МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АЛЬ-ФАРАБИ

Рахматуллаева Д.Ж.

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЯ

(учебное пособие)

Алматы

2017

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |
| --- | --- |
|  | стр. |
| Введение | 4 |
|  |  |
| Глава 1. Предприятие в системе национальной экономики | 5 |
| 1.1. Место и роль предприятия в народно-хозяйственном комплексе страны | 5 |
| 1.2. Предпринимательство как основа рыночной экономики | 18 |
| 1.3. Предприятие как субъект и объект предпринимательской деятельности | 31 |
|  |  |
| Глава 2. Производственные ресурсы предприятия | 38 |
| 2.1. Экономические ресурсы и издержки производства предприятия | 38 |
| 2.2. Основные средства и производственные мощности предприятия | 40 |
| 2.3. Оборотные производственные фонды и оборотные средства предприятия | 47 |
| 2.4. Трудовые ресурсы и основные системы оплаты труда на предприятии | 57 |
|  |  |
| Глава 3. Производственная деятельность предприятия | 71 |
| 3.1 Организация производства на предприятии | 71 |
| 3.2Себестоимость продукции, факторы развития и роста продуктивности и сниже­ния издержек производства | 84 |
| 3.3 **Результаты предпринимательской деятельности** | 92 |
| 3.4 Ценообразование и ценовая политика предприятия | 101 |
|  |  |
| Глава 4. Финансово-экономическая деятельность предприятия | 111 |
| 4.1 Организация финансов на предприятии | 111 |
| 4.2 Экономическая эффективность работы предприятия | 124 |
| 4.3 Инвестиционно-инновационная деятельность предприятия | 149 |
| 4.4 Продукция предприятия и ее конкурентоспособность | 157 |
| 4.5 Экономическая стратегия развития предприятия | 173 |
|  |  |
| Тесты | 178 |
| Задачи | 191 |
|  |  |
| Список использованных источников | 201 |

**ВВЕДЕНИЕ**

Экономика как наука предполагает решение такой важной проблемы: как обществу рационально использовать имеющиеся ограниченные ресурсы для производства необходимых продуктов и услуг и эффективно распределять их среди разных групп. В свою очередь, в рамках курса «Экономика предприятия» изучается то, как вышеуказанная проблема решается на уровне одного предприятия.

Предметом изучения курса является совокупность социально-экономических отношений, возникающих во внутренней сфере деятельности предприятия и во взаимодействии его с окружающей внешней средой.

Объектом исследования курса является предприятие как отдельная хозяйствующая единица.

Курс включает в себя несколько разделов:

1. Предприятие в системе национальной экономики.

2. Производственные ресурсы предприятия.

3. Производственная деятельность предприятия.

4. Финансово-экономическая деятельность предприятия.

Дисциплина «Экономика предприятия», для преподавания которой предназначено данное учебное пособие, тесно связано с такими экономическими дисциплинами, как «Экономическая теория», «Микроэкономика», «Маркетинг», «Бухгалтерский учет и аудит», «Экономический анализ деятельности фирмы» и др.

**Глава 1 Предприятие в системе национальной экономики**

**1.1 Место и роль предприятия в народно-хозяйственном комплексе страны.**

**Предприятие как основной субъект рыночной экономики.** В период формирования рыночных отношений предприятие – не просто основной субъект экономики, но и главный сектор национального хозяйства, обеспечивающий общество необходимыми благами. Деятельность предприятия имеет свои особенности, и, являясь гибкой, подчиняется различным экономическим законам, а также законодательству, принятому в каждой стране.

Предприятие в качестве самостоятельной хозяйственной единицы обладает статусом юридического лица и с целью получения прибыли осуществляет следующие виды деятельности, не противоречащие законодательству страны:

- производственная,

- коммерческая,

- некоммерческая,

- логистическая,

- исследовательская,

- сбытовая и др.

Таким образом, в качестве предмета изучения курса «Экономика предприятия» можно определить хозяйственную деятельность предприятия как отдельной хозяйствующей единицы, характеризующаяся многообразием социально-экономических отношений по поводу рационального распределения и использования экономических ресурсов для производства готовой продукции или оказания платных услуг, для реализации их на рынке и получения дохода.

Исходя из предмета изучения можно определить конечную миссию деятельности предприятия – это максимизация прибыли. Для реализации этой миссии формируются и устанавливаются общефирменные цели, определяющиеся, во-первых, интересами владельца, во-вторых, размерами капитала, в-третьих, внутрифирменной ситуацией, в-четвертых, внешней средой. Чтобы цели были реализованы они должы соответствовать следующим требованиям:

- конкретность и измеримость,

- ориентированность во времени,

- досягаемость и взаимоподдерживаемость.

Это так называемые smart-цели (пер. с англ., smart – умный). Для того, чтобы понять методику постановки smart-целей необходимо расщшифровать аббревиатуру названия:

1. S - specific, significant, stretching – в переводе с англ. конкретная, значительная. Т.е. цель должна быть максимально конкретной и ясной, понятной и точно выраженной. Степень «прозрачности» цели зависит от того, насколько однозначно она воспринимается всеми.
2. M - measurable, meaningful, motivational – в переводе с англ. измеримая, значимая, мотивирующая. Это означает, что цель должна быть измеримой, т.е. должны быть четкие критерии измерения цели по различным результатам, которые ожидаются получить. В противном случае трудно поддерживать необходимую мотивацию персонала.
3. A - attainable, agreed upon, achievable, acceptable, action-oriented – в переводе с англ. достижимая, согласованная, ориентированная на конкретные действия. Таким образом, при постановке цели важно адекватно и реально оценивать ситуацию и понимать, что она достижима с точки зрения внешних и имеющихся внутренних ресурсов, которыми располагает предприятие. Т.е цель должна быть достижима любым сотрудником предприятия!
4. R - realistic, relevant, reasonable, rewarding, results-oriented – в переводе с англ. реалистичная, уместная, полезная и ориентированная на конкретные результаты. Цель должна вписываться в ту ситуацию, которая в реальности имеