен (индекс Ласпейреса) показывает изменение расходов на «старую» потребительскую корзину:

$$I_{\text{б}} = I_{p_0} = \sum P_1 Q_0 / \sum P_0 Q_0. \quad (10.4)$$

Текуще-взвешенный индекс. Индекс цен (индекс Пааше) отражает изменение расходов на «новую» потребительскую корзину:

$$I_{\text{т}} = I_{p_1} = \sum P_1 Q_1 / \sum P_0 Q_1. \quad (10.5)$$

На основании базисного и текущего индексов рассчитывают окончательный индекс цен:

$$I_{\text{ц}} = \sqrt{I_{\text{б}} I_{\text{т}}}. \quad (10.6)$$

Таким образом, индекс цен представляет собой среднесометрическое между базисными и текущими индексами. Данный индекс предложил американский экономист и статистик Ирвинг Фишер.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Что такое заработная плата?
2. Как определяется ставка заработной платы?
3. Перечислите и охарактеризуйте элементы тарифной системы.
4. Из каких элементов состоит фонд оплаты труда?
5. Что включают в себя фонды заработной платы и стимулирующие надбавки?
6. Что такое основная и дополнительная оплата труда?
7. Назовите и дайте краткую характеристику основных форм и систем оплаты труда.
8. Что такое номинальная и реальная заработная плата?
9. Чем контрактная система найма отличается от трудового договора?
10. Что такое инфляция?
11. Что такое индексация?
12. Когда необходимо проводить индексацию?

РАЗДЕЛ V

ОСНОВНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Глава 11. СЕБЕСТОИМОСТЬ И КАЛЬКУЛЯЦИЯ

11.1. Сущность себестоимости, ее виды

Конкретный ответ на комплексный вопрос: «Что? Как? Для кого производить?» — требует знаний о том, что такое издержки производства и как их можно снизить.

Для того чтобы продать товар, его необходимо произвести, а чтобы создать необходимый товар, нужно произвести определенные затраты. От того, каковы величина затрат (издержек) на производство товара и цена, по которой он будет продаваться, и зависит количество товара, которое предприятие может предложить покупателю. Из этого следует, что определение издержек на производство и реализацию товара является одним из важнейших условий эффективного хозяйствования предприятия.

Издержки — это денежное выражение затрат факторов производства, необходимых для осуществления предприятием своей производственной и коммерческой деятельности.

Издержки могут быть представлены в показателях себестоимости продукции.

Себестоимость представляет собой выраженную в денежной форме сумму затрат на производство и реализацию продукции.

На практике себестоимость единицы продукции определяется как отношение издержек производства за определенный период (год, квартал, месяц) к количеству этой продукции.

Виды себестоимости. Себестоимость разделяют по группам исходя из различных критериев.

По видам продукции. В промышленности различают себестоимость валовой, товарной и реализованной продукции. Рассмотрим, какова специфика каждого из указанных типов продукции.

Валовая — это вся продукция, выпущенная за определенный период времени (год, квартал, месяц).

Товарная — готовая продукция, находящаяся на складе предприятия или же полученная потребителем, но еще не оплаченная им.

Реализованная — готовая продукция, которую уже оплатили.

Отсюда сформулируем следующие определения:

себестоимость валовой продукции — это отношение издержек производства ко всему количеству продукции, произведенной за определенный период времени;

себестоимость товарной продукции в промышленности определяется как отношение издержек производства к количеству товарной продукции;

себестоимость реализованной продукции — это отношение издержек производства к количеству реализованной продукции.

По степени нарастания статей затрат. В промышленности различают цеховую, заводскую, полную и отраслевую себестоимости.

Цеховая себестоимость промышленной продукции включает в себя затраты на сырье, материалы, заработную плату рабочим и ИТР, затраты на амортизацию и текущий ремонт основных фондов, а также некоторые другие виды расходов по данному цеху предприятия.

Заводская (производственная) себестоимость складывается из затрат отдельных цехов предприятия, общезаводских и общехозяйственных расходов.

Полная (коммерческая) себестоимость состоит из заводской себестоимости и непроизводственных расходов, в основном связанных с реализацией продукции.

Отраслевая себестоимость определенного вида продукции представляет собой ее полную себестоимость, средневзвешенную¹ по предприятиям отрасли.

В наглядном виде это представлено следующей формулой:

$$\sum S_i Q_i / \sum Q_i \quad (11.1)$$

¹ Статистический показатель, который вычисляется как отношение суммы произведений себестоимости товара на его количество для каждого предприятия (от 1-го до n-го) к сумме всего количества товаров, выпущенных на всех n предприятиях.

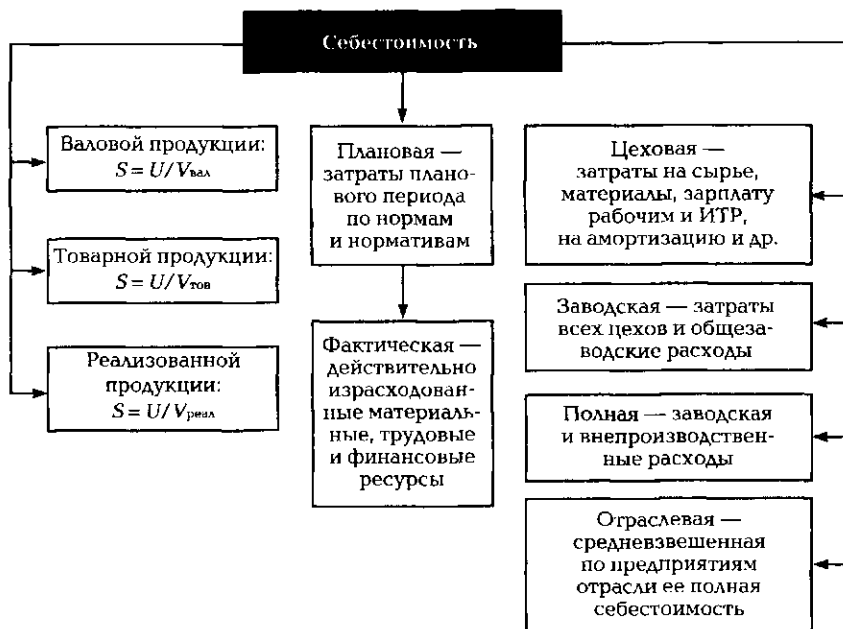


Рис. 11.1. Виды себестоимости:

U — затраты (издержки); V — объем продукции

где S_i — себестоимость товара на i -м предприятии, руб.; Q_i — количество товара, выпущенного на i -м предприятии, шт.

На основании составления и выполнения производственного плана. Различают плановую и фактическую себестоимость продукции.

Плановая себестоимость представляет собой затраты предприятия на изготовление единицы продукции определенного вида, рассчитанные на плановый период (год, квартал, месяц) исходя из технико-экономических норм и нормативов расходования сырья, вспомогательных материалов, использования оборудования и трудовых затрат.

Фактическая себестоимость характеризует размеры действительно израсходованных средств на выпуск продукции, рассчитанных по фактическим материальным, трудовым и финансовым затратам.

Обобщенная схема видов себестоимости, разделенных на группы в соответствии с различными критериями, представлена на рис. 11.1.

11.2. Калькуляция себестоимости

Расчет себестоимости на единицу продукции называется *калькуляцией*, и соответственно статьи затрат, по которым производится расчет, называются *калькуляционными*.

Калькуляционные статьи затрат (издержки производства в промышленности) рассчитываются по составляющим, именуемым экономическими элементами затрат.

Затраты, образующие себестоимость продукции (работ или услуг), группируются в соответствии с их экономическим содержанием по следующим элементам.

1. *Материальные затраты*. В том числе топливо и энергия на технологические цели. Из расходов на материальные ресурсы исключается стоимость возвратных отходов.

2. *Расходы на оплату труда*. В этом элементе отражаются расходы на оплату труда основного производственного персонала предприятия, включая премии рабочим и служащим за производственные результаты, стимулирующие и компенсационные выплаты.

Таким образом, в эту статью расходов включаются любые начисления работникам в денежной и натуральной формах.

2. *Социальные взносы*. В данном элементе отражаются отчисления по установленным нормам на государственное социальное страхование от расходов на оплату труда, включаемые в себестоимость продукции. В 2010 г. ЕСН заменяется на уплату страховых взносов во внебюджетные фонды (30 %).

4. *Амортизация основных фондов*. В этом элементе отражается сумма амортизационных отчислений на полное восстановление, исчисленных исходя из балансовой стоимости основных производственных фондов.

5. *Прочие отчисления*. К данному элементу в составе себестоимости относятся расходы на ремонт основных средств, платежи по обязательному страхованию имущества предприятия, плата по процентам за краткосрочные кредиты банка, накладные расходы¹, а также другие затраты, входящие в состав себестоимости, но не относящиеся к перечисленным ранее элементам затрат.

Типовая калькуляция по следующим статьям затрат включается в разные виды себестоимости (рис. 11.2).

¹ Затраты, которые не видны в готовом продукте. Это стоимость отходов материалов, расходы на хозяйственно-техническое обслуживание (в том числе на персонал сантехников, электриков, уборщиц и т.п.), снабжение, отопление, освещение зданий и др.

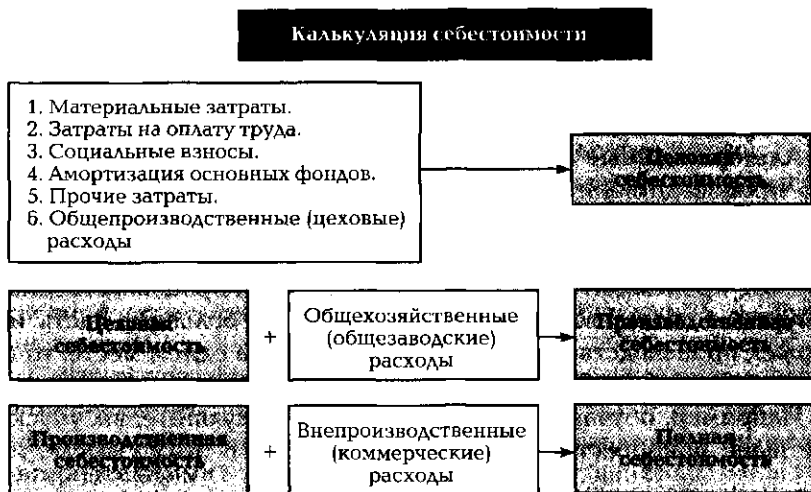


Рис. 11.2. Калькуляция себестоимости по экономическим элементам затрат

В их число входят:

- 1) материальные затраты;
- 2) затраты на оплату труда основных производственных работников;
- 3) социальный налог;
- 4) расходы на содержание и обслуживание цехового оборудования;

5) общепроизводственные (цеховые) расходы (цеховые накладные расходы, затраты на содержание аппарата цеха, амортизация основных фондов цеха, охрана труда и т. д.).

Итого: (пункты 1—5) — *цеховая себестоимость*;

6) общехозяйственные (общезаводские) расходы (затраты на содержание заводууправления, прочего персонала, амортизация основных фондов, расходы на командировки, почтовые расходы, подготовка кадров и т. д.);

7) прочие производственные расходы.

Итого: (пункты 1—7) — *производственная себестоимость*;

8) внепроизводственные (коммерческие) расходы (связаны с реализацией продукции, ее хранением, отгрузкой, транспортированием, рекламой и т. д.).

Итого: (пункты 1—8) — *полная себестоимость*.

11.3. Структура и классификация затрат (издержек)

Структура затрат и их классификация показана на рис. 11.3.

Альтернативные и неальтернативные затраты. Мы уже знаем, что производственные ресурсы обладают таким свойством, как редкость, ограниченность (см. гл. 1). В восточной пословице сказано: «Нельзя быть честным и нечестным в одно и то же время, даже если это происходит в разных местах». Также и производственные ресурсы, использование которых составляет большую часть издержек производства, если они применяются в одном месте, то не могут быть одновременно использованы в другом.

Например, обучаясь на экономическом факультете, вы упускаете шанс приобрести другую специальность. В этом смысле, ис-

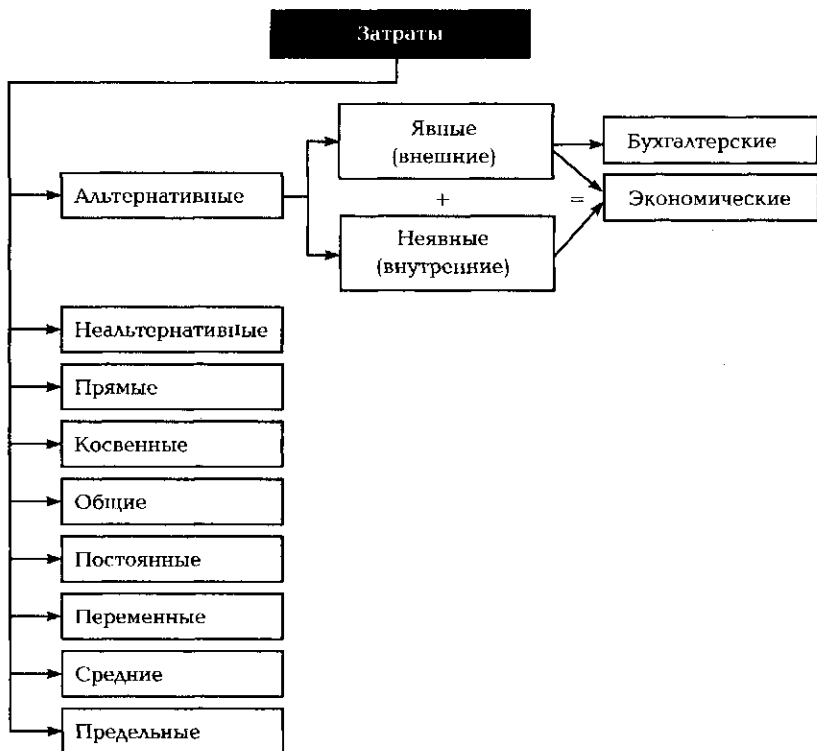


Рис. 11.3. Виды затрат

пользуя какой-нибудь ресурс, мы теряем возможность использовать этот же ресурс каким-нибудь другим образом.

Отсюда можно сделать вывод: использование ресурсов (издержки производства) — это потеря: используя ресурсы в одних целях, теряешь возможность применить их в других целях.

Альтернативные затраты — это издержки на производство товара, оцененные с точки зрения потерянной возможности применения тех же ресурсов в других целях.

Итак, если исходить из указанного аспекта, то ответ на первый основной экономический вопрос: «Что производить?» — будет следующим.

Следует производить товар, альтернативные затраты которого минимальны.

Всякие ли затраты, которые несет производитель, являются альтернативными?

Существуют такие издержки, которые необходимо нести в любом случае, независимо от выпуска продукции. Например, если вы приобрели здание в аренду, то за него необходимо постоянно вносить арендную плату, независимо от того, занимаетесь вы выпуском продукции или нет.

Поэтому не все затраты (денежные и неденежные) выступают как альтернативные издержки. При любом способе использования ресурсов не являются альтернативными издержки, которые несет производитель в безусловном порядке (он не может от них отказаться). *Эти неальтернативные затраты не участвуют в процессе экономического выбора.*

Следует отметить, что альтернативные затраты не всегда принимают форму денежных расходов.

Явные и неявные, экономические и бухгалтерские затраты. Исходя из экономических критериев все затраты можно разделить на две группы: явные и неявные.

Явные (внешние) затраты — это альтернативные издержки: стоимость услуг и факторов производства, которые используются в производственном процессе фирмы и являются покупными (приобретаются у внешних поставщиков).

Например, зарплата рабочих (плата рабочим как поставщикам фактора производства — рабочей силы); денежные затраты на покупку или плата за аренду станков, машин, оборудования, зданий, сооружений (плата поставщикам капитала); оплата транспортных расходов, коммунальные платежи (свет, газ, вода); оплата услуг банков, страхование, оплата поставщиков материальных ресурсов (сырья, полуфабрикатов, комплектующих).

Явные затраты полностью отражаются в бухгалтерском учете предприятия, поэтому их еще называют *бухгалтерскими затратами*. Они представляют собой реально произведенные платежи внешним поставщикам или условно начисленные расходы (например, амортизация), иначе именуемые внешними затратами.

Неявные (внутренние) затраты — это альтернативные издержки, связанные с использованием ресурсов, принадлежащих самой фирме, т. е. издержки, не оплачиваемые ею (используются в процессе производства и не являются покупными). Это затраты ресурсов, принадлежащих предпринимателю, не внесенные в бухгалтерскую отчетность и не ставшие явными затратами.

Неявные затраты могут быть представлены как денежные платежи, которые получила бы фирма при более выгодном использовании принадлежащих ей ресурсов; сюда относятся и «издержки упущенных возможностей» (недополученная прибыль) и др. Это неоплачиваемые фирмой издержки на собственные и самостоятельно используемые производственные ресурсы.

Таким образом, *экономические затраты* складываются из явных (бухгалтерских, внешних) затрат и неявных, или имплицитных (от англ. *implicit* — скрытый, неявный), затрат.

Например, фирма, которую предприниматель приобрел в собственность, уже не является покупным ресурсом, в связи с чем арендная плата за помещение в бухгалтерские затраты не включается. Это неявные затраты для предпринимателя. Однако денежная оценка услуг этого фактора производства должна быть включена в экономические затраты фирмы. Следовательно, экономическая прибыль окажется меньше бухгалтерской на величину упущенного дохода (возможности) от использования данного ресурса в других более выгодных целях.

Из приведенного примера видно, что при наличии у фирмы собственных, непокупных ресурсов ее бухгалтерские затраты будут меньше экономических на величину неявных затрат. Таким образом, для расчета экономических затрат работы предприятия нужно определить стоимость непокупных ресурсов в денежном выражении, а затем величину неявных затрат прибавить к величине бухгалтерских затрат.

Прямые и косвенные затраты. По способу включения затрат в себестоимость (т. е. в сумму всех расходов на производство и реализацию продукции) их можно разделить на прямые и косвенные затраты.

Прямые — это такие статьи затрат, которые на основе норм расхода могут быть прямо отнесены на себестоимость того или

иного конкретного изделия (например, затраты на вырабатываемую ГРЭС электроэнергию являются только прямыми, поскольку это единственный вид продукции, вырабатываемой на станции).

Косвенные затраты нельзя непосредственно отнести на себестоимость одного изделия, так как они связаны с производством многих изделий (например, затраты на ТЭЦ, где одновременно вырабатывается как электро-, так и теплоэнергия, нельзя отнести к прямым, поскольку производственный процесс обоих видов энергии является непрерывным. В этом случае затраты на их производство являются косвенными).

Указанное деление затрат на прямые и косвенные в ст. 318 НК РФ (Федеральный закон от 6 августа 2001 г. № 110-ФЗ) с 1 января 2002 г. производится не по принципу отношения указанных расходов к конкретным видам продукции, как в бухгалтерском учете, а на основании группировки расходов по элементам себестоимости (хотя кодекс и не оперирует понятием «себестоимость»).

К прямым расходам, согласно группировке НК РФ (ст. 318), относятся только три статьи затрат: материальные расходы; расходы на оплату труда (вместе с оплатой труда аппарата управления); амортизационные отчисления.

Все остальные расходы являются косвенными.

Постоянные и переменные затраты. В зависимости от объема выпускаемой продукции затраты в краткосрочном периоде делятся на постоянные и переменные.

Постоянные не зависят от объема выпускаемой продукции (*FC*). К ним относятся: затраты на амортизацию, заработную плату служащим (в отличие от рабочих), рекламу, арендную плату, оплату электроэнергии и т. д.

Переменные зависят от объема выпуска продукции (*VC*). Например, затраты на материалы, на заработную плату основных производственных рабочих и пр.

Если быть более точным, то указанные затраты следует назвать условно-постоянными и условно-переменными. Дело в том, что в силу тех или иных факторов даже постоянные затраты могут варьироваться (например, изменится арендная плата по сравнению с предыдущим периодом времени, возрастут накладные расходы, необходимо будет повысить зарплату служащим и т. д.). Но в течение определенного времени такие затраты остаются постоянными. Равным образом можно представить себе ситуацию, когда переменные затраты будут находиться на относительно постоянном уровне в течение того или иного временного промежутка (на-

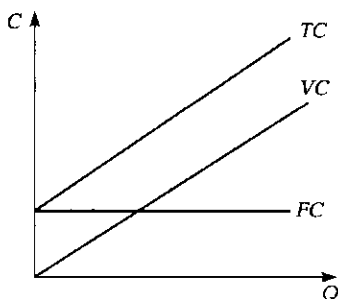


Рис. 11.4. Зависимости различных видов затрат от объема выпуска продукции

пример, при неизменных ценах на материалы и неизменном объеме выпуска продукции).

В большинстве учебных пособий, несмотря на приведенные соображения (связанные все же с анализом нетипичных ситуаций), термин «условные» обычно опускается и затраты именуются просто постоянными и переменными, чтобы подчеркнуть их различие в качественном смысле.

Постоянные затраты (издержки) имеются и при нулевом выпуске продукции (поэтому они никогда не

равны нулю). Например, несмотря на то, производится продукция или нет, все равно необходимо выплачивать арендную плату за помещение. На графике зависимости величины затрат (C) от объема выпуска продукции (Q) постоянные затраты (FC) имеют вид горизонтальной прямой, так как не связаны с выпущенной продукцией (рис. 11.4).

Поскольку переменные затраты (VC) зависят от выпуска продукции, то чем больше планируется выпустить продукции, тем больше для этого нужно произвести затрат. Если же ничего не производится, то и затраты отсутствуют.

Таким образом, величина переменных издержек находится в прямой положительной зависимости от объема выпущенной продукции и на графике (см. рис. 11.4) представляет собой кривую (для простоты приведена линейная зависимость), выходящую из начала координат.

Сумма постоянных и переменных затрат равна общим (валовым) затратам:

$$TC = FC + VC. \quad (11.2)$$

Исходя из приведенной формулы на графике кривая общих затрат (TC) строится параллельно кривой переменных затрат, однако выходит не из нуля, а из точки на оси ординат, соответствующей величине постоянных затрат. Можно также сделать вывод, что с ростом объема производства пропорционально растут и общие затраты (см. рис. 11.4).

Все рассмотренные виды затрат (FC , VC и TC) относятся ко всему выпуску продукции.

Средние затраты. Затраты, которые относятся на единицу выпущенной продукции, называются *средними затратами*. Величина средних затрат отражает, во что обходится предприятию производство каждой единицы продукции.

Средние общие затраты рассчитываются по формуле

$$ATC = TC/Q. \quad (11.3)$$

Средние постоянные затраты — это отношение постоянных затрат к объему выпуска продукции:

$$AFC = FC/Q. \quad (11.4)$$

Средние переменные затраты представляют собой отношение переменных затрат к объему выпуска продукции и рассчитываются по формуле

$$AVC = VC/Q. \quad (11.5)$$

Графически зависимости величин различных видов средних издержек от объема выпуска продукции представлены на рис. 11.5.

Из анализа данных на рис. 11.5 можно сделать выводы:

1) величина *AFC*, являющаяся отношением константы *FC* к переменной *Q* (см. формулу (11.5)), на графике представляет собой гиперболу, т. е. с увеличением объема производства доля средних постоянных издержек на единицу выпуска продукции уменьшается;

2) значение *AVC* представляет собой отношение уже двух переменных величин: *VC* и *Q* (см. формулу (11.5)). Однако переменные затраты (*VC*) практически прямо пропорционально зависят от выпуска продукции (поскольку чем больше планируется выпустить продукции, тем больше будут издержки). Поэтому зависимость *AVC* от *Q* (объема произведенной продукции) имеет вид практически прямой линии, параллельной оси абсцисс;

3) *ATC*, которая является суммой *AFC* + *AVC*, на графике имеет вид гиперболы, располагающейся практически параллельно линии *AFC*. Таким образом, как и в случае с *AFC*, доля средних общих затрат (*ATC*) на единицу продукции снижается с повышением объема производства.

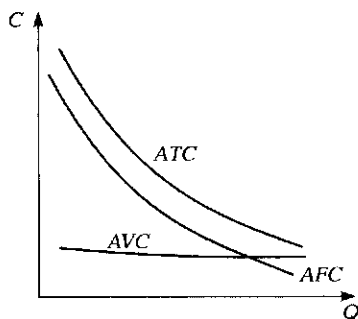


Рис. 11.5. Зависимости различных видов средних затрат от объема выпуска продукции

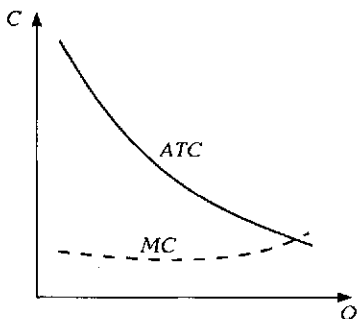


Рис. 11.6. Зависимость общих средних и предельных затрат от объема выпуска продукции

Предельные затраты. Они представляют собой изменение общих затрат фирмы в результате производства еще одной дополнительной единицы продукции.

Предельные затраты вычисляются по формуле

$$MC = \Delta TC / \Delta Q, \quad (11.6)$$

где ΔTC — изменение (прирост) общих затрат; ΔQ — изменение (прирост) объема выпускаемой продукции.

В свою очередь ΔTC и ΔQ рассчитываются как

$$\Delta TC = TC_2 - TC_1; \Delta Q = Q_2 - Q_1.$$

Отсюда

$$MC = (TC_2 - TC_1) / (Q_2 - Q_1),$$

где Q_1 — первоначальный объем выпуска и соответствующая ему величина затрат TC_1 ; Q_2 — изменившийся объем выпуска и соответствующее ему значение затрат TC_2 .

Информация о предельных затратах позволяет фирме рассчитать, выгодно ли ей производство еще одной дополнительной еди-

Таблица 11.1. Пример расчета затрат на определенный объем выпущенной продукции для гипотетической фирмы

Q	FC	VC	TC	AFC	AVC	ATC	MC
0	40	0	40	—	—	—	—
1	40	20	60	40	20	60	20
2	40	30	70	20	15	35	10
3	40	50	90	13,3	16,7	30	20
4	40	80	120	10	20	30	30
5	40	120	160	8	24	32	40

Примечание. Q — объем продукции, ед.; FC — постоянные затраты, руб.; VC — переменные затраты, руб.; TC — общие затраты, руб.; AFC — средние постоянные затраты, руб.; AVC — средние переменные затраты, руб.; ATC — средние общие затраты, руб.; MC — предельные затраты, руб.

ницы продукции или нет. Иными словами, предельные затраты представляют собой важный экономический параметр, который может определять стратегию развития производства.

На рис. 11.6 представлены зависимости величин средних общих затрат (ATC) и предельных (MC) затрат от количества выпущенной продукции.

Из анализа кривых, представленных на рис. 11.6, можно сделать следующий вывод: если средние общие затраты (ATC) при увеличении объема выпуска продукции монотонно снижаются, то соответствующая зависимость для параметра предельных затрат (MC) имеет более сложный характер. С повышением количества выпущенной продукции значение MC сначала плавно снижается, а затем круто возрастает, пересекая кривую ATC в точке, близкой к ее минимуму (согласно математическому закону соотношения средних и предельных величин).

В табл. 11.1 приведен пример расчета затрат на определенный объем выпущенной продукции.

11.4. Пути снижения себестоимости

Снижение себестоимости прежде всего отражается на прибыльности производства, т.е. на увеличении дохода, что может быть достигнуто за счет сокращения материальных затрат, расходов на оплату труда, накладных расходов на единицу продукции и на производство в целом.

Существуют две группы факторов, способствующих снижению себестоимости продукции.

Первая группа включает сокращение преимущественно постоянных и переменных затрат.

1. Уменьшение потребления сырья и материалов. Снижение материалоемкости (переменных затрат) продукции обусловлено:

сокращением расхода сырья и материалов на единицу продукции;

повышением качества сырья и материалов (например, если они содержат большой процент брака, то ясно, что их потребуется большее количество);

применением малоотходных и безотходных технологий;

снижением потерь от брака при производстве конечной продукции и т.д.

2. Снижение себестоимости за счет фонда оплаты труда. Этот путь зависит от роста производительности труда отдельного ра-

ботника (например, за счет повышения его квалификации), а также от автоматизации и механизации технологических процессов. Каждый из приведенных факторов является предпосылкой для снижения численности персонала.

3. Уменьшение расходов на содержание основных фондов. Этот резерв осуществляется за счет консервации основных фондов, передачи их в долгосрочную аренду, списания неиспользуемых зданий, машин и др. Кроме того, более бережная эксплуатация и качественное обслуживание имеющегося оборудования могут обуславливать снижение расходов на его содержание и эксплуатацию.

4. Сокращение накладных расходов. Например, за счет экономии электроэнергии, используемой на освещение зданий, потребляемой воды, более жесткое использование средств, направляемых на хозяйственные и канцелярские нужды, и т. п.

5. Разумное сокращение аппарата управления.

Вторая группа связана главным образом с развитием НТП и внедрением НОТ.

1. Более широкое использование достижений НТП. Переход на качественно новые технологические процессы производства, использование самых современных видов материалов и более экономичного оборудования будут способствовать резкому снижению потребления топливно-энергетических и сырьевых ресурсов.

2. Совершенствование организации производства и труда на основе НОТ. Вкупе с качественным совершенствованием управления производством подобные мероприятия могут обеспечить повышение производительности труда за счет его лучшей научной организации, сократить потери рабочего времени, привести к экономии живого труда.

3. Специализация и концентрация производства. Как правило, если фирма специализируется на выпуске относительно однородной высокотехнологичной продукции (телевизоры, компьютеры и т. п.), то себестоимость ее товаров ниже, чем у предприятий, выпускающих не только эти, но и другие виды товаров. Важную роль в данном случае играет и концентрация достаточно однородных производственных мощностей, необходимых для подобного рода узкоспециализированного производства.

Четкие границы между некоторыми мероприятиями, включенными нами в две различные рассмотренные группы, иной раз провести трудно. Так, автоматизация и механизация могут осуществляться как для выполнения более узкой задачи по снижению расходов предприятия на фонд оплаты труда, так и в рамках

внедрения достижений НТП. Сходным образом освоение качественно новых видов материалов и сырья может быть нацелено на снижение материалоемкости продукции, а может быть и следствием перехода предприятия на современные производственные технологии.

Главным, однако, остается то, что обе группы вышеперечисленных факторов приводят к повышению производительности труда, что отражается на эффективности производства и в конечном счете снижает себестоимость продукции.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Что такое издержки?
2. Что такое валовая продукция?
3. Чем товарная продукция отличается от реализованной?
4. Перечислите виды себестоимости по видам продукции.
5. Перечислите виды себестоимости по степени нарастания затрат.
6. Перечислите экономические элементы затрат.
7. Что такое альтернативные затраты?
8. Все ли затраты являются альтернативными?
9. Что такое явные и неявные затраты?
10. Какие затраты относятся к бухгалтерским?
11. Какие затраты входят в экономические?
12. Как делятся затраты в зависимости от объема выпускаемой продукции?
13. Как делятся затраты по способу включения их в себестоимость?
14. Чему равна сумма постоянных и переменных затрат?
15. Как называются затраты, относящиеся на единицу выпуска продукции?
16. Перечислите все виды средних затрат.
17. Что такое предельные затраты?
18. Назовите основные пути снижения себестоимости.

Глава 12. ДОХОД, ПРИБЫЛЬ И РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ

12.1. Доход предприятия и его виды

Цель каждого предпринимателя — получение максимальной прибыли. Прежде всего это связано с тем доходом, который образуется от реализации продукции по ценам, складывающимся на основе спроса и предложения. Таким образом, выходя на рынок со своим товаром, предприниматель рассчитывает иметь определенную денежную выручку (доход). Выделяют три вида дохода (выручки): валовой, средний и предельный.

Валовой доход — это денежная сумма, получаемая продавцом при продаже определенного количества товара. Он определяется по формуле

$$TR = Pq, \quad (12.1)$$

где P — цена за единицу товара; q — количество проданного товара.

Средняя выручка представляет собой доход, приходящийся на единицу проданного товара, и рассчитывается по формуле

$$AR = TR/q, \quad (12.2)$$

Предельный доход — это прирост выручки, получаемый продавцом при продаже дополнительной единицы товара. Расчет производится в соответствии с формулой

$$MR = \Delta TR/\Delta q, \quad (12.3)$$

где ΔTR — прирост дохода при продаже еще одной единицы продукции; Δq — прирост товара (выпуск дополнительной единицы товара).

Обычно прирост Δq принимается равным единице.

Изменение как величины, так и соотношения различных видов выручки зависит от типа рынка, на котором функционирует данное предприятие. На реальном рынке одними из факторов, определяющих цену на товар, являются как тип этого рынка, так и конкретные действия продавца на нем. Однако в условиях чистой конкуренции (идеальная модель свободного рынка, см. гл. 2) цена товара не зависит от поведения отдельного продавца ($P = \text{const}$).

Таблица 12.1. Пример расчета различных видов выручки в зависимости от количества проданной продукции в условиях идеальной модели свободного рынка

Количество проданной продукции q , шт.	Цена P , руб.	Средняя выручка AR , руб.	Валовая выручка TR , руб.	Предельная выручка MR , руб.
0	50	0	0	50
1	50	50	50	50
2	50	50	100	50
3	50	50	150	50
4	50	50	200	50
5	50	50	250	50
6	50	50	300	50
7	50	50	350	50
8	50	50	400	50
9	50	50	450	50
10	50	50	500	50

Из последнего факта вытекают несколько следствий.

Следствие 1. Валовая выручка продавца в условиях чистой конкуренции прямо пропорциональна количеству проданного им товара.

Следствие 2. Средняя выручка в условиях чистой конкуренции есть цена товара ($AR = P$).

Следствие 3. Предельная выручка в условиях чистой конкуренции также равна цене товара ($MR = P$).

Достоверность указанных следствий можно проверить на примере (табл. 12.1).

12.2. Понятие прибыли. Источники получения прибыли

Прибыль как мера эффективности работы предприятия. В условиях рыночных отношений предприятие должно стремиться к получению если не максимальной прибыли, то по крайней мере

к тому ее объему, который позволил бы предприятию не только прочно удерживать свои позиции на рынке, но и обеспечивал бы динамичное развитие его производства в условиях конкуренции.

Для того чтобы знать, получена ли в результате деятельности предприятия прибыль, необходимо сопоставить выручку с затратами на производство и реализацию, которые принимают форму себестоимости продукции.

Таким образом, *прибыль* — это разница между доходом и затратами.

Если выручка превышает затраты, это говорит о том, что предприятие получает прибыль.

Если выручка равна затратам, то прибыль равна нулю и окупаются только затраты на производство и реализацию продукции.

При затратах, превышающих выручку, предприятие несет убытки, что в дальнейшем может привести его к банкротству.

В наглядном виде это можно выразить совокупностью следующих уравнений:

$$\begin{aligned} +\Pi &= D - Z, \text{ если } D > Z; \\ \Pi &= 0, \text{ если } D = Z; \\ -\Pi &= D - Z, \text{ если } D < Z, \end{aligned} \quad (12.4)$$

где D — доходы (выручка); Z — затраты (издержки); $+\Pi$ — положительная прибыль; $-\Pi$ — отрицательная прибыль (убытки); Π — отсутствие прибыли (нулевая прибыль).

Источники получения прибыли. Получение прибыли предполагает наличие информации о способах формирования прибыли и методах их наилучшего использования.

Как свидетельствует мировая практика, в условиях рыночных отношений имеются три основных источника получения прибыли.

Первый источник образуется за счет *монопольного положения* предприятия по выпуску той или иной продукции и (или) уникальности производимого продукта. Поддержание данного источника на относительно высоком уровне, как правило, предполагает обновление продукции. Хотя может сложиться и такая исключительная ситуация, когда производитель имеет монопольное положение на добычу определенного сырья, недоступного для других предпринимателей. В этом случае продукцию, изготавливаемую из подобного сырья, можно будет производить одну и ту же неизменно из года в год и соответственно устанавливать на нее свои цены. Однако любому монополисту необходимо учитывать растущую конкуренцию со стороны других предпринимателей, причем даже в приведенном исключительном случае (кон-

куренты могут организовать поиск необходимого сырья в других регионах). Кроме того, для ограничения монопольного положения предприятий существует целый ряд законов в рамках антимонопольной политики государства.

Второй источник непосредственно связан с производственной и предпринимательской деятельностью. Практически он касается всех предприятий. Эффективность использования этого источника зависит от знания постоянно меняющейся конъюнктуры рынка и умения адаптировать к ней развитие производства. В основном все сводится к проведению соответствующих *маркетинговых исследований*¹. Величина прибыли в данном случае зависит, во-первых, от адекватного выбора производственной направленности предприятия (изготовление продукции, пользующейся стабильным и высоким спросом); во-вторых — от создания конкурентоспособных условий продажи своих товаров и оказываемых услуг (цена, сроки поставки, обслуживание покупателей, послепродажное обслуживание и т.д.); в-третьих — от объемов производства продукции (чем больше объем производства, тем больше масса прибыли); в-четвертых — от снижения затрат производства.

Третий источник обусловлен *инновационной деятельностью* предприятия, которая предполагает постоянное качественное обновление выпускаемой продукции, что обеспечивает ее конкурентоспособность, приводит к росту объемов реализации и соответственно увеличивает массу прибыли.

Бухгалтерская и экономическая прибыль. *Бухгалтерская прибыль* — это разница между выручкой от реализации продукции и денежными (явными, бухгалтерскими) затратами.

Иными словами, для бухгалтеров прибыль — это то, что остается от общей выручки фирмы после выплат стоимости материалов, капитала и труда, которые были использованы данной фирмой. Подобная трактовка прибыли включает только явные затраты — платежи фирмы внешним поставщикам.

Однако такая прибыль неполно отражает эффективность предпринимательской деятельности. Действительно, когда капитал принадлежит какому-то лицу (или лицам), возникает вопрос: а не понесла ли фирма убытки в результате неэффективного использования собственного капитала по сравнению с альтернативными вариантами? Может быть, если бы деньги были вложены в другие

¹ Маркетинговые исследования определяют, какие товары и в каком количестве следует производить, как выгоднее и быстрее продать товар с наименьшим риском, оптимальными затратами и максимально возможной прибылью.

отрасли, они принесли бы большой доход? Другими словами, для расчета экономической прибыли необходимо учесть и неявные издержки производителя, в которые входят и альтернативные варианты использования факторов производства. К примеру, предприниматель мог бы свернуть производство, а образовавшийся капитал вложить в банк под проценты. Равным образом освободившийся участок земли пошел бы под сдачу в аренду. Соответственно сократились бы (или бы вовсе исчезли) расходы на управление. Все это были бы альтернативные варианты использования факторов производства. И не получилось бы так, что в результате предприниматель остался бы в выгоде? Бухгалтерская же прибыль не учитывает неявные затраты.

Отсюда следует вывод, что для расчета экономической прибыли из величины бухгалтерской прибыли необходимо вычесть процентный доход на капитал, установленный в данный момент рынком капиталов, ренту за землю и арендную плату за помещение, расходы на управление и др. Если в результате остается прибыль, то она является экономической.

Экономическая прибыль — это разница между выручкой от реализации продукции и суммой явных и неявных (экономических) затрат.

Если экономическая прибыль будет равна нулю, то это означает, что фирма использует свои ресурсы с минимально допустимой эффективностью, достаточной только для того, чтобы удержаться в данной отрасли. Из положительной величины экономической прибыли следует, что в данной отрасли на конкретном производстве труд, капитал, земля и предпринимательская способность (факторы производства) в данный момент дают больший эффект, чем минимально допустимый, а фирма имеет стабильное положение на рынке.

12.3. Формирование прибыли на предприятии

Формирование и распределение прибыли приведены на рис. 12.1.

Основную часть прибыли организации получают от реализации готовой продукции (работ и услуг).

1. *Прибыль (убыток) от реализации продукции (работ, услуг)* — это финансовый результат, полученный от основной деятельности предприятия. Он равен разнице между выручкой от реализации

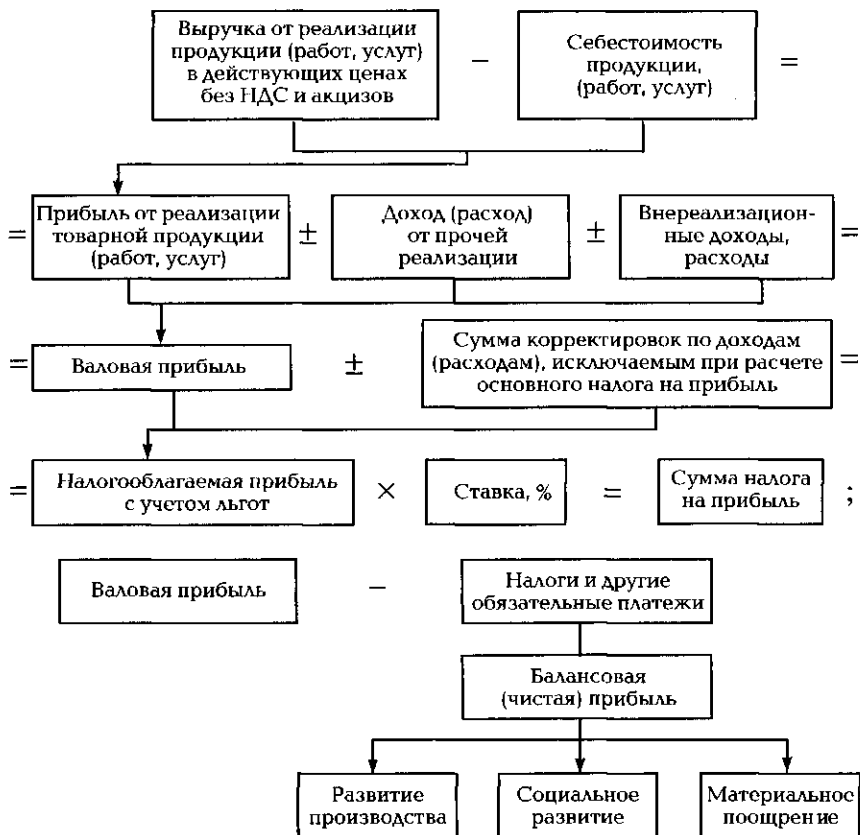


Рис. 12.1. Формирование и распределение прибыли

продукции (работ, услуг) в действующих ценах и затратами на ее производство и реализацию без учета налогов.

Выручка, как уже сказано выше, принимается в расчет без налога НДС и акцизов¹, которые, являясь косвенными налогами, поступают в бюджет. Из выручки также исключается сумма наценок (скидок), поступающая торговым и снабженческо-сбытовым предприятиям, участвующим в сбыте продукции. При этом денежные поступления, связанные с выбытием основных средств, матери-

¹ Акциз — это косвенный налог, включаемый в цену товара и оплачиваемый покупателем. Акцизом облагаются вино-водочные и табачные изделия, предмеры роскоши и т. п.

альных (оборотных) и нематериальных активов, продажная стоимость валютных ценностей, ценных бумаг не включаются в состав выручки.

Состав затрат на производство и реализацию продукции (работ, услуг), включаемых в себестоимость, регулируется законодательно. Затраты, образующие себестоимость, группируются по элементам (см. гл. 11).

Конечным финансовым результатом хозяйственной деятельности предприятия является валовая прибыль.

2. *Валовая прибыль (убытки)* — это сумма прибылей (убытков) предприятия как от реализации продукции, так и доходов (расходов), не связанных с ее производством и реализацией.

Рассмотрим подробно все составные части валовой прибыли. Валовая прибыль (убытки) включает три главных комплексных элемента:

- 1) доходы (расходы) от реализации продукции, выполнения работ, оказания услуг;
- 2) доходы (расходы) от реализации основных средств и иного имущества, а также их выбывание вследствие каких-либо причин;
- 3) финансовые результаты от внереализационных операций.

Доходы (расходы) от реализации продукции (работ, услуг) характеризуют чистый доход, созданный на предприятии. Остальные элементы валовой прибыли отражают в основном перераспределение ранее созданных доходов.

Доходы (расходы) от реализации основных средств и иного имущества, а также их выбывание вследствие каких-либо причин — это доходы (расходы) от прочей реализации, не связанные с основными видами деятельности предприятия.

Сюда относится продажа на сторону различных видов имущества, числящегося на балансе предприятия. Поскольку предприятие самостоятельно распоряжается своим имуществом, оно вправе списывать, продавать, ликвидировать, передавать в уставный капитал других предприятий здания, сооружения, оборудование и другие основные фонды, материальные ценности, полученные в процессе сноса и разборки зданий и сооружений, нематериальные активы (патенты, торговые марки и т.д.). Возможно выбывание недоамортизированных основных средств от иных причин.

Финансовые результаты от внереализационных операций — это доходы (расходы) по операциям различного характера, не относящимся к основной деятельности предприятия и не связанным с реализацией продукции, основных средств, иного имущества, выполнением работ, оказанием услуг. Финансовый результат

определяется как доходы (расходы) за вычетом расходов по вне-реализационным операциям.

Перечень внереализационных доходов (расходов) предприятия разнороден и довольно обширен. Значительный удельный вес могут составлять доходы от долгосрочных и краткосрочных финансовых вложений и доходы от сдачи имущества в аренду, от приобретения акций и других ценных бумаг, сальдо полученных и уплаченных штрафов, пени, неустоек и др.

Внереализационные доходы включают:

- долгосрочные и краткосрочные финансовые вложения;
- активы, полученные безвозмездно, в том числе по договору дарения;
- прибыль прошлых лет, выявленная в отчетном году;
- суммы кредиторской и депонентской задолженности, по которым истек срок исковой давности;
- доходы от сдачи имущества в аренду;
- доходы от приобретения акций и других ценных бумаг;
- доходы от операций купли-продажи иностранной валюты;
- результаты использования не по целевому назначению имущества, работ и услуг (например, полученных в рамках благотворительной деятельности);
- положительную разницу от полученных и уплаченных штрафов, пени, неустоек;
- прочие внереализационные доходы.

К внереализационным расходам и потерям относятся:

- убытки по операциям прошлых лет, выявленные в отчетном году, от уценки товаров, от списания безнадежной дебиторской задолженности;
- недостача материальных ценностей, выявленная при инвентаризации;
- затраты по аннулированным производственным заказам и на производство, не давшее продукции, исключая потери, возмещаемые заказчиками;
- отрицательные курсовые разницы по валютным счетам и операциям в иностранной валюте;
- затраты на содержание законсервированных производственных мощностей и объектов, за исключением затрат, возмещаемых из других источников;
- судебные издержки, арбитражные сборы и т. п.;
- некомпенсируемые потери от стихийных бедствий, пожаров, аварий с учетом затрат по предотвращению или ликвидации их последствий и др.;

- штрафы, пени, неустойки за нарушение условий договоров;
- прочие внереализационные расходы.

3. *Налогооблагаемая прибыль с учетом льгот* может быть меньше либо больше валовой прибыли на сумму корректировок по доходам, исключаемым при расчете основного налога на прибыль.

В настоящее время налог на прибыль составляет 20 %.

4. *Балансовая (чистая, нераспределенная) прибыль* получается вследствие вычета налогов и других обязательных платежей из валовой прибыли. Оставшаяся часть представляет собой балансовую прибыль, которая полностью поступает в распоряжение предприятия. Величина прибыли предприятия, оставшейся в его распоряжении после уплаты налогов (т. е. чистая прибыль), не должна снижать заинтересованности предприятия в росте объема производства и улучшении результатов производственно-хозяйственной деятельности предприятия.

12.4. Распределение прибыли предприятия

Объектом распределения прибыли, как уже сказано выше, является балансовая (чистая) прибыль предприятия, т. е. прибыль, оставшаяся в распоряжении предприятия после уплаты налогов и других обязательных платежей. Ранее эти средства были строго целенаправлены на два фонда: 1) фонд накопления; 2) фонд потребления. В настоящее время определение направлений расходования чистой прибыли находится в компетенции предприятия.

В современных условиях хозяйствования государство не устанавливает каких-либо нормативов распределения прибыли.

Балансовая прибыль может быть распределена следующим образом: начисление дивидендов, распределение в резервный фонд, покрытие убытков и др.

Прибыль может быть распределена на развитие производства и социальное развитие, а также на материальное поощрение.

К расходам, связанным с *развитием производства*, относятся: расходы на научно-исследовательские, проектные, конструкторские и технологические работы, разработку и освоение новых видов продукции и технологических процессов, модернизацию оборудования, затраты, связанные с техническим перевооружением и реконструкцией действующего производства, расширением предприятий, расходы по погашению долгосрочных ссуд банков и др.

Распределение прибыли на *социальные нужды* включает расходы по эксплуатации социально-бытовых объектов, находящихся

на балансе предприятия, финансирование строительства объектов непромышленного назначения, развитие подсобного сельского хозяйства, проведение оздоровительных, культурно-массовых мероприятий и т. п.

К затратам на *материальное поощрение* относятся: единовременные поощрения за выполнение особо важных производственных заданий, выплата премий, оказание помощи рабочим и служащим, единовременные пособия ветеранам труда, уходящим на пенсию, надбавки к пенсиям, компенсации работникам вследствие удорожания стоимости питания из-за повышения цен и др.

Наличие нераспределенной прибыли, использованной на развитие производства за последний год, а также нераспределенной прибыли прошлых лет свидетельствует о финансовой устойчивости предприятия, что является важной предпосылкой для последующего развития производства.

12.5. Рентабельность работы предприятия

Об эффективности работы предприятия недостаточно судить только по одному показателю — прибыли. Например, две фирмы получают одинаковую прибыль, но при этом по-разному используют имеющиеся у них производственные фонды и затраты. Значит ли это, что обе фирмы работают одинаково эффективно? Нет. Для более правильной оценки необходимо сопоставить полученный результат в виде прибыли с понесенными затратами. Такое соотношение прибыли с затратами называется *рентабельностью*, или, более точно, *нормой рентабельности*.

Известны два варианта определения нормы рентабельности.

Отношение прибыли к текущим затратам — издержкам предприятия (себестоимости), выражаемое в процентах. Определяется по формуле

$$R = (\Pi / Z) 100, \quad (12.5)$$

где R — рентабельность; Π — прибыль; Z — затраты.

Отношение прибыли к среднегодовой стоимости основных производственных фондов и оборотных средств, также выражаемое в процентах. Определяется по формуле

$$R = [\Pi / (C_{о.ф} + C_{об})] 100, \quad (12.6)$$

где $C_{о.ф}$ — среднегодовая стоимость основных фондов; $C_{об}$ — стоимость оборотных средств.

Используются следующие показатели рентабельности.

1. *Рентабельность производственных фондов.* Рассчитывается как отношение балансовой прибыли к среднегодовой стоимости основных производственных фондов и нормируемых оборотных средств (см. формулу (12.6)). Этот показатель можно рассчитывать и по чистой прибыли.

2. *Рентабельность продукции.* Рассчитывается по всей реализованной продукции и по отдельным ее видам.

Рентабельность всей реализованной продукции определяется как отношение прибыли от реализации товарной продукции к ее полной себестоимости (см. формулу (12.5)). Этот показатель также может рассчитываться как по балансовой, так и по чистой прибыли. Он позволяет судить об эффективности текущих затрат предприятия и доходности реализуемой продукции.

Рентабельность отдельных видов продукции рассчитывается аналогичным образом, в связи с чем этот показатель зависит от цены, по которой реализуется данная продукция, и ее себестоимости.

3. *Рентабельность вложений в предприятие.* Определяется по стоимости имущества, имеющегося в его распоряжении. При расчете используются показатели балансовой и чистой прибыли. Стоимость имущества определяется по бухгалтерскому балансу (отражающему состояние ресурсов в денежном виде). Кроме прибыли, при расчете рентабельности вложений можно использовать выручку от реализации продукции. Этот показатель характеризует уровень продаж на 1 руб. вложений в имущество предприятия.

4. *Рентабельность собственных средств предприятия.* Определяется как отношение чистой прибыли к его собственным средствам.

5. *Рентабельность долгосрочных финансовых вложений.* Рассчитывается как отношение суммы доходов от ценных бумаг и долевого участия в других предприятиях к общему объему долгосрочных финансовых вложений.

Повышения уровня рентабельности можно добиться следующими путями:

- увеличением оптовых цен в результате повышения качества продукции;
- снижением себестоимости продукции (для материалоемких отраслей промышленности — за счет экономии материальных ресурсов; для трудоемких — за счет роста производительности труда; для фондоемких — путем улучшения использования основных производственных фондов, а для энергоемких — путем экономии топлива, электроэнергии и т. д.);

- увеличением объема производства за счет внутрипроизводственных резервов без привлечения дополнительных капитальных вложений для расширения производства;
- переходом к выпуску более конкурентоспособной продукции, что приведет к увеличению прибыли и соответственно к повышению уровня рентабельности;
- улучшением использования основных производственных фондов и оборотных средств. Так как их стоимость находится в обратно пропорциональной зависимости от рентабельности, то сокращение производственных фондов ведет не только к увеличению последней, но и к росту прибыли.

В заключение следует отметить, что норма рентабельности (или просто рентабельность) — очень важный экономический показатель функционирования предприятия любой формы собственности и размера. Поэтому повышение рентабельности — одна из главных целей, к которым стремится каждый производитель.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Перечислите виды дохода и дайте им определения.
2. При каком условии цена товара не зависит от поведения отдельного продавца на таком рынке?
3. Что такое прибыль? Назовите источники получения прибыли.
4. Чем отличается экономическая прибыль от бухгалтерской?
5. Перечислите основные факторы, влияющие на прибыль.
6. Как формируется и распределяется прибыль на предприятии? Назовите виды прибыли. Какая прибыль идет в распоряжение предприятия?
7. Может ли прибыль от реализации продукции равняться валовой прибыли?
8. Что такое рентабельность? Перечислите показатели рентабельности.
9. Каковы пути повышения уровня рентабельности?

Глава 13. ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ

13.1. Цена в современной экономике

В условиях рыночной экономики успешная реализация товаров и соответственно получение прибыли зависят от того, насколько правильно установлена цена на продукцию. Применительно к товарному рынку *цена — это денежное выражение стоимости товара*.

Как же устанавливается цена на товар? В первую очередь, она должна отражать предпочтение покупателей. Однако если цена будет слишком низкой, то могут не окупиться затраты на товар, и наоборот, слишком высокая цена способна отпугнуть покупателей, и они просто не купят товар или же купят, но в меньшем объеме.

В целом снижение цен происходит:

- из-за нежелания покупателей приобретать данный товар;
- превышения предложения над спросом;
- срочной необходимости продажи товара;
- роста производительности труда, необходимого для изготовления данного товара (при неизменных доходах покупателей);
- государственных мер (например, антимонопольная политика; увеличение банковских ставок, когда становится выгоднее держать деньги в банке, чем покупать товары).

В свою очередь, рост цен также вызывается рядом причин:

- низкой эффективностью использования имеющихся фондов и ресурсов (сырья, производственных мощностей, земли, трудовых ресурсов);
- превышением спроса над предложением;
- более быстрым ростом заработной платы по сравнению с увеличением производительности труда по производству товаров и услуг;
- ажиотажным спросом, вызванным отсутствием достаточного резерва товаров и главное — неуверенностью потребителя в завтрашнем дне;
- искусственным завышением цен на рынке (из-за спекуляции, подавления конкуренции, монополизма).

Цена как тактическое средство для извлечения прибыли имеет для предприятия целый ряд преимуществ по сравнению с другими путями, ведущими к этой же главной цели производства.

Во-первых, в отличие от большинства методов, применяемых для стимулирования спроса, использование цены не требует дополнительных денежных расходов, как это имеет место при проведении рекламных мероприятий, продвижении товара на рынок, переходе к выпуску продукции, изготовление которой еще не освоено другими предпринимателями (индивидуализация продукта), и т. д.

Во-вторых, соответствующая цена на товар привлекает потребителя в гораздо большей степени, чем его реклама, красочность упаковки и т. п.

В-третьих, даже в тех случаях, когда другие методы стимулирования продажи товара (организация предпраздничных распродаж и усиленная реклама) являются основными, цена всегда используется как мощное средство их поддержки.

13.2. Стратегии ценообразования

Существует множество различных стратегий ценообразования.

1. *Стратегия высоких цен* (так называемая политика снятия сливок — *skimming pricing*) предусматривает первоначальную продажу продукции по ценам, которые значительно выше издержек производства, а затем следует снижение цен. Это относится к товарам-новинкам, защищенным патентами. Подобная стратегия возможна в условиях повышенного уровня текущего спроса, восприятия потребителем высокой цены как свидетельства высокого качества товара и др.

2. *Стратегия низких цен* (или стратегия «проникновения» на рынок). Осуществляется в целях стимулирования спроса (например, на персональные компьютеры не последних марок). Эффективна на рынках с большим объемом производства и высокой эластичностью спроса, когда покупатели реагируют на снижение цен резким увеличением спроса. За счет массового производства фирма способна выдержать низкий уровень цен.

3. *Стратегия дифференцированных цен* заключается в установлении цен в сочетании со всевозможными скидками и надбавками к их среднему уровню для различных рынков. Таким образом, для отдельных рыночных сегментов (ближе или дальше от центра го-

рода и др.) и для индивидуальных покупателей (или групп покупателей) устанавливаются дифференцированные скидки и надбавки. Дифференцирование цен для различных категорий потребителей называется диверсификацией цен.

4. *Стратегия льготных цен* направлена на работу с покупателями, в которых заинтересована фирма (оптовиками, постоянными клиентами, собственными сотрудниками и др.). Предлагая покупателям товар по льготной цене, фирма преследует собственные выгоды.

5. *Стратегия гибких, эластичных цен.* Цена устанавливается в зависимости от потенциальной покупательской способности потребителя (множество примеров подобного рода мы видим ныне на розничных и мелкооптовых рынках).

6. *Стратегия стабильных, стандартных, неизменных цен.* Как правило, характерна для цен, устанавливаемых государством.

7. *Стратегия неокругленных цен,* при которой товар предлагается не за 100, а за 99 руб. 66 коп. В этом случае массовый покупатель склонен рассматривать подобную цену как низкую или же как доказательство ее точной обоснованности путем тщательного расчета фирмой-производителем.

8. *Стратегия цен массовых закупок.* Оптовые цены, и особенно цены на крупные партии товаров, как правило, ниже (иной раз — значительно), чем розничные.

9. *Стратегия тесного увязывания уровня цен с качеством товара* и др.

13.3. Этапы ценообразования

При разработке ценовой политики и расчете цены применяются в основном последовательность действий, приведенную на рис. 13.1.

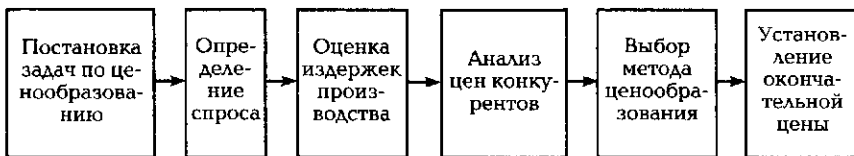


Рис. 13.1. Последовательность действий при разработке ценовой политики и расчете цены (на примере компаний США)

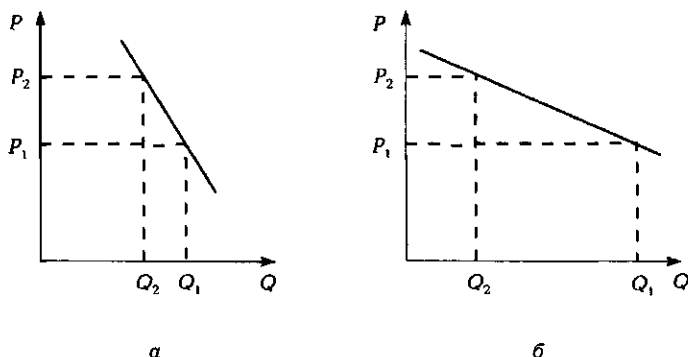


Рис. 13.2. Товары, приобретенные в течение определенного периода:
а — неэластичный спрос; б — эластичный спрос

Рассмотрим подробнее каждый из этапов представленной схемы.

Этап 1. При постановке задач по ценообразованию следует исходить из положения: какую роль предприятие отводит цене в своей коммерческой работе. Как известно, цена выполняет ряд функций. Помимо того что она является важнейшим фактором, определяющим величину прибыли, цена рассматривается и как средство стимулирования спроса. Иными словами, на этом этапе происходит осмысление назначения цены, выработка ценовой политики предприятия, которая основывается, с одной стороны, на его возможностях, а с другой — на выявлении спроса на продукцию этого предприятия.

Этап 2. При определении спроса на товары, выпускаемые фирмой, необходимо проанализировать факторы, воздействующие на спрос. Дело в том, что на цену товара влияют количество производителей, предлагающих аналогичную продукцию, а также сила традиций, привычки покупателей и т. д. Иными словами, здесь мы имеем дело с так называемым эластичным или неэластичным спросом (рис. 13.2).

Из графиков, представленных на рис. 13.2, следует, что при эластичном спросе даже после небольшого изменения цены спрос увеличивается больше, чем при неэластичном. Как правило, неэластичным спросом пользуются предметы первой необходимости (хлеб, соль, мыло и т. п.).

Этап 3. При оценке издержек производства на продукцию, выпускаемую предприятием, необходимо исходить из сравнения

их со среднеотраслевыми издержками (себестоимостью) на аналогичную продукцию, которые рассчитываются как средневзвешенная величина индивидуальных затрат предприятий.

Такой подход обусловлен тем, что рыночная цена на одноименную продукцию отражает сумму средних общественных издержек производства и средней нормы прибыли на эти товары. Последняя в силу различий между предприятиями в фондовооруженности, фондоемкости, техническом строении капитала отлична для каждой группы товаров, для каждой отрасли. Отсюда следует, что те предприятия, у которых издержки производства равны общественным издержкам или ниже их, получают прибыль. В противном случае они теряют часть индивидуальной стоимости произведенного товара и в конечном итоге разоряются. Это означает, что величина издержек производства для предприятия является нижним пределом устанавливаемого уровня цены, ниже которого продажа продукции будет убыточна. Верхним же пределом является рыночная цена, формирующаяся, с одной стороны, под воздействием спроса и предложения, а с другой — вследствие конкуренции со стороны производителей аналогичных товаров.

Эта п. 4. При анализе цен конкурентов следует обратить внимание на систему скидок, которые они предоставляют. Известны около 20 видов скидок с цены. Приведем только основные из них:

- общая (простая) скидка — с прейскурантной и справочной цены;
- сезонные скидки, которые позволяют поддерживать более стабильный уровень производства в течение всего года;
- при покупке за наличные деньги получают так называемую скидку «сконто». К примеру, формулировка «5/30, нетто 100» означает, что оплата должна быть произведена в течение 100 дней, но покупатель заплатит на 5 % меньше, если он оплатит стоимость товара в течение 30 дней;
- бонусные скидки за оборот даются постоянным покупателям в зависимости от оборота продаж на основании специальной договоренности;
- прогрессивные скидки предоставляются покупателю за количество, объем покупки, серийность. Серийные заказы представляют интерес для производителя, поскольку при изготовлении однотипного товара снижаются издержки производства;
- товарообменный зачет или скидка предоставляются за возврат старого, ранее купленного у данной фирмы товара;
- экспортная скидка при продаже товара на экспорт. Цель — повышение конкурентоспособности товара на внешнем рынке;

- функциональные скидки (скидки в сфере торговли) предоставляются производителем службам товародвижения за выполнение определенных функций (продажа, хранение, ведение учета товара);
- специальные скидки даются привилегированным покупателям, в заказах которых продавцы наиболее заинтересованы. Сюда же включаются скидки за регулярность и устойчивость заказов для поддержания постоянной клиентуры;
- скрытые скидки даются покупателю в виде льготных или беспроцентных кредитов путем предоставления бесплатных услуг или образцов. Цель — первичное ознакомление с товаром (услугами), следствием чего могут быть последующие крупные приобретения или закупки продукции и услуг фирмы;
- конфиденциальные скидки, не подлежащие фиксированию в контрактах, а реализуемые на основе устной договоренности.

Наценки встречаются реже. Они предоставляются за повышенное качество товара, за дополнительные сервисные услуги, расщотку платежа, индивидуальный заказ и др.

Эта п 5. Выбор метода ценообразования широк. Вышеприведенный анализ спроса на товары, оценка возможных издержек производства и возможных конкурентов вкупе с достаточно гибкой системой предоставления как скидок, так и наценок на товары и услуги значительно расширяют спектр применения различных тактик установления цен. В результате, выходя на рынок, производитель использует наиболее адекватную из них. В одних случаях более выгоден метод «снятия сливок», в других — проникновение на рынок путем установления первоначально низкой цены на товар. Иными словами, выбор метода ценообразования и в конечном итоге установление окончательной цены определяются всей цепочкой предыдущих аналитических исследований (см. рис. 13.1).

13.4. Виды цен

В современной экономике цены объединяются в единую систему.

Система цен — это единая, упорядоченная совокупность различных видов цен, обслуживающих и регулирующих экономические взаимоотношения участников рынка.

Каждый блок цен и каждая отдельная цена, являясь частью общей системы, несут строго определенную экономическую нагрузку. Различают шесть групп цен (рис. 13.3).

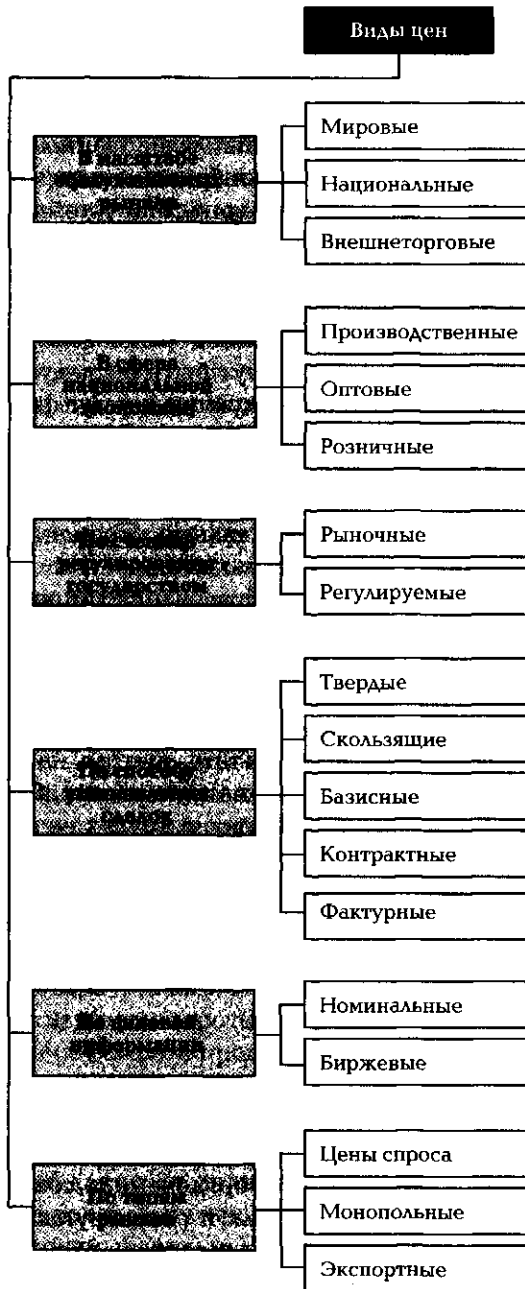


Рис. 13.3. Классификация цен

1. В масштабе обслуживаемых рынков:

- мировые цены — формирующиеся на международном рынке в целом;
- внутренние цены, которые наиболее полно отражают конъюнктуру товаров и услуг на внутреннем рынке страны;
- внешнеторговые цены — обслуживают обороты импортируемой и экспортируемой продукции.

2. В сфере национальной экономики:

- на производственные цены, по которым производители поставляют товар оптовым торговцам крупными партиями. Подобная цена равна сумме всех производственных и маркетинговых издержек плюс ожидаемая прибыль. В странах с развитой экономикой производственная цена составляет от 40 до 60 % розничной;
- оптовые цены — это цены, по которым реализуются большие партии товаров, уже поставленные предприятиями оптовым фирмам. Последние и формируют подобные цены. Такая цена равна производственной плюс все производственные и маркетинговые расходы оптовой торговой фирмы, плюс ее прибыль. Оптовая цена обычно составляет 60—70 % от розничной;
- розничные цены соответствуют ценам продажи товара в магазинах в розницу и небольшими партиями; цена складывается из оптовой цены плюс все производственные, управленческие и маркетинговые расходы розничной фирмы, плюс ее прибыль.

3. По степени жесткости регулирования государством:

- рыночные (свободные) цены. Это цены, по которым идет купля-продажа на данном рынке в данное время. Они свободны от прямого вмешательства государства;
- регулируемые цены. Изменение их допускается в определенных пределах, регулируемых государством. Цены данного вида достаточно распространены и устанавливаются на товары и услуги, традиционно являющиеся объектом повышенного государственного контроля.

4. По способу установления фактических сделок:

- твердые цены — фиксируемые в договоре купли-продажи и не изменяющиеся в течение всего срока действия этого договора. Как правило, используются в сделках, предусматривающих немедленную или краткосрочную поставку товаров;
- подвижные (скользящие) цены исчисляются в момент исполнения контракта путем пересмотра договорной, базисной цены с учетом изменений в издержках производства, произошедших в период исполнения контракта. Они могут быть пересмотрены и в случае изменения условий, оговоренных в контракте;

- базисная цена формируется путем переговоров между продавцом и покупателем крупных партий товара. С ее помощью учитывается качество или сорт поставляемого товара, а также конъюнктура рынка. На основе этой договоренности определяется цена фактически поставленного товара, когда его качество (сорт) отличается от оговоренных в контракте поставки. При этом предусматриваются скидки и надбавки на цену товара;
- контрактные цены — это цены, по которым товар может быть продан. Чаще, однако, в результате переговоров покупателя и продавца происходит снижение цены, для чего в контрактной цене имеется небольшой резерв. В соответствии с этим иногда подобный вид цен подразделяют на цены продавца и покупателя. Контрактная цена может быть твердой (фиксированной), которая окончательно устанавливается в момент подписания контракта;
- цена купли-продажи (фактурная цена) — цена, определяемая условиями поставки, оговоренными в контракте. Эта цена в значительной степени определяется рыночной конъюнктурой. Кроме того, ее величина существенно зависит от условий поставки, для обозначения которых используют целый ряд условных обозначений (например: «франко» — продавец обязан доставить товар в обусловленное место за свой счет и на свой риск, а транспортные, страховые, таможенные расходы включаются в цену товара).

5. По характеру ценовой информации:

- номинальные (справочные) цены — те, которые публикуются в прейскурантах, справочниках, биржевых котировках (сокращенно — номинал). Подразделяются на цены прейскурантов и цены предложений (устанавливаются производителем по специальной заказной продукции без согласования с потребителем);
- биржевые цены — цены по сделкам, заключаемым с использованием посредника — биржи.

6. По типам рынков:

- цены спроса — складываются на том или ином рынке в результате свободных рыночных соотношений конкуренции, спроса и предложения;
- монопольные цены — это цены, устанавливаемые монополиями выше или ниже цены производства. Выше — для сбыта своих товаров и ниже — при закупке сырья и материалов для своего производства, приобретаемых у других фирм и поставщиков. В особенности характерны для монопольного вида рынка;

- экспортные цены, на уровень которых влияет множество факторов: объем продаж, прибыльность сбыта на внешнем рынке, время и сроки продажи товара, его поставки, условия экономического, политического, правового и культурного развития страны-импортера. Они устанавливаются на основе так называемых базисных условий, которые учитывают стоимость самого товара, обязанности продавца по оплате расходов по транспортировке и страхованию товара (франкированию цены).

13.5. Условия, при которых цены не формируются, а назначаются

Существуют варианты, когда предпринимателю выгоднее не сформировать цену на свой товар, основываясь на анализе рынка сбыта, на исследовании рыночных цен и других факторов, рассмотренных нами выше, а просто назначить цену. Вот некоторые из подобных вариантов.

1. Допустим, мелкая фирма назначает более низкие, чем у ее конкурентов, цены. Оказывается, что в подобном случае фирма сможет противостоять даже крупным предприятиям, которые, выпуская большие партии товара, имеют меньшие затраты на единицу продукции. Однако чтобы не разориться в этих условиях, мелкой фирме необходимо:

- ускорить сбыт продукции (оборачиваемость средств), что на малом предприятии сделать легче, чем на большом;
- выпускать такие товары, малые серии которых не требуют крупных затрат на подготовку производства;
- создавать малые предприятия в местах, недоступных для больших предприятий;
- рекламировать товар с упором на его доступную цену.

2. Фирма назначает цены более высокие, чем у конкурентов. Это можно применить к товарам, цена которых — не главное для потенциального потребителя. В подобном случае необходимо:

- делать упор на качественное обслуживание потребителя (быстрота доставки товара, качество обслуживания потребителя и оперативная реакция на рекламации);
- выпускать остродефицитные товары;
- чутко реагировать на мельчайшие нюансы в потребностях покупателя;
- повышать культуру обслуживания покупателя;

- искать удобное для потребителя место расположения фирмы (например, близко к жилью, месту работы);
 - подбирать товары и услуги, по разным причинам недоступные для больших предприятий (для которых, например, исключено массовое изготовление).
3. Устанавливать цены, кажущиеся для потребителя удобными (например, в круглых цифрах).
 4. Назначать цены на комплекты товаров, необходимых потребителю в данном сочетании (например, детали для ремонта автомобиля, бытовой техники и т. п.).

13.6. Методы ценообразования

До сих пор мы знакомились в основном с теоретическими основами ценообразования, которые дают возможность понять законы формирования цен. Возникает, однако, естественный вопрос: «Чем должна руководствоваться на практике администрация фирмы при установлении цены на свою продукцию и какими методами пользоваться?».

В реальной экономике наиболее распространены следующие методы ценообразования.

1. Расчет цены по методу «средние издержки плюс прибыль». Это самый простой способ ценообразования. Он заключается в начислении определенной, стандартной наценки на себестоимость товара. Размеры наценок варьируют в широких пределах в зависимости от вида товаров. Например, в России на табачные изделия практикуется наценка в 20 %, на книги — в 34 %, на женские платья — в 40 %, а на женские головные уборы — в 50 %. В розничной бакалейной торговле небольшие наценки делаются на кофе и сахар, а высокие — на замороженные пищевые продукты и некоторые консервы. Разница в наценках зависит от стоимости товаров, их оборачиваемости, объемов продаж. Недостаток этого метода состоит в том, что фирмы руководствуются преимущественно издержками, слабо учитывают спрос и не занимаются исследованием рынка.

2. Расчет цены на основе «обеспечения безубыточности и целевой прибыли». Фирма стремится установить цену, которая обеспечит ей желаемый объем прибыли. Подобным методом пользуется, например, корпорация «Дженерал моторс». Корпорация назначает на свои автомобили цены с таким расчетом, чтобы получить 15—20 % прибыли на вложенный капитал. Методика цено-

образования с расчетом на получение целевой прибыли основывается на графиках, представляющих общие издержки (постоянные и переменные) и ожидаемую выручку при разных уровнях объема продаж. Кривая выручки зависит от цены товара. Подбирается такое сочетание объема выпуска и цены, которое обеспечивает нужную прибыль. Подобный метод ценообразования требует от фирмы рассмотрения различных вариантов цен и их влияния на объем сбыта, что необходимо для обеспечения безубыточности и получения целевой прибыли.

3. Установление цены на основе «ощущаемой ценности товара». Тут основным фактором ценообразования считаются не издержки производителя, а восприятие покупателя. Для формирования в сознании потребителей представления о ценности товара фирма использует в своей маркетинговой политике специальные приемы воздействия. Цена в этом случае призвана соответствовать ощущаемой ценностной значимости товара. Фирме, пользующейся данным методом ценообразования, необходимо всерьез заняться исследованием модели потребительского поведения и выявлением ценностных представлений покупателя. Если продавец запросит больше признаваемой покупателем ценностной значимости товара, сбыт фирмы окажется ниже, чем он мог бы быть. Если, наоборот, фирма назначит на свои товары слишком низкие цены, то они прекрасно пойдут на рынке, но принесут ей меньше прибыли, чем при цене, повышенной до уровня ценностной значимости товара в представлении покупателей.

4. Установление цены на базе «уровня текущих цен». В качестве основы для расчетов производитель использует цены конкурентов и меньше внимания обращает на показатели собственных издержек или спроса. В олигополистических (см. гл. 2) отраслях более мелкие фирмы обычно следуют за лидером, изменяя цены, когда их меняет рыночный лидер, независимо от колебаний спроса на свои товары или собственных издержек.

5. «Аналитическая база» для установления цены. В этом случае для установления цены на товар нужна особо тщательная аналитическая и исследовательская работа. Фирма определяет характер рынка, на котором ей предстоит выступить, а также цель своей маркетинговой политики (обеспечение выживаемости, максимизацию прибыли, завоевание лидерства и увеличение доли рынка, обеспечение нужного уровня рентабельности). В результате производитель выводит для себя кривую спроса, которая показывает вероятные количества товара, продаваемого по ценам разного уровня, определяет эластичность спроса (от эластичности спроса

зависит целесообразность повышения или понижения цен). Затем следует построение графиков зависимости общих издержек от изменения объема производства и кривых предельных издержек. Далее фирма внедряет свой вид товара на рынок. Она изучает цены конкурентов для использования их в качестве первоначальной основы при установлении цены на собственный товар. После этого проводится анализ поведения покупателя и делаются соответствующие выводы. Таким образом, при подобной практике ценообразования применяются практически все рассмотренные ранее теоретические положения.

13.7. Методики расчетов формирования цен

При формировании оптовых цен на промышленную продукцию учитываются показатели текущих издержек производства (себестоимость), нормативная прибыль и налог на добавленную стоимость. Следует отметить, что текущие издержки производства являются основой установления цен, но на этом процедура ценообразования не завершается. Для раскрытия сущности цены необходимо исследовать взаимосвязь затрат и потребительной стоимости, так как именно потребительная стоимость предопределяет верхнюю границу цены. Потребитель товара не будет платить более высокую цену за одно и то же количество приобретенных потребительных стоимостей, несмотря на то, что затраты на их производство возросли.

Каждый производитель, естественно, стремится к снижению текущих издержек производства на изготовление того же количества потребительных стоимостей или к их увеличению при тех же затратах, что позволит ему приобретать большее количество необходимых промышленных материалов и ресурсов в расчете на единицу затрат.

Оптовая цена продукции — это цена, при которой обеспечиваются возмещение текущих затрат производства и получение прибыли. На основании этой цены определяется выручка от реализации продукции как произведение цены на количество проданного товара. Разница между оптовой ценой предприятия и себестоимостью продукции отражает прибыль, которая рассчитывается на единицу продукции и на годовой объем производства.

Оптовая цена предприятия определяется по формуле

$$C_{\text{пред}}^{\text{опт}} = C_{\text{п.е}}(1 + R_c), \quad (13.1)$$

где $C_{п.е}$ — полная себестоимость единицы продукции, руб.; R_c — уровень рентабельности, рассчитанный по себестоимости, т.е. прибыль, полученная от реализации годового объема продукции, приходящаяся на 1 руб. годовых текущих затрат.

В свою очередь уровень рентабельности рассчитывается по формуле

$$R_c = (\text{ПФ}_{\text{ст}} R_{\text{пр}}) / C_{п.г} \quad (13.2)$$

где $\text{ПФ}_{\text{ст}}$ — среднегодовая стоимость производственных фондов, т.е. сумма основных производственных фондов и оборотных средств, руб.; $R_{\text{пр}}$ — уровень рентабельности промышленного предприятия в долях единицы; $C_{п.г}$ — полная себестоимость годового объема реализованной продукции, руб.

Оптовая цена промышленности формируется на основе оптовой цены предприятия и дополнительного включения в цену издержек, прибыли сбытовых организаций и налога на добавленную стоимость согласно формуле

$$Ц_{\text{пром}}^{\text{опт}} = Ц_{\text{пред}}^{\text{опт}} + (Ц_{\text{пред}}^{\text{опт}} - \text{МЗ})\text{НДС} + \text{П}_{\text{сб}} + \text{ЗТ}_{\text{сб}}, \quad (13.3)$$

где МЗ — стоимость материальных затрат на единицу продукции, руб.; НДС — налог на добавленную стоимость (18% при реализации по рыночным ценам); $\text{П}_{\text{сб}}$ — прибыль торговых (сбытовых) организаций, руб.; $\text{ЗТ}_{\text{сб}}$ — затраты торговых (сбытовых) организаций, руб.

Розничная цена — это цена, по которой товары народного потребления и некоторые орудия и предметы труда реализуются через торговую сеть. Розничная цена отражает процесс нарастания общественно необходимых затрат по всем последовательным стадиям производства товара: она представляет собой сумму оптовой цены промышленности, издержек торговых организаций, а также плановой прибыли и определяется по формуле

$$Ц_p = Ц_{\text{пред}}^{\text{опт}} + \text{ЗТ}_p + \text{П}_p, \quad (13.4)$$

где ЗТ_p — текущие затраты розничных торговых организаций, руб.; П_p — прибыль розничных торговых организаций, руб.

При установлении цен на промышленную продукцию товаропроизводитель должен соблюдать законодательство и не прибегать к сговору с конкурентами.

Исходя из формул (13.1)—(13.4) на рис. 13.4 для наглядности представлена структура цен по отдельным показателям (элементам).

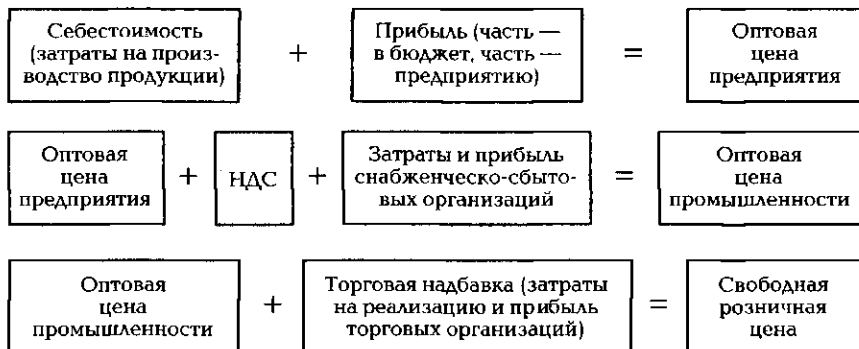


Рис. 13.4. Структура цен по отдельным составляющим

При рыночной экономике используются различные цены. Как правило, они устанавливаются по тем или иным рыночным законам. В то же время на систему ценообразования определенное влияние оказывает и государство, что является одной из форм регулирования цен. Однако круг регулируемых цен все время сокращается, поскольку государство проводит комплексную систему мер по упрощению и децентрализации порядка утверждения цен, т. е. их либерализацию.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Что такое цена?
2. Как устанавливается цена на товар?
3. Назовите факторы, влияющие на снижение цен.
4. Каковы причины роста цен?
5. Перечислите методы ценообразования. Дайте им краткую характеристику.
6. Опишите последовательность установления цены.
7. Какие вы знаете ценовые скидки?
8. Охарактеризуйте единую систему цен.
9. Перечислите условия, при которых назначаются цены.
10. Как рассчитать цены на продукцию на предприятии и в промышленности?

Глава 14. ВНУТРИФИРМЕННОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ

14.1. Сущность планирования

Ничто не вечно. Некоторые виды бизнеса и фирмы могут процветать, долгое время не меняясь, но рано или поздно все-таки возникает необходимость в определенных изменениях. Это происходит по ряду причин. Во-первых, необходимо постоянно искать новые способы борьбы с конкурентами. Во-вторых, требуется подумать и о дальнейшей перспективе: закупить новое оборудование (либо постоянно его ремонтировать), освоить современные технологии и т.д. В-третьих, рынок может насытиться товаром, который выпускает ваша фирма, и вам необходимо будет заняться чем-нибудь новым. Все это заставляет постоянно заботиться о будущем, что неизбежно приводит к планированию. Необходимо спланировать свои предстоящие расходы, производство и сбыт продукции, а также получение прибыли не только в настоящий момент, но и на перспективу.

Планирование — это осмысление, а затем детальная разработка плана того, что вы собираетесь делать в будущем.

В основу планирования должен быть положен принцип рентабельности предприятия, который направлен на обеспечение денежных поступлений и прибыли в объеме, удовлетворяющем заинтересованные в результатах работы предприятия группы лиц (собственников, учредителей, коллективов акционеров, государства и т.д.).

Эффективность функционирования предприятия определяется многими обстоятельствами. Требуется правильно установить: что производить; сколько производить; какого качества должен быть товар или услуга; к какому сроку должна быть произведена продукция или оказаны услуги.

При решении этих вопросов необходимо следующее: наличие основного и оборотного капиталов; учет спроса и предложения; выбор оптимальной технологии; своевременное обеспечение рациональными ресурсами; правильная организация производства; применение адекватных форм и методов реализации продукции и т.д.

В условиях рыночной системы хозяйствования диапазон мероприятий, направленных на решение указанных вопросов, достаточно велик. Поэтому каждое предприятие должно стремиться к оптимальному сочетанию мероприятий и к их внутренней увязке между собой. На это и направлено планирование его производственной и хозяйственной деятельности. Опыт многих преуспевающих компаний промышленно развитых стран демонстрирует, что в условиях рынка с его жесткой конкуренцией планирование хозяйственно-производственной деятельности предприятий является одной из основных предпосылок их выживания, экономического роста и процветания. Именно оно помогает оптимально скоординировать имеющиеся возможности по выпуску продукции со сложившимися на рынке спросом и предложением и спрогнозировать их на будущее, хотя и с определенной степенью вероятности.

Таким образом, планирование позволяет относительно точно определить выбор наилучшей из возможных альтернатив развития предприятия в будущем. Однако реализация выбранной альтернативы осуществляется на основе решения, принимаемого сегодня, поэтому нередко существует вероятность ошибки. Чтобы избежать ошибок, необходимо придать планированию непрерывный характер: в процессе принятия решений должны устанавливаться и постоянно уточняться по времени цели и задачи развития предприятия.

14.2. Виды планирования

Итак, мы установили, что комплекс задач, стоящих перед фирмой, требует их решения не только в настоящий момент, но и в будущем. Поэтому на практике применяется стратегическое, долгосрочное, краткосрочное, текущее, а также календарное и оперативное планирование (рис. 14.1).

Каждый из указанных видов планирования имеет свои задачи, информацию, методологию, способы расчета показателей и увязан с определенным периодом времени. Виды планирования являются предметом исследования одной из отраслей экономики: «Прогнозирование и планирование экономической деятельности».

Стратегическое планирование. Это обзор перспектив предприятия на будущее, уяснение его места и роли в экономике и общественно-экономической системе страны. Это глобальная разработка основных стратегических целей и средств их достижения. Она выражается не в плане с детально зафиксированными

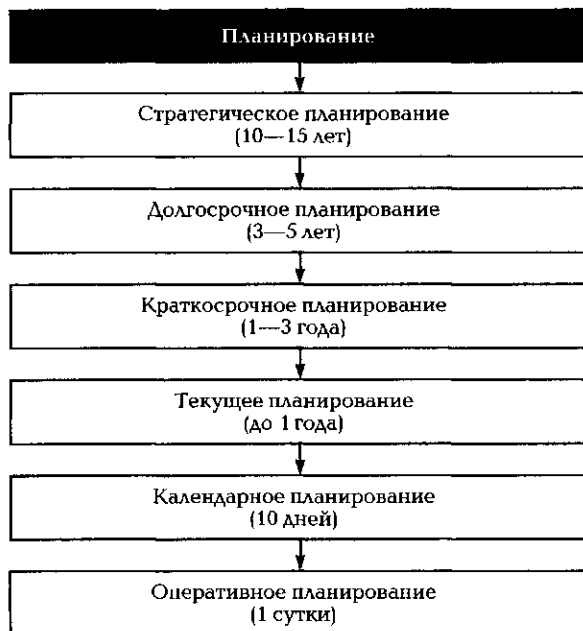


Рис. 14.1. Виды планирования

показателями, а в общем взгляде на будущее предприятия, сделанном на основе различных прогнозов (экономических, научно-технических, политических, демографических и т. д.).

Стратегическое планирование обычно составляет на период 10—15 лет. Оно должно учитывать ряд временных факторов, и прежде всего возможность смены основных фондов, кардинальных перемен в научно-технических областях и даже изменения потребительских запросов населения.

Стратегическое планирование целиком и полностью является прерогативой высшего руководства предприятия.

Долгосрочное планирование. Осуществляется на базе стратегического на период ближайших трех—пяти лет. При этом установки и основные направления, выработанные в процессе стратегического планирования, как бы получают свое экономическое обоснование и уточнение, обусловленные анализом тенденций развития хозяйственной ситуации на указанные три—пять лет. Результатом долгосрочного планирования является разработка соответствующих планов развития различных видов деятельности предприятия.

Краткосрочное планирование. Проводится именно на основе этих планов. Предметом краткосрочного планирования является составление планов развития производства на один — три года. Их особенность состоит в том, что запланированные показатели текущего года корректируются ежеквартально, а показатели будущих второго и третьего годов — на каждые полгода или год.

Текущее планирование. В силу динамичности процессов, происходящих в хозяйственной и политической жизни страны, необходимо осуществлять планирование на срок до одного года. Его базой является разработка планов на основе нынешних тенденций развития спроса и предложения. Планируемые показатели устанавливаются на год с разбивкой по кварталам. Текущие планы также являются «скользящими»: на первые 3 мес устанавливаются жесткие, неизменные показатели, а в последующие 9 мес план подвергается корректировке. По сравнению с краткосрочными планами текущие более детальны, особенно в области производства и его издержек, запасов товарно-материальных ценностей и ценообразования. Фактически в них происходит координирование задач различных служб предприятия, направленных на повышение выпуска продукции, производительности труда, снижение себестоимости, улучшение качества продукции, повышение прибыли и рентабельности производства. Самый основной в тактическом аспекте — это именно текущий план на один год.

Календарное планирование. Позволяет осуществить более тесную координацию служб предприятия. Период его действия 10 дней. Это программы движения продукта с уточнением конкретных дат и служб, отвечающих за тот или иной вид деятельности.

Оперативное планирование. Этот вид планирования имеет дело с разработкой плана на ближайшие и последующие сутки. Он содержит данные, обеспечивающие надежную и экономичную эксплуатацию оборудования, поскольку обеспечен наиболее полной информацией.

Таким образом, планирование на предприятии строится на комплексной разработке оперативного, текущего, краткосрочного и долгосрочного планов.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Что заложено в основу планирования?
2. Назовите основные виды планирования.
3. Назовите задачи стратегического планирования.
4. На какой срок осуществляется краткосрочное и текущее планирование?

Глава 15. БИЗНЕС-ПЛАН

15.1. Бизнес-план — основа создания предприятия

Для вновь создаваемых предприятий или для осуществления каких-либо коммерческих проектов, получения ссуды или кредита необходимо составление бизнес-планов.

Бизнес-план — это документ, в котором прописываются основные направления деятельности организации, ставятся цели и задачи, а также способы их решения.

Бизнес-план является исходным, ключевым документом предпринимателя. Любое начинание, встреча с предполагаемым партнером, а также с налоговым инспектором не обходятся без этого довольно простого, ясного и четкого документа.

Ведущую роль при его разработке играет руководитель предприятия.

Бизнес-план — это цели, поставленные руководством фирмы, способы их достижения и организационные вопросы, фактические экономические показатели и конкретные исполнители тех или иных видов деятельности. Главным в бизнес-плане является его управленческое и финансовое содержание. Оно должно быть достаточным для реализации поставленных целей.

План в доступной, понятной для исполнителей форме намечает главные задачи предприятия и показывает реальные пути их решения. Для этого он должен содержать ответы на следующие вопросы:

Чем должно заниматься предприятие?

Какие товары и услуги вы можете предложить?

Как будет организована его деятельность?

Кто является вашими конкурентами и как вы готовы с ними бороться?

Кто будет этим заниматься?

Есть ли у вас преимущества по сравнению с другими производителями?

Каковы цели деятельности предприятия?

Когда и чем эта деятельность будет завершена?

Насколько эффективно и прибыльно сможет функционировать ваша организация?

Кроме того, в бизнес-плане анализируются главные проблемы, с которыми может столкнуться предприниматель, и определяются основные способы их решения.

В процессе разработки и в практической деятельности приходится сталкиваться с внешней средой и выстраивать отношения:

- с инвесторами, заинтересованными в вашей компании;
- кредитно-финансовыми учреждениями для предоставления кредитов и ссуд;
- государством, а также с органами федерального и местного значения для регулирования, поддержки и стимулирования своей деятельности на государственном и других уровнях;
- налоговиками для уплаты налогов;
- поставщиками, предоставляющими сырье, материалы для производства;
- надежными заказчиками, желательное установление с ними длительных отношений;
- дистрибьюторами, распространяющими вашу продукцию либо услуги;
- консультантами, приглашенными для разработки бизнес-плана и оказания помощи в решении различных проблем, и др.

Не стоит думать, что бизнес-план требуется только крупным предприятиям, организующим свое дело с размахом. Как показывает мировая практика, он необходим для всех форм и видов предпринимательства, поскольку каждому предприятию, как крупному, так и малому, прежде всего следует тщательно проанализировать свои идеи и намеченные цели, проверить их разумность, реалистичность и тем самым снизить вероятность риска неудач. Кроме того, бизнес-план необходим как подтверждающий документ для тех организаций, у которых предприниматель собирается занять финансовые средства или имущество на реализацию проекта. В плане должна быть отражена реальность исполнения задуманного проекта, из которой следует способность фирмы возратить кредит или арендованное имущество.

Отсюда вывод. Бизнес-план необходим:

- крупной компании;
- средней или небольшой компании;
- начинающей компании;
- быстроразвивающейся компании.

В зависимости от конкретного характера и условий предстоящей деятельности — объема производства, вида продукции (услуги), ее новизны — состав и структура бизнес-плана могут существенно различаться, но его качественный смысл должен оставаться неизменным.

15.2. Разделы бизнес-плана

Структура бизнес-плана представлена на рис. 15.1.

Титульный лист. Обычно включает следующую информацию: название и адрес предприятия, фамилии и адреса учредителей, фамилию и телефон директора предприятия, суть проекта (очень кратко), общую стоимость проекта и источники средств (выпуск акций, кредиты), заявление о коммерческой тайне. В наименовании организации указывается его организационно-правовая форма, фирменное, а также сокращенное наименование в соответствии с уставом организации. Организационно-правовая форма должна соответствовать тем, которые приняты и действуют на данный момент в соответствии с законодательством Российской Федерации. Весь лист включает не более 25 строк.

Резюме (вводная часть). Описание проекта (резюме) должно содержать:

- цель и задачи бизнес-плана;
- описание фирмы, ее специализацию;
- финансовое состояние фирмы;
- потребности в инвестициях, источники финансирования;
- преимущества продукции (услуг), предоставляемой на рынок отрасли;
- стратегию и тактику фирмы, возможности ее роста;
- краткие сведения о квалификации управленческого персонала;
- срок окупаемости проекта, планируемое получение дохода;
- экономическое обоснование эффективности проекта.

Таким образом, резюме — краткий обзор бизнес-плана. Обычно оно составляется тогда, когда уже готовы все остальные разделы.

Задача резюме — в сжатой форме представить основные идеи бизнес-плана так, чтобы заинтересовать в сотрудничестве потенциального партнера, инвестора или кредитора.

Описание продукта (услуги). Первая часть любого бизнес-плана — это описание того продукта (услуги), который предприниматель собирается производить (или предоставить). В раздел входят ответы на следующие вопросы:

- 1) какова область применения товара (услуги);
- 2) какие потребности призван удовлетворять ваш продукт (услуга);
- 3) какой полезный эффект можно получить от вашего товара (услуги);
- 4) каковы основные качества товара (услуги) — надежность, долговечность, простота и безопасность эксплуатации, ремонта, его внешний вид, упаковка и сервисное обслуживание;



Рис. 15.1. Структура бизнес-плана

5) чем отличается ваш продукт (услуга) от товара конкурента. Здесь необходимо отразить сильные и слабые стороны продукции, а также перспективы ее усовершенствования;

6) как долго ваш товар может продержаться на рынке;

7) какими патентами либо авторскими правами защищен ваш товар или технологии производства продукции?

Отличительные особенности вашего товара (услуги) должны определять его преимущества при получении полезного эффекта по сравнению с товарами конкурентов, так как полезный эффект («полезность») — это то, ради чего и приобретается товар.

Однако не стоит уповать исключительно на потребительские достоинства товара и на удачно выбранную технологию его изготовления. Лучше сделать упор на максимальное удовлетворение запросов рынка. Покупателю совершенно безразличны столь важные с точки зрения производителя свойства товара, как его трудоемкость, материалоемкость, энергоемкость, технология изготовления и даже некоторые особенности конструкции. Два элемента — потребительские свойства товара и цена — служат для покупателя основными ориентирами и поэтому являются главными составляющими конкурентоспособности товара, отражающей его отличия от продукции других фирм.

Всегда следует помнить, что люди склонны приобретать то, что им нравится, а не то, что им предлагают. Отсюда — важный и часто упускаемый из виду момент. Необходимо иметь наглядное изображение товара или, что еще лучше, хотя бы один экземпляр изделия вашего производства. Полезно также заручиться свидетельством солидного потенциального клиента, которого полностью устроили бы качества вашего изделия или услуг. Без этого вы и сами не будете иметь полного представления о своих будущих проблемах и затратах, а потенциальные кредиторы и партнеры просто не захотят финансировать вашу идею. Итак, целесообразно иметь при себе образец вашей продукции, доведенный до товарного вида, в крайнем случае — фотографию или даже рисунок товара, дающие о нем достаточно четкие представления (либо детальное описание предоставляемых услуг).

Анализ рынка сбыта. Вторая часть бизнес-плана посвящена изучению рынка товара или услуг. Недостаточный анализ рынка и потенциальных потребителей, их вкусов, запросов, денежных возможностей — одна из наиболее частых причин неудач в бизнесе. Поэтому прежде всего следует тщательно изучить рынок. Это даст возможность определить круг потребителей, размеры и емкость рынка товара (услуги) и, следовательно, наметить объемы их про-

изводства и реализации, необходимые для этого ресурсы (как на данный момент, так и в перспективе).

Если трудно или же достаточно дорого провести достоверное исследование рынка, то следует изготовить пробную партию товара, реализация которой способна дать ценную информацию, особенно если вы сами примете непосредственное участие в продаже товара или в оказании соответствующих услуг.

При этом целесообразно обратить внимание на следующее:

- насколько часто и охотно покупатели приобретают ваш товар или прибегают к оказываемым услугам;
- как реагируют покупатели на цену вашего товара (услуги);
- кто именно покупает товар или обращается за услугами;
- полезно поинтересоваться у потребителей, что именно привлекло их в вашем товаре или услуге и какие изменения они посоветовали бы внести во внешний вид, упаковку, оказание сервисных услуг, и особенно в показатели качества товара;
- сколько времени потребовалось для реализации всей партии товара или оказания одной услуги.

Можно, например, варьировать цену товара и, проанализировав результаты подобного опыта, сделать вывод о том, как повлияло снижение (повышение) цены на скорость продажи и расширение круга потребителей.

Таким образом, пробная продажа иной раз позволяет получить максимум интересующей вас информации без предварительных трудоемких и дорогостоящих исследований рынка. На основе указанной информации можно сделать важные выводы. Например, такие:

- не следует стремиться удовлетворить интересы и запросы всех потребителей;
- необходимо ориентировать свой товар или услуги на определенную группу покупателей, руководствуясь их потребностями и вкусами;
- совершенствование своих изделий и услуг надо проводить в направлении, позволяющем завоевать и затем удержать определенную нишу на рынке именно таких товаров (услуг), которые отвечают запросам вашей группы покупателей.

Оценка конкурентов. Третий раздел бизнес-плана включает анализ конкурентов. Даже если кажется, что ваш товар (услуга) уникален, а рынок представляется ненасыщенным, подобный анализ вовсе не является напрасной тратой времени, сил и средств. Ситуация может измениться в любой момент, поэтому нужно ориентировать свой бизнес с расчетом на перспективу. В соответст-

ющем разделе бизнес-плана необходимо ответить на следующие вопросы:

1) кто может являться вашим конкурентом в настоящее время и в каком состоянии находятся его дела (стабильны, на подъеме или же идут на спад);

2) каковы отличительные особенности вашего товара (услуги) по сравнению с аналогичными товарами (услугами) конкурентов;

3) каковы, хотя бы в общих чертах, шансы появления новых конкурентов;

4) в чем вы рассчитываете превзойти как реальных, так и потенциальных конкурентов?

Необходимо не просто стремиться к снижению затрат на выпуск продукции, а разрабатывать, производить и реализовать его более эффективно по сравнению с конкурентами.

Цель данного раздела — обеспечить выбор подходящей тактики конкурентной борьбы и застраховать свою фирму от своих и чужих ошибок, а также от возможных рисков. Типичной ошибкой, например, является попытка внедрения на перенасыщенный рынок. Анализ действий конкурентов может заставить сменить стратегию и внести коррективы в тактику, проводимые фирмой, чтобы успешнее противостоять своим соперникам. Подобный анализ должен вестись перманентно, поскольку рынки пребывают в постоянном изменении и чей-то успех обязательно привлечет новых конкурентов.

Необходимо делать упор на те стороны деятельности, где у вас наблюдаются определенные преимущества перед конкурентами (главными из них являются, конечно, три показателя: высокое качество продукции, грамотное обслуживание и опытный персонал). Сопоставьте достоинства своего бизнеса с уязвимыми моментами в деятельности соперников (конечно, если они вам известны). Кроме того, обязательно следует указать, как вы намереваетесь бороться с «сильными сторонами» бизнеса ваших конкурентов.

Первые три раздела (части) бизнес-плана имеют следующую ценность. Четкие и исчерпывающие ответы на поставленные в них вопросы должны сформировать вполне определенное представление о той рыночной нише, которую вы хотите занять, организовав свой бизнес. Следующим шагом являются практические мероприятия, направленные на заполнение этой ниши именно вами.

Стратегия и тактика маркетинга. Четвертый раздел — это план маркетинга.

В наиболее доступном виде определение маркетинга звучит следующим образом: *маркетинг* — это деятельность людей, свя-

занная с изучением и формированием рынка. Различают стратегические и тактические цели маркетинга.

Стратегия маркетинга — это формирование целей и задач, а также средств их достижения предприятием-производителем (или экспортером) по каждому отдельному рынку (сегменту рынка) и по каждому товару на определенный период (долгосрочный или краткосрочный) для осуществления производственно-коммерческой деятельности в соответствии с рыночной ситуацией и возможностями предприятия.

Однако при тех масштабах бизнеса, который вы хотите организовать (вряд ли это будет производство на уровне мирового рынка или даже рынка отдельной страны), вас наиболее должна интересовать тактика маркетинга.

Тактика маркетинга отличается от стратегии, во-первых, размерами исследуемых рынков, во-вторых, тем, что цели и задачи, а также средства их достижения формируются на краткосрочный период, в-третьих, постоянной их корректировкой по мере изменения различных рыночных факторов (индекса цен, конкурентной борьбы, сезонного спроса, интереса покупателей и др.).

«Производить то, что покупается, а не продавать то, что производится» — вот главная формула маркетинга. Поэтому маркетинг представляет собой неразрывную взаимосвязь двух процессов:

- 1) изучения рынка и потенциальных потребителей;
- 2) продвижения товаров (услуг) к потенциальным потребителям.

Поскольку в трех предыдущих частях бизнес-плана уже была сделана определенная оценка рынка, потребителей и конкурентов, то в данном разделе вас больше всего должна интересовать вторая составляющая маркетинга, а именно: как довести свой товар (услугу) до потребителя. Произвести товар, соответствующий запросам покупателя, — это, оказывается, еще не самое главное. Товар необходимо доставить потенциальному потребителю и создать условия для превращения потребности в товаре в реальный спрос на него. Коммерческий успех фирмы в большой степени зависит от того, насколько рационально организовано продвижение продукции в сфере обращения. По мнению некоторых маркетологов товародвижение по своему значению уступает только качеству продукции как основной причине, обуславливающей выбор потребителей.

План маркетинга предусматривает следующие разделы.

1. Выбор способа распространения товара (услуги): самостоятельно, через оптовые организации, магазины и т.д. (рис. 15.2).



Рис. 15.2. Возможные каналы распределения товаров

2. Анализ ценовой политики и методы ценообразования: как будет определяться цена товара (услуги), какую прибыль можно ожидать, в каких пределах возможно уменьшение цены, чтобы тем не менее окупить расходы и получить достаточную прибыль.

3. Реклама: сколько выделено на нее финансовых средств, в какой форме и какими способами будет рекламироваться бизнес (теле-, радиореклама, пресса, наружная реклама, реклама на транспорте, «человек-сэндвич» и т. д.).

4. Методы стимулирования потребителей (продаж): как и за счет чего вы будете привлекать новых покупателей — расширять районы сбыта, совершенствовать товар (услугу), предоставлять гарантии или дополнительные услуги клиентам, осуществлять организацию послепродажного сервиса и т. д.

5. Формирование и поддержание положительного мнения о вашем бизнесе: как и какими средствами вы будете добиваться устойчивой репутации («имиджа») своих товаров (услуг) и самой фирмы в глазах покупателей и общественности.

План производства. Пятый раздел бизнес-плана — план производства. Он содержит подробное описание всего производственного процесса и разрабатывается только теми предпринимателями, которые собираются заниматься производством какой-либо продукции или услуги.

Основная цель раздела — подтверждение с помощью расчетов, что создаваемая фирма способна реально изготовить необходимое количество товаров (услуг) в нужные сроки и с заявленным качеством. Важным моментом этого раздела бизнес-плана является точное определение себестоимости производимого продукта.

В описании производственного плана указываются:

1) где будут изготавливаться товары — на действующем или на вновь создаваемом предприятии;

2) выбор оптимального варианта собственно технологического процесса;

3) какие для этого потребуются производственные мощности в настоящее время и в перспективе;

4) какое оборудование необходимо приобрести и предпочтительный поставщик его;

5) где, у кого и на каких условиях будут закупаться сырье, материалы и комплектующие детали;

6) намечается ли производственная кооперация и с кем именно;

7) потребность в персонале и зарплате;

8) как предполагается решить вопрос о контроле за качеством выпускаемой продукции;

9) расчет себестоимости производства единицы продукции завершает данный раздел бизнес-плана. Приводится и оценка изменений указанного показателя в перспективе.

В конце можно представить график динамики цены продукции (без НДС), себестоимости единицы продукции и объема ее производства в натуральном выражении.

Примерная структура плана производства фирмы представлена на рис. 15.3.

Если намечается создать не производственное предприятие, а торговую точку, то рассмотренный выше план производства заменяется «торговым планом». В нем необходимо отразить следующее:

1) у кого предполагается закупать товар;

2) процедуру закупки товаров;

3) наличие подходящих помещений для магазина и для склада;

4) систему контроля за уровнем товарных запасов и план складских помещений.

Организационный план. Шестой раздел бизнес-плана — это организационный план. В нем отражена организационно-правовая форма хозяйствования предприятия.

В разделе имеются следующие пункты:

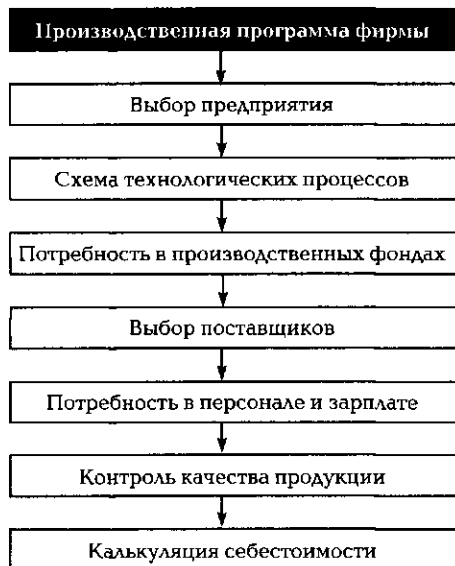


Рис. 15.3. План производства фирмы

1) работники каких специальностей понадобятся для ведения дела;

2) на каких условиях будет производиться наем специалистов (на постоянную работу, по контракту, в качестве совместителей);

3) как будет оплачиваться труд каждого работника фирмы и как предполагается осуществлять стимулирование эффективности их деятельности;

4) условия труда, обеспечиваемые руководством фирмы;

5) затраты на повышение квалификации работников;

6) требования к персоналу. Дается характеристика производственного, инженерно-технического и административного персонала.

Следует отметить, что к найму дополнительных работников нужно прибегать только в том случае, если это повысит доходность фирмы. Необходим очень тщательный отбор кандидатур на каждое рабочее место. Поскольку зарплата служащих относится к разряду постоянных издержек, то необходима твердая уверенность в целесообразности найма каждого служащего.

Другой важной проблемой является вопрос о компаньонах. Опыт показывает, что организовывать свое дело следует только с

хорошо известными людьми, единомышленниками, на которых вы можете полностью положиться и которым вы без страха доверите решение любого вопроса совместного предпринимательства. Еще лучше, если компаньоны в различных сторонах своей деятельности будут способны дополнять друг друга.

В целях четкости и согласованности работы необходимо определить организационную схему фирмы, указать, кто и чем будет заниматься и за что нести ответственность, кто и как будет осуществлять контроль и координацию действий всех работников фирмы.

Нередко этому разделу бизнес-плана не уделяется должного внимания и организационный хаос служит одной из важных причин неудач в бизнесе.

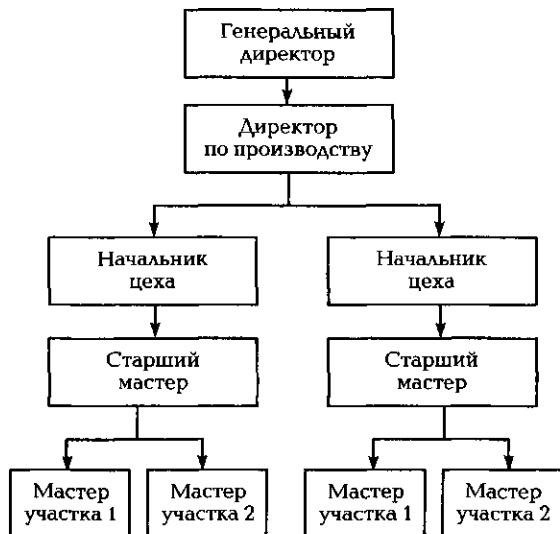
Каждому типу организационной структуры фирмы соответствует своя организационная схема. Различают следующие типы организационных структур предприятий.

1. *Линейная.* Эта наиболее простая структура образуется при построении аппарата управления в виде иерархической лестницы исключительно из последовательно подчиненных подразделений или организаций. Соответствующая схема в упрощенном виде (включающая только производственные отделы) представлена на рис. 15.4, а.

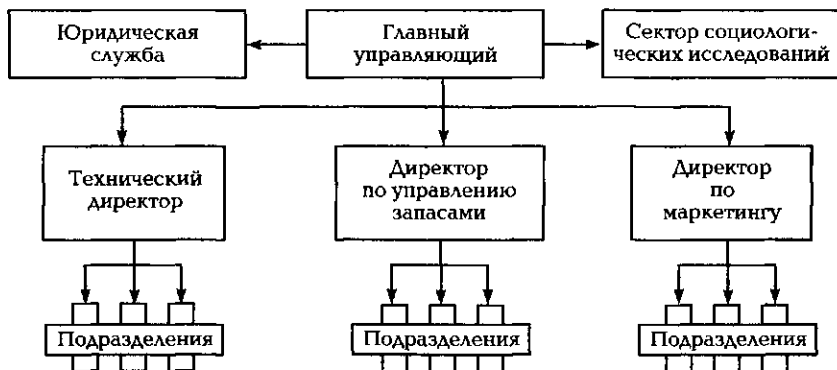
2. *Штабная.* Включает специальные подразделения при линейных руководителях, которые не обладают правами принятия решений и руководства нижестоящими подразделениями (или исполнителями). Линейные руководители осуществляют помощь линейному менеджеру («управляющему») при выполнении отдельных функций управления, которые являются прерогативой штатов соответствующих специалистов. Схема штабной организационной структуры приведена на рис. 15.4, б.

3. *Функциональная.* Обусловлена созданием подразделений, выполняющих определенные функции на всех уровнях управления. Например, за технико-экономическое планирование отвечает директор по экономике (в его подчинении — плановый отдел, планово-экономическое бюро, экономисты подразделений и т. п.). Ремонтное обслуживание и подготовка производства курируются техническим директором и т. п.

4. *Матричная.* Эта структура основана на подчинении менеджеру, ответственному за реализацию программы и достижение целей бизнеса, всех исполнителей, независимо от подразделений. Матричная структура создается, когда имеется необходимость в освоении новых изделий и введения усовершенствований в производственный процесс.



а



б

Рис. 15.4. Организационные схемы предприятий:

а – линейная; б – штабная

План по рискам. Значение этого раздела состоит в оценке рисков того, что цели, поставленные в бизнес-плане, могут быть не достигнуты (полностью или частично).

Очень важным является обоснование разумности допустимых уровней предпринимательских рисков. Предпринимательские риски весьма разнообразны, поэтому их совокупное воздействие на

результаты деятельности фирмы оценить сложно. Для решения данной задачи риски подразделяют на общие и простые.

Общий риск проекта понимается как составленный из множества простых рисков, которые можно оценить и рассчитать с определенной степенью вероятности: технических, финансовых, управленческих, экологических, политических, международных. Как правило, общий риск оценивается в баллах по специально разработанной методике, но — для каждого бизнес-плана. Поэтому величина оценки общего риска, складывающегося из простых, представляет значительную ценность для предприятия и является его коммерческой тайной. Особое внимание уделяется финансово-экономическим рискам (табл. 15.1).

Обычно величины тех или иных простых рисков рассчитываются с использованием статистических методов. После оценки степени общего риска разрабатывается ряд мер, направленных на ее уменьшение.

Финансовый план. Седьмой раздел бизнес-плана — финансовый план. Он в стоимостном выражении обобщает возможные результаты мероприятий, намеченных в предыдущих разделах.

Таблица 15.1. **Финансово-экономические риски**

Виды рисков	Отрицательное влияние на прибыль
Неустойчивость спроса	Падение спроса с ростом цен
Появление альтернативного продукта	Снижение спроса
Снижение цен у конкурентов	Снижение цен
Увеличение производства у конкурентов	Падение продаж или снижение цен
Рост налогов	Уменьшение чистой прибыли
Снижение платежеспособности потребителей	Падение продаж
Рост цен на сырье, материалы, перевозки	Снижение прибыли из-за роста издержек
Зависимость от цен, устанавливаемых на свою продукцию поставщиками	Снижение прибыли из-за роста издержек
Недостаток оборотных средств	Увеличение суммы кредитов или снижение объема производства

Финансовый план включает:

- 1) расчет величины и определение источника получения средств, необходимых для организации дела;
- 2) условия финансирования;
- 3) прогноз объемов реализации;
- 4) баланс денежных средств (денежные поступления, обязательные платежи и остаток);
- 5) таблицу доходов и затрат (доходы, себестоимость, прибыль, рентабельность);
- 6) прогнозный баланс активов и пассивов предприятия;
- 7) расчет безубыточности и график ее достижения;
- 8) расчет срока окупаемости (в какое время проект начнет приносить прибыль);
- 9) показатели планируемой финансово-экономической деятельности предприятия (коэффициенты эффективности).

Рассмотрим подробнее сущность перечисленных пунктов финансового плана.

Первый источник финансирования — это, конечно, собственные средства предпринимателя (внутренние источники финансирования). В том случае, если для организации дела их не хватает, приходится прибегать к кредитам (второму источнику финансирования — внешнему). Однако, прежде чем взять кредит, необходимо просчитать свою потребность в заемных средствах и соизмерить ее с возможностью своевременного погашения ссуды, тем более что кредит в настоящее время выдается в основном на короткий период и под высокие проценты.

Прибегая к ссуде или вкладывая собственные средства, необходимо знать, как «сработают» эти деньги, какой доход они принесут. Следует быть уверенным, что прибыль от использования кредита окажется выше затрат на его обслуживание.

Третий способ привлечения средств — поиск партнера, желающего вложить свои деньги либо тот или иной фактор производства (здания, оборудование и т. д.) в дело. В этом случае возникает так называемая партнерская собственность и доход от бизнеса делится либо поровну, либо в зависимости от величины вложенного капитала, в том числе и акционерного.

Прогноз объема реализации дает представление о доле (или сегменте) рынка, которая будет охвачена выпускаемой продукцией.

Баланс денежных средств — это документ, определяющий суммы денег, вкладываемых в проект с разбивкой по времени от момента начала организации фирмы. Главная задача баланса —

отслеживание синхронности поступления денежных средств от реализации продукции и от их расходования, т. е. определение достаточности этих средств на каждый момент времени.

Таблица доходов и затрат отражает: доходы от продажи товаров, издержки от их производства, суммарную прибыль от продаж, общепроизводственные затраты (по видам), а также чистую прибыль.

Прогнозный сводный баланс активов и пассивов предприятия составляется на начало и конец первого года существования проекта. Он может служить основой для оценки экспертами коммерческих банков добротности источников финансирования и целесообразности вложения капитала.

План рекомендуется снабдить расчетами безубыточности с приложением соответствующего графика. Последний дает возможность определить объем производства (так называемую «критическую программу»), при котором фирма начнет получать прибыль.

Для этого рассчитывается точка самоокупаемости проекта по формуле

$$A = FC / (P - AVC), \quad (15.1)$$

где FC — постоянные затраты; P — цена; AVC — удельные переменные затраты.

Удельные переменные затраты определяются как частное от деления переменных затрат на объем продаж товара в натуральном выражении.

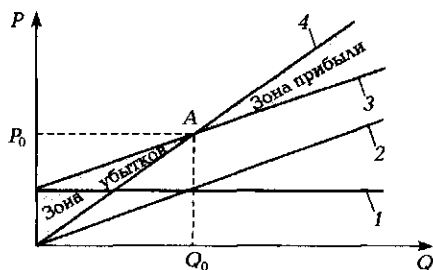
Точка самоокупаемости характеризует минимально допустимый объем производства, ниже которого бизнес становится неэффективным.

Кроме того, показатель точки самоокупаемости позволяет предпринимателю, построив график зависимости выручки и затрат от количества выпущенной продукции, получить более достоверную информацию о зонах убытков и прибылей. Имеется возможность предвидения того, как повлияет решение об увеличении затрат сырья, материалов и капитала на доходность бизнеса. На рис. 15.5 представлен соответствующий график, по которому рассчитывается точка самоокупаемости и безубыточность производства.

Из рисунка видно, что зона убытков находится в области, где величина общих издержек лежит выше линии, соответствующей значениям выручки. В свою очередь, зона прибыли локализуется в области, в которой величина выручки больше общих издержек. Точка A представляет собой точку самоокупаемости, где затраты и

Рис. 15.5. График для расчета точки самоокупаемости и безубыточности производства:

A — точка самоокупаемости; Q_0 — критический (оптимальный) объем выпуска продукции, окупающий затраты; P_0 — денежная сумма, при которой достигается равенство выручки и затрат; 1 — постоянные издержки; 2 — переменные издержки; 3 — общие издержки; 4 — выручка



выручка равны (прибыль в этом случае равна нулю, поэтому точку A называют еще и точкой безубыточности).

Помимо сведений о том, при каком объеме производства бизнес становится эффективным, очень важны и данные о величине временного срока, когда полностью окупится вложенный в дело капитал. Для этого строят специальный график, позволяющий рассчитать временной срок окупаемости инвестиционного проекта (рис. 15.6).

Из рис. 15.6 видно, что в первоначальный отрезок времени предприниматель только вкладывает капитал, не получая прибыли. Наконец, наступает момент, когда параллельно с вложением капитала начинает появляться небольшая прибыль. Затем вложенный капитал окупается все более и более, пока вложенные средства не окупятся полностью. Это происходит в определенный момент вре-

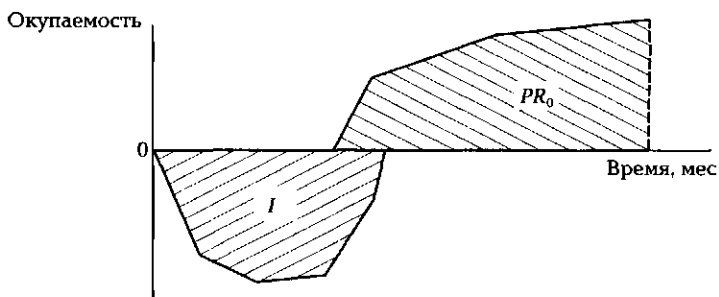


Рис. 15.6. Расчет временного срока окупаемости инвестиционного проекта:

I — вложенный в дело капитал; PR_0 — чистая прибыль, обеспечивающая возврат капитала

мени, которому соответствует изображенная на графике ось окупаемости. Таким образом, площади заштрихованных областей I и PR_0 на рис. 15.6 должны быть приблизительно равны.

Итак, ось окупаемости инвестиционного проекта характеризует конкретное время, начиная с которого вся чистая прибыль идет на цели дальнейшего развития бизнеса, стимулирование инициаторов проекта и инвесторов. Это время определяется равенством площадей двух областей на графике: $I = PR_0$.

Следующим этапом плана является обоснование финансово-экономической целесообразности намечаемого производства. Такое обоснование связано с анализом показателей, определяющих коэффициенты ликвидности, платежеспособности, финансовой независимости, деловой активности, прибыли, устойчивости и стабильности предприятия, а главное — с ожидаемым сроком окупаемости проекта. Расчет указанных коэффициентов производится по данным прогнозного баланса активов и пассивов предприятия.

Инвестиционное предложение оформляется в виде приложения к бизнес-плану. Это анкета установленной формы, в которой предприниматель приводит краткие сведения, способные заинтересовать потенциального инвестора и убедить его в целесообразности вложения капитала. В анкете указываются основные данные об инициаторе проекта (фамилия, почтовые реквизиты фирмы, юридический статус компании, ее организационно-правовая форма), краткая характеристика объекта капиталовложений, финансовые ожидания (доходность капиталовложений, срок окупаемости проекта, величина чистой прибыли за время жизненного цикла товара и др.), а также другие необходимые сведения. Инвестиционное предложение направляется инвестору вместе с бизнес-планом для ознакомления и принятия окончательного решения об участии или неучастии данного предпринимателя в реализации проекта.

Квалифицированное решение финансовых вопросов — одна из самых важных проблем для предпринимателя. Часто встречающееся стремление сделать все самому может с большой вероятностью привести к плачевным результатам. Ведь речь идет о таком специальном вопросе, как финансы, где требуются совершенно конкретные профессиональные знания. Поэтому при составлении бизнес-плана целесообразно прибегать к услугам профессионального финансиста, не боясь дополнительных расходов.

Таким образом, в результате проделанной вами работы разработан план действий по достижению поставленных производственных целей.

Бизнес-план дает возможность выявить сильные и слабые стороны своего предприятия, определить, что потребуется для осуществления запланированной деятельности, оценить перспективы, предвидеть вероятные трудности и риски, что не даст им возможности перерасти в неразрешимые проблемы. Если намечаемое вами дело по всем признакам может оказаться убыточным, то составленный план должен отразить этот факт. Поэтому дешевле вначале составить бизнес-план и, проанализировав его, отказаться от сомнительной затеи, чем на собственном практическом опыте убедиться в ее сомнительности.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Что такое планирование?
2. Перечислите виды планирования и дайте их краткую характеристику.
3. Для чего необходимо составлять бизнес-план?
4. Назовите разделы бизнес-плана. В каком разделе бизнес-плана приводятся сведения о товаре?
5. Какие данные необходимо собрать о ваших конкурентах?
6. В каком разделе бизнес-плана рассматривается схема распространения товаров и политика ценообразования?
7. В каком разделе бизнес-плана рассчитывается себестоимость производства товара?
8. Где рассчитывается фонд заработной платы и определяется организационная структура фирмы?
9. С какими видами риска может столкнуться фирма и как их предотвратить?
10. Где составляется сводный баланс активов и пассивов фирмы?
11. В каком разделе бизнес-плана строится график безубыточности производства?
12. Что такое инвестиционное предложение?

Раздел VI

ФИНАНСОВЫЕ РЕСУРСЫ И ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ

Глава 16. ОБРАЗОВАНИЕ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ

16.1. Финансовые ресурсы организации, источники их финансирования

Любому предприятию для нормального функционирования постоянно нужны денежные средства или, как говорят экономисты, финансовые ресурсы. Они требуются для закупки сырья и материалов, оплаты своим сотрудникам, на ремонт старого оборудования и закупку нового и еще на многое другое. Если предприятию не хватает денежных средств на оплату всех этих затрат, ему придется либо сократить свое производство, либо совсем его закрыть.

Финансовые средства предприятия — денежные доходы и поступления, которые необходимы предприятию для оплаты текущих расходов и расширенного производства, а также для материального стимулирования работников.

Откуда у предприятия имеются денежные средства, т.е. каковы источники его финансирования? Во-первых, предприятие само зарабатывает деньги путем производства и продажи своих товаров и услуг — это *внутренние источники финансирования*. Все остальные денежные средства, которых ему не хватает для производства, предприятие берет извне (в долг) — это *внешние источники финансирования*. Таким образом, финансовые ресурсы предприятия формируются за счет собственных и заемных средств. Собственные средства находятся в полном распоряжении их владельца, а заемные используются временно, их необходимо вернуть в определенный срок и под определенный процент.

Рассмотрим более подробно, откуда берутся эти источники финансирования.

Внутренние источники финансирования — те денежные средства, которые предприятие получает от реализации продукции и услуг. Эти средства идут на текущие расходы: закупку сырья и материалов, оплату труда, амортизацию основных фондов и др. Все эти затраты предприятие включает в издержки производства (себестоимость). Если продукция предприятия пользуется спросом, оно вынуждено расширять свое производство, увеличивать объем выпускаемой продукции, приобретать новое оборудование либо его совершенствовать. Деньги для этих целей берутся из прибыли. Вспомним, что из накопления средства идут на расширение производства, а из фонда потребления — для материального стимулирования работников.

Вложения денежных средств в основные фонды — капиталовложения — финансируются за счет внутренних источников: накопленной прибыли и амортизационных отчислений.

Внешние источники финансирования — если предприятию не хватает своих собственных средств, оно вынуждено обращаться за внешней помощью. Внешние финансовые ресурсы предприятие может получить либо благодаря кредитно-банковской системе (от различных кредиторов), либо через финансовый рынок за счет выпуска и продажи ценных бумаг (акций, облигаций). Чаще всего оно берет деньги в долг у банка. При этом предприятие заимствует их на определенный срок и под определенный процент. Это называется кредитованием. Деньги берутся либо в долг в виде краткосрочных кредитов (до года), либо долгосрочных (на период больше года). Лица, предоставляющие кредит, называются кредиторами.

Обычно предприятие берет краткосрочный кредит для финансирования своих текущих расходов. Краткосрочные кредиты бывают трех видов.

1. Коммерческий кредит — когда одно предприятие (предприятие-поставщик) предоставляет кредит другому предприятию (предприятию-заказчику). Оплата за проданные товары или оказанные услуги в данном случае производится не сразу, а с отсрочкой, через определенный период времени. На основании составленного договора выписывается вексель — долговой документ, где указывается, в какой срок заказчик обязуется выплатить долг.

2. Банковский кредит — предоставление краткосрочных кредитов банками или другими финансовыми институтами под определенный процент.

3. Коммерческие ценные бумаги — обычно в виде выпуска акций публичными АО, облигаций.

Другой вид кредитования — долгосрочный. Такое кредитование необходимо тем, кто занимается строительством различных объектов, для приобретения дорогостоящего оборудования и др.

Долгосрочные займы делятся на два вида.

1) *обеспеченная долговая ссуда* — вид долгосрочного кредитования, предоставляемый заемщику под залог. Составляется закладная — документ на свое имущество, которое он закладывает в обмен на тот случай, если не сможет погасить ссуду в срок;

2) *необеспеченная долговая ссуда* — может быть предоставлена под «честное слово» тому заемщику, который хорошо себя зарекомендовал и вовремя оплачивает свой кредит.

Правильно распределить финансовые средства — важное направление любого предприятия для эффективного экономического развития.

16.2. Движение денежных средств. Основные функции финансов предприятия

Финансовые средства, которые формируются на предприятии, не лежат «мертвым грузом», а постоянно находятся в движении (обороте). Этот процесс непрерывный, он существует до тех пор, пока функционирует предприятие. В результате движения финансовых средств предприятие вступает в отношения:

- с поставщиками сырья и материалов;
- работниками предприятия;
- потребителями;
- государством;
- вышестоящими организациями;
- страховыми компаниями;
- банками и другими кредиторами;
- сторонними организациями.

Для того чтобы правильно выстроить отношения со всеми этими субъектами, финансовые ресурсы предприятия должны осуществлять различные функции.

Существуют несколько основных функций финансов.

Производственная функция. Эта функция является одной из основных, так как главная цель предприятия — производство материальных благ для удовлетворения потребностей потребителя. За счет финансовых ресурсов предприятие осуществляет производственную деятельность. Благодаря денежным средствам оно может, в первую очередь, поддерживать простое воспроизводство,

оплачивая свои текущие расходы, обновлять и модернизировать основные средства, усовершенствовать технологический процесс производства.

Непроизводственная функция. Не все финансовые ресурсы распределяются в производственную сферу. Предприятию необходимы также средства для оплаты кредитов, часть их нужно отложить в фонды накопления и потребления. В данном случае финансовые ресурсы осуществляют непроизводственную функцию. От того, насколько своевременно и разумно будут использоваться средства в непроизводственной сфере, зависит эффективность основной производственной деятельности предприятия.

Инвестиционная функция. Любое предприятие стремится не просто получить прибыль от своей деятельности, но и максимально ее увеличить. С этой целью необходимо выпускать такую продукцию, которая пользуется спросом. Только тогда оно может расширять свое производство. Для этого нужны существенные вложения — инвестиции. Таким образом возникает еще одна функция финансовых средств — инвестиционная. Финансовые вложения могут быть как краткосрочными, так и долгосрочными.

Накопительная функция. Для предприятия важно иметь определенный запас (накопительную часть средств в резервном фонде). Эти денежные средства необходимы для расширения производства, закупки нового оборудования, строительства дополнительных объектов, привлечения в процесс производства высококвалифицированных специалистов и т. п. Ускорение оборота оборотных средств также способствует увеличению собственных финансовых ресурсов. Кроме того, имеющиеся в наличии у предприятия финансовые ресурсы необходимы для обеспечения непрерывного процесса производства.

Распределительная функция. Она отличается от производственной и инвестиционной функций тем, что не приносит доход, а распределяет его. Эти денежные средства перераспределяются на оплату налогов в госбюджет, кредиторам, сотрудникам предприятия, производственную и непроизводственную сферы и др. Важно соблюдать оптимальное соотношение между накопительной и потребительной частью денежных средств, уметь ими грамотно распорядиться. Если накопительный фонд превышает потребление, то это свидетельствует о финансовой устойчивости предприятия.

Потребительная функция. Так же как и распределительная, эта функция не является доходной, а имеющиеся собственные средства, в первую очередь, идут на материальное стимулирование сотрудников. Это плата за повышение производительности труда,

качества и увеличение количества выпускаемой продукции, что приводит к экономическому росту предприятия.

Контролирующая функция. На предприятии должен проводиться строгий учет и контроль финансовых ресурсов. Контроль за финансовыми ресурсами предприятия ведется также и на государственном уровне. Внутрипроизводственный учет и контроль позволяют правильно и своевременно распорядиться имеющимися средствами и на основании имеющейся информации спрогнозировать свою дальнейшую деятельность.

Все функции финансовых ресурсов взаимосвязаны между собой. Например, чтобы воспользоваться финансами, необходимо их сначала накопить, затем для правильного распределения их надо учесть и постоянно контролировать. Таким образом, мы видим, что вся дальнейшая эффективная деятельность предприятия и его сотрудников во многом зависит от наличия и грамотного использования финансовых ресурсов.

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Из чего складываются финансовые средства предприятия?
2. Назовите основные источники финансирования предприятия.
3. Назовите виды краткосрочных кредитов.
4. Назовите виды долгосрочных займов.
5. Каковы основные функции финансов?

Глава 17. ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ

17.1. Внешнеэкономическая деятельность предприятия

Внешнеэкономическая деятельность — это важная сфера деятельности отечественных предприятий на современном этапе.

В соответствии со ст. 1 Федерального закона от 18 июля 1999 г. № 183-ФЗ *внешнеэкономическая деятельность* — это внешнеторговая, инвестиционная и иная деятельность в области международного обмена товарами, информацией, работами, услугами, результатами интеллектуальной деятельности.

Основным видом внешнеэкономической деятельности является внешняя торговля. Участниками внешнеторговой деятельности являются как российские, так и иностранные лица.

Внешнеторговая деятельность — сделки в области внешней торговли товарами, услугами, информацией и интеллектуальной собственностью (на основании ст. 2 Федерального закона от 8 декабря 2003 г.).

Выходить на внешний рынок и заниматься внешнеэкономической деятельностью может не только государство, но и отдельные предприятия, организации, объединения. Согласно Закону РФ «О предприятиях и предпринимательской деятельности» предприятия могут самостоятельно заниматься предпринимательской деятельностью. При этом они самостоятельно выбирают внешний рынок, иностранного партнера, вид деятельности исходя из своих возможностей. Как и внутри страны, предприятие может осуществлять любые виды внешнеэкономической деятельности, если это не запрещено законом.

Выходить на внешний рынок и заниматься внешнеэкономической деятельностью предприятие может как самостоятельно, образуя свои собственные внешнеторговые фирмы, так и прибегать к помощи внешнеэкономических посредников. Чаще всего к таким услугам прибегают малые либо средние предприятия. Многие предприятия осуществляют внешнеэкономическую деятельность параллельно со своей основной деятельностью на внутреннем рынке.

Сущность внешнеэкономической деятельности предприятия заключается в том, что, выходя на мировой рынок, они осуществ-

вляют экспортно-импортные операции, оказывают различные услуги, обмениваются технологиями с иностранными партнерами. Критерием выбора внешнеэкономической деятельности является минимизация расходов на реализацию этой деятельности.

Благодаря Указу Президента РФ «О либерализации внешнеэкономической деятельности» предприятия, а также их объединения могут заниматься внешнеэкономической деятельностью без специальной регистрации, если они уже зарегистрированы на территории России.

Чтобы заниматься такой деятельностью, необходимо подписать внешнеэкономический контракт. Цель такого документа — урегулирование взаимоотношений сторон внешнеэкономической деятельности. В нем указываются права и обязанности обеих сторон при осуществлении такой деятельности, а также условия, при которых будут реализовываться внешнеторговые операции и взаимные уступки сторон.

Каковы преимущества выхода отечественных предприятий на внешний рынок?

1. Внешнеэкономическая деятельность способствует развитию экспортного потенциала страны.
2. Иностранные кредиты дают возможность технического перевооружения и модернизации производства предприятий.
3. Повышение технического и технологического уровня ведут к росту предприятия.
4. Повышается конкурентоспособность отечественных товаров на мировом рынке.
5. Благодаря внешнеэкономической деятельности предприятия могут воспользоваться преимуществами международной кооперации производства для более эффективного ведения процесса производства.
6. Происходит изменение в структуре импорта за счет более активного внедрения отечественных предприятий на внешний рынок.
7. Активные внешнеэкономические связи обеспечивают экономическую безопасность страны.

17.2. Анализ эффективности внешнеторговой деятельности фирмы

Эффективность внешнеторговой деятельности фирмы — это соотношение совокупности затрат и доходов от ее внешнеторговых операций.

Расчет этого показателя производится для того, чтобы обосновать предложения о продаже и закупке товаров, оценить сложившуюся структуру и направления внешнеторгового оборота фирмы.

Фирма-производитель в настоящее время может выбирать, где ей выгоднее реализовать свой товар — на внешнем или на внутреннем рынке. Однако уже сейчас ей нет необходимости продавать свою продукцию на мировом рынке даже в том случае, если требуется конвертируемая иностранная валюта. Можно продать свой товар на внутреннем рынке, а валюту (например, для закупки товаров за рубежом) приобрести, обменяв свою рублевую выручку на валютном рынке страны (на валютной бирже).

Фирмы имеют возможность не только продавать и закупать товары на мировом рынке, но и заниматься посреднической деятельностью во внешней торговле. В этой связи для многих предприятий становятся важными следующие расчеты: как выгоднее купить товар у отечественных производителей и продать его на внешнем рынке или, наоборот, как выгоднее купить товар за границей и реализовать его в своей стране. Большое значение при этом приобретает анализ внутренних и мировых цен на одну и ту же продукцию, затраты на ее перевозку, погрузку, разгрузку, страхование, уплату таможенных пошлин и другие накладные расходы.

В результате показатели эффективности внешнеторговой деятельности фирмы и их анализ позволяют выявить выгодность внешнеторговых операций по импорту и экспорту как для производителей, так и для посредников. Организация международной торговли играет существенную роль в решении глобальных вопросов экономики: Что производить? Как и сколько производить? Для кого производить?

ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Для чего предприятию нужны финансовые ресурсы?
2. Что такое финансовые средства предприятия?
3. Каковы источники финансирования предприятия?
4. Кто такие кредиторы?
5. Какие бывают виды кредитов?
6. Перечислите основные функции финансов.
7. Что такое внешнеэкономическая деятельность?
8. Каковы преимущества выхода отечественных предприятий на внешний рынок?
9. Что означает эффективность внешнеторговой деятельности фирмы?

Словарь экономических терминов и понятий

Акционерное общество (АО) — объединение акционеров — вкладчиков капитала, образованное на основе устава для совместной хозяйственной деятельности.

Альтернативные затраты — издержки на производство товара, оцененные с точки зрения потерянной возможности применения тех же ресурсов в других целях.

Амортизация (от лат. *amortisatio* — погашение) — процесс перенесения стоимости изношенной части основных фондов на создаваемую продукцию, выполняемую работу, оказываемые услуги. В соответствии с нормами часть стоимости основных фондов включается в издержки производства, т. е. в себестоимость продукции.

Аренда (польск. *arenda* от позднелат. *arrendare* — отдавать в наем; англ. *lease, rent*) — имущественный найм, представляет собой временное владение и пользование имуществом за определенную плату для самостоятельного осуществления хозяйственной деятельности или иных целей.

Арендная плата — определенные в твердой сумме платежи, вносимые периодически или единовременно.

Асимметрия информации — положение, при котором одна часть участников рыночной сделки располагает важной информацией, а другая — нет.

Банкротство (несостоятельность) — признанная арбитражным судом неспособность должника в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей.

Бизнес-план — документ, в котором прописываются основные направления деятельности организации, ставятся цели и задачи, а также способы их решения.

Вероятность (англ. *probability*) — это возможность получения определенного результата или возникновения какого-то случая.

Внешнеэкономическая деятельность — внешнеторговая, инвестиционная и иная деятельность в области международного обмена товарами, информацией, работами, услугами, результатами интеллектуальной деятельности.

Внешняя среда организации — вся та деятельность организации, которую она осуществляет за пределами (вне) предприятия.

Внутренняя среда организации — ресурсы: материальные (здания, технологическое оборудование, машины, инфраструктура), человеческие, финансовые, которые непосредственно связаны с производством внутри предприятия.

Государственная корпорация — некоммерческая организация, не имеющая членства, учрежденная на основе имущественного взноса.

Государство — совокупность правительственных учреждений и организаций, обладающих политическим и юридическим правом воздействовать на ход экономических процессов, регулировать экономику.

Должник — физическое или юридическое лицо, которое оказывается не в состоянии удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам оплатить обязательные платежи в течение срока, установленного Федеральным законом.

Домохозяйство — самостоятельная экономическая единица, являющаяся собственником экономических ресурсов — труда, земли, капитала и предпринимательских способностей семьи. Обычно домохозяйства включают в сектор потребителей.

Доход — денежная сумма, получаемая продавцом при продаже определенного количества товара.

Заработная плата — совокупность вознаграждений в денежной и (или) натуральной форме, полученных работниками за фактически выполненную работу.

Издержки — денежное выражение затрат факторов производства, необходимых для осуществления предприятием своей производственной и коммерческой деятельности.

Износ основных фондов — постепенная утрата их стоимости в период функционирования.

Инвестиции — расходы предприятий не только на оборудование, здания и прочие основные фонды, но также вложение денежных средств в ценные бумаги, в отрасли инфраструктуры (транспорт, торговля, бытовые услуги и др.).

Инвестиционные ресурсы (капитал) — средства производства, изготовленные человеком и предназначенные для производства товаров и услуг. К ним относятся: здания, сооружения, машины, оборудование, инструменты.

Индексация — механизм компенсации, с помощью которого с ростом цен на товары увеличиваются доходы и сбережения населения.

Кадры (персонал) — все работники, которые осуществляют различные функции на предприятии (весь списочный состав работников).

Капитальные вложения — денежные средства, используемые для создания основных фондов.

Командная экономическая система — основана на передаче приказов и команд сверху вниз, из планирующего центра на места.

Коммерческая организация — предприятие, основной целью деятельности которой является систематическое получение прибыли от продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг, а также от использования имущества.

Корпорация — договорное объединение, созданное на основе сочетания производственных, научных и коммерческих интересов.

Косвенные затраты — затраты, которые нельзя непосредственно отнести на себестоимость одного изделия: они связаны с производством многих изделий.

Лизинг — долгосрочная аренда.

Логистика (от греч. *logistike* — счетное искусство) — экономическая наука об организации, регулировании, управлении и оптимизации движения различных потоков (материальных, информационных, финансовых) от начала производства продукции и доведения ее до потребителя.

Макроэкономика — наука о хозяйстве в целом.

Микроэкономика — наука о потребителях и фирмах.

Моральный износ основных фондов — их обесценивание под влиянием научно-технического прогресса.

Некоммерческая организация — форма организации, основной целью которой не является получение прибыли.

Некоммерческое партнерство — основанная на членстве некоммерческая организация, учрежденная гражданами и (или) юридическими лицами.

Неограниченная ответственность — ответственность лиц, вложивших свои средства в предприятие и несущих совместную ответственность по обязательствам предприятия всем своим имуществом.

НМА — это неденежные активы, которые в отличие от материальных, не имеют осязаемой формы, используются более одного года и способны приносить доход.

Номинальная заработная плата — это сумма заработка, выраженная в деньгах и полученная работником за определенный период.

Оборотные средства предприятия — включают в себя оборотные фонды и средства обращения, выраженные в денежной форме.

Общество с ограниченной ответственностью (ООО) — форма предприятия, в которой все члены несут только ограниченную ответственность.

Ограниченная ответственность — ответственность лица, вложившего свои средства в предприятие и отвечающего по обязательствам предприятия только в пределах своих вкладов.

Оптимальный объем производства продукции — такое количество продукции, которое производится при наименьших затратах с наиболее высокой эффективностью.

Основные производственные фонды (основной капитал, основные средства) — средства труда, которые длительное время участвуют в про-

изводственном процессе и частями, по мере износа, переносят свою стоимость на готовую продукцию, не меняя свою первоначальную натуральную форму.

План — научно обоснованная программа действий, разрабатываемых на определенный период для осуществления определенной цели и поставленных задач.

Переменные затраты — затраты, которые зависят от объема выпускаемой продукции.

Повременная оплата — работник получает фиксированную сумму (ставку) за каждый отработанный промежуток времени (час, день, месяц, смену).

Постоянные затраты — затраты, которые не зависят от объема выпускаемой продукции.

Предельные затраты — изменение общих затрат фирмы в результате производства еще одной дополнительной единицы продукции.

Предприятие — организация, группа людей, объединенных для достижения поставленных целей.

Прибыль — разница между доходом и затратами.

Природные ресурсы — все естественные ресурсы, блага природы, используемые человеком в процессе производства. К ним относятся: сельскохозяйственные угодья, леса, вода, воздух, участки под новое строительство и др.

Продовольственная корзина — набор продуктов питания на одного человека в месяц, рассчитанный на основе минимальных норм потребления продуктов («черта бедности»).

Прожиточный минимум (потребительская корзина) — обобщенный показатель уровня жизни; стоимостная оценка натурального набора продуктов, непродовольственных товаров и услуг, которые общество признает необходимыми для поддержания традиционного уровня жизни.

Производительность труда — выработка продукции (выполнение работ или оказание услуг) за единицу времени, либо затраты труда на единицу произведенной продукции (работ или услуг).

Производственная мощность предприятия — оптимально возможный выпуск продукции за единицу времени при максимальном использовании основных производственных фондов, передовой технологии, организации производства и труда.

Производственная структура предприятия — хозяйственный объект, включающий в себя комплекс производственных единиц (цехов, отделов, служб, лабораторий), взаимосвязанных между собой в процессе производства.

Производственный процесс — совокупность человеческих ресурсов и средств производства, направленных на превращение исходных сырья и материалов в готовую продукцию.

Прямые затраты — такие статьи затрат, которые на основе норм расхода могут быть прямо отнесены на себестоимость того или иного конкретного изделия.

Полное товарищество — объединение нескольких граждан и (или) юридических лиц для совместной хозяйственной деятельности на основании договора между ними.

Публичное акционерное общество — форма коммерческой организации, акции которого и ценные бумаги, конвертируемые в его акции, публично размещаются (путем открытой подписки) и публично обращаются на условиях, установленных законами о ценных бумагах.

Рабочее место — элемент производственной структуры; место, где должен находиться работник для выполнения работы (производственных операций) в условиях, предусмотренных нормативно-технической документацией.

Реальная заработная плата — то количество товаров и услуг, которое может быть приобретено работником при данном размере денежной заработной платы и данном уровне цен на товары и услуги, т. е. это совокупность товаров и услуг, которые можно приобрести на эти деньги с учетом их покупательной способности.

Рентабельность — отношение прибыли к затратам, выраженное в процентах.

Реорганизация организации — изменение ее организационно-правовой формы, в результате чего права и обязанности прежнего юридического лица переходят к новому владельцу.

Рынок — система экономических отношений, складывающихся в процессе производства, обращения и распределения товаров, а также движения денежных средств, рабочей силы и других факторов производства.

Сдельная (индивидуальная и коллективная) оплата труда — ставка выплачивается за определенное количество (объем) выполненной работы.

Себестоимость — выраженная в денежной форме сумма затрат на производство и реализацию продукции.

Смешанная экономическая система — присутствие элементов всех действующих систем: традиционной, командной и рыночной.

Средства труда — та часть средств производства, с помощью которых человек в процессе своей производственной деятельности воздействует на обрабатываемый предмет.

Срок полезного использования — период, в течение которого объект основных средств и (или) объект нематериальных активов служат для выполнения целей деятельности налогоплательщика.

Субсидиарная ответственность — дополнительные (сопутствующие основному) обязательства контролирующих должника лиц и (или) его руководителя, которые в установленных законом случаях несут ответственность по обязательствам должника.

Традиционная экономическая система — использование ресурсов для производства необходимых обществу благ; заключается в постоянном возобновлении традиционно установившихся способов их производства и распределения среди членов общества.

Трест — монополистическое объединение предприятий, ранее принадлежащих разным предпринимателям, в единый производственно-хозяйственный комплекс.

Труд — это совокупность знаний, умений и навыков, физических и интеллектуальных способностей людей (т. е. человеческие ресурсы), которые затрачиваются в процессе производства.

Товарищество — коллективная форма организации бизнеса, где два или более партнеров объединяются для осуществления предпринимательской деятельности.

Унитарное предприятие (УП) — коммерческая организация, не разделенная правом собственности на закрепленное за ней собственником имущество.

Уровень безработицы — определяется как отношение численности безработных к общей численности рабочей силы (экономически активного населения) в процентах.

Физический износ — ухудшение технического состояния основных фондов, потеря средствами труда своих первоначальных качественных характеристик в результате производственного функционирования или бездействия.

Финансовые группы (финансово-промышленные группы) — объединения юридически и экономически самостоятельных предприятий разных отраслей народного хозяйства, при формировании которых ставится задача объединения банковского капитала и производственного потенциала.

Финансовые средства предприятия — денежные доходы и поступления, которые необходимы предприятию для оплаты текущих расходов и расширенного производства, а также для материального стимулирования работников.

Фонд оплаты труда — денежные средства предприятия, которые распределяются на заработную плату, премии, различные доплаты, стимулирующие и компенсирующие выплаты, выплаты за неотработанное время, установленные законодательством.

Фондовооруженность — отношение стоимости основных производственных фондов к численности работников данного предприятия.

Фондоёмкость продукции — величина, обратная фондоотдаче, которая характеризует стоимость основных фондов, приходящихся на единицу продукции.

Фондоотдача — отношение годового выпуска продукции к среднегодовой стоимости основных производственных фондов.

Хозяйственное товарищество — коммерческая организация с разделенным на доли (вклады) учредителей (участников) уставным (складочным) капиталом.

Холдинг — специфическая организационная форма объединения капиталов. Подобные объединения образуются, когда акционерное обще-

ство (товарищество) непосредственно не занимается производственной деятельностью, а лишь использует свои финансовые средства для приобретения контрольных пакетов акций других акционерных фирм в целях финансового контроля за их работой и получения дохода на вложенный в акции капитал.

Цена — денежное выражение стоимости товара.

Цех — элемент производственной структуры предприятия; территориально обособленное специализированное подразделение производственного предприятия, созданное для выпуска продукции либо осуществления определенного этапа производственного процесса.

Частное учреждение — созданная собственником (гражданином или юридическим лицом) некоммерческая организация для осуществления социально-культурных, управленческих и других целей некоммерческого характера.

Экстенсивный коэффициент — отношение фактического (планового) рабочего времени к расчетному фонду рабочего времени.

Экономика — общественная наука, которая на основе анализа ограниченных материальных и человеческих ресурсов решает проблему выбора обществом оптимальных способов удовлетворения потребностей.

Эффективность внешнеторговой деятельности фирмы — соотношение совокупности затрат и доходов от ее внешнеторговых операций.

Юридическое лицо — организация, которая имеет в собственности, полном хозяйственном ведении или в оперативном управлении обособленное имущество и отвечает этим имуществом по своим обязательствам; может от своего имени приобретать имущество и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде.

Явочный состав работников — то количество работников, которые каждый день ходят на работу и выполняют ее в установленные сроки.

Список литературы

- Федеральный закон от 26 октября 2002 г. № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» (ред. от 03.12.2011).
- Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть 1. — М. : Изд-во «Ось-89», 2001. — 192 с. (ред. от 06.12.2011, с изм. от 27.06.2012).
- Водянов А.* Производственные мощности российской промышленности в контексте задач экономического роста / А. Водянов, О. Гаврилова, Т. Маршова // Российский экономический журнал. — М., 2006. — № 2. — С. 20.
- Дасковский В. Б.* Совершенствование оценки эффективности инвестиций / В. Б. Дасковский, В. Б. Киселев // Экономист. — М., 2009. — № 1.
- Дасковский В. Б.* Фактор времени при оценке эффективности инвестиционных проектов / В. Б. Дасковский, В. Б. Киселев // Экономист. — М., 2008. — № 1.
- Дасковский В. Б.* Об оценке эффективности инвестиций / В. Б. Дасковский, В. Б. Киселев // Экономист. — М., 2007. — № 3.
- Камышанов П. И.* Практическое пособие по бухгалтерскому учету / П. И. Камышанов, А. П. Камышанов, Л. И. Камышанова. — М. : Элиста : АПП «Джангар», 2001.
- Маликов О. Б.* Деловая логистика / О. Б. Маликов. — М. : Политехника, 2003.
- Миротин Л. Б.* Логистика : обслуживание потребителей : учебник / Л. Б. Миротин, Ы. Э. Тасибаев, А. Г. Касенов. — М. : Инфра-М, 2002.
- Набиулина Э. С.* Приоритеты деятельности на 2008 г. и среднесрочную перспективу / Э. С. Набиулина // Экономист. — М., 2008. — № 4.
- Неруш Ю. М.* Логистика / Ю. М. Неруш. — М. : Юнити, 2003.
- Семененко А. И.* Логистика : основы теории / А. И. Семененко. — М. : Союз, 2003.
- Учет. Отчетность. Налогообложение // Казенные учреждения. — М., 2011. — № 2.
- Фролова Т. А.* Экономика предприятия. Конспект лекций / Т. А. Фролова. — Таганрог : ТТИ ФЮУ, 2012.
- Экономика предприятия : практикум / под ред. проф. А. С. Пелиха. — Ростов на/Д : Феникс, 2004.

Оглавление

Уважаемый читатель!	3
РАЗДЕЛ I. ВВЕДЕНИЕ В ЭКОНОМИКУ	4
Глава 1. Сущность рыночной экономики	4
1.1. Что такое экономика?	4
1.2. Микроэкономика и макроэкономика	7
1.3. Экономические ресурсы	8
1.4. Проблема распределения редких ресурсов — основная проблема экономики	10
1.5. Типы экономических систем	12
Глава 2. ЭКОНОМИКА И РЫНОК	14
2.1. Что такое рынок?	14
2.2. Становление рынка	15
2.3. Основные характеристики рынка	18
2.4. Субъекты рыночных отношений и экономический кругооборот между ними	22
2.5. Классификация рынков	24
РАЗДЕЛ II. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И ОРГАНИЗАЦИЯ	29
Глава 3. Основные организационно-правовые формы организаций	29
3.1. Предприниматель и предпринимательство	29
3.2. Сущность предпринимательской деятельности	30
3.3. Понятие и сущность организации (предприятия)	33
3.4. Классификация предприятий	35
3.5. Классификация объединений предприятий	40
3.6. Коммерческие и некоммерческие организации	42
3.7. Организационно-правовые формы коммерческих организаций	43
3.8. Основные организационно-правовые формы некоммерческих организаций	61
3.9. Создание организации	64
3.10. Реорганизация организации	68
3.11. Ликвидация организаций	72
3.12. Банкротство предпринимателей и организаций	75

Глава 4. Роль организации в производстве	79
4.1. Производственная структура предприятия.....	79
4.2. Производственный процесс и принципы его организации	81
4.3. Производственные возможности предприятия	83
4.4. Энергосбережение и энергоэффективность предприятия.....	85
Глава 5. Предприятие в условиях рыночной экономики. Экономика информации, неопределенности и риска	87
5.1. Внутренняя и внешняя среда организации.....	87
5.2. Выбор в условиях неопределенности. Неопределенность и риск	90
5.3. Типы вероятностей.....	91
5.4. Виды рисков	93
5.5. Измерение риска	94
5.6. Принцип убывания «предельной полезности»	98
5.7. Отношение к риску	101
5.8. Методы снижения степени риска	103
5.9. Моральный риск и способы его минимизации	105
5.10. Рынки с асимметричной информацией — дополнительный риск	106
5.11. Меры борьбы с последствиями асимметрии информации	107
5.12. Принцип «Пусть остерегается продавец» против принципа «Пусть остерегается покупатель».....	109
Глава 6. Основы логистики организации	112
6.1. Понятие и виды логистики организации (предприятия).....	112
6.2. Цели и задачи логистики.....	115
6.3. Принципы формирования логистической системы	117
6.4. Планирование и прогнозирование логистики.....	118
РАЗДЕЛ III. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА ОРГАНИЗАЦИИ	121
Глава 7. Производственные фонды предприятия	121
7.1. Понятие о производственных фондах. Их сущность и основные типы	121
7.2. Классификация и структура основных производственных фондов.....	124
7.3. Учет и оценка основных фондов	125
7.4. Износ основных производственных фондов	129
7.5. Амортизационные отчисления.....	131
7.6. Методы расчета амортизационных отчислений	133
7.7. Показатели эффективности использования основных фондов.....	140
7.8. Оборотные средства, их структура и показатели	142
7.9. Аренда, арендные отношения	144
7.10. Виды аренды	148
7.11. Лизинг, НМА	150

Глава 8. Инвестиционная политика в Российской Федерации	157
8.1. Экономическое содержание капитальных вложений, инвестиций...	157
8.2. Формы капитала и инвестиционной деятельности	160
8.3. Положение в инвестиционной сфере	161
8.4. Условия роста инвестиционной активности	163
8.5. Источники финансирования инвестиционной деятельности	165
8.6. Оценка экономической эффективности инвестиций	167
РАЗДЕЛ IV. КАДРЫ, ОРГАНИЗАЦИЯ ТРУДА И ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ	172
Глава 9. Трудовые ресурсы организации и производительность труда	172
9.1. Рынок труда.....	172
9.2. Кадровая политика организации.....	173
9.3. Экономическая сущность производительности труда. Показатели производительности	177
9.4. Факторы производительности труда	179
Глава 10. Организация заработной платы в промышленности	181
10.1. Понятие заработной платы, принципы ее организации.....	181
10.2. Системы оплаты труда.....	186
10.3. Фонд оплаты труда, его структура.....	188
10.4. Основные виды и формы оплаты труда	190
10.5. Номинальная и реальная заработная плата.....	193
10.6. Трудовой договор и контрактная система найма.....	197
10.7. Индексация заработной платы	200
10.8. Расчет индекса цен.....	201
РАЗДЕЛ V. ОСНОВНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	203
Глава 11. Себестоимость и калькуляция	203
11.1. Сущность себестоимости, ее виды	203
11.2. Калькуляция себестоимости.....	206
11.3. Структура и классификация затрат (издержек)	208
11.4. Пути снижения себестоимости	215
Глава 12. Доход, прибыль и рентабельность организации	218
12.1. Доход предприятия и его виды.....	218
12.2. Понятие прибыли. Источники получения прибыли	219
12.3. Формирование прибыли на предприятии.....	222
12.4. Распределение прибыли предприятия.....	226
12.5. Рентабельность работы предприятия.....	227
Глава 13. Ценовая политика предприятия	230
13.1. Цена в современной экономике.....	230
13.2. Стратегии ценообразования	231

13.3. Этапы ценообразования	232
13.4. Виды цен.....	235
13.5. Условия, при которых цены не формируются, а назначаются	239
13.6. Методы ценообразования	240
13.7. Методики расчетов формирования цен.....	242
Глава 14. Внутрифирменное планирование в предпринимательстве... 245	
14.1. Сущность планирования.....	245
14.2. Виды планирования.....	246
Глава 15. Бизнес-план..... 249	
15.1. Бизнес-план — основа создания предприятия.....	249
15.2. Разделы бизнес-плана.....	251
РАЗДЕЛ VI. ФИНАНСОВЫЕ РЕСУРСЫ И ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ..... 268	
Глава 16. Образование финансовых ресурсов на предприятии..... 268	
16.1. Финансовые ресурсы организации, источники их финансирования.....	268
16.2. Движение денежных средств. Основные функции финансов предприятия.....	270
Глава 17. Внешнеэкономическая деятельность организации..... 273	
17.1. Внешнеэкономическая деятельность предприятия	273
17.2. Анализ эффективности внешнеэкономической деятельности фирмы.....	274
Словарь экономических терминов и понятий.....	276
Список литературы.....	283

НАПИСАНИЕ на ЗАКАЗ:

1. Дипломы, курсовые, рефераты, чертежи...
2. Диссертации и научные работы
3. Школьные задания
Онлайн-консультации
ЛЮБАЯ тематика, в том числе ТЕХНИКА
Приглашаем авторов

УЧЕБНИКИ, ДИПЛОМЫ,
ДИССЕРТАЦИИ -
На сайте электронной
библиотеки
www.учебники.информ2000.рф

Учебное издание

Котерова Наталья Петровна

Экономика организации

Учебник

Редактор *Л. В. Толочкова*

Технический редактор *О. Н. Крайнова*

Компьютерная верстка: *И. В. Постникова*

Корректор *Л. В. Гаврилина*

Изд. № 108104179. Подписано в печать 08.07.2015. Формат 60 × 90/16.
Гарнитура «Балтика». Бумага офсетная. Печать офсетная. Усл. печ. л. 18,0.
Тираж 2 500 экз. Заказ № 37229.

ООО «Издательский центр «Академия». www.academia-moscow.ru

129085, Москва, пр-т Мира, 101В, стр. 1.

Тел./факс: (495) 648-0507, 616-00-29.

Санитарно-эпидемиологическое заключение № РОСС RU. АЕ51. Н 16679 от 25.05.2015.

Отпечатано в соответствии с качеством предоставленных издательством
электронных носителей в ОАО «Саратовский полиграфкомбинат».
410004, г. Саратов, ул. Чернышевского, 59. www.sarpk.ru

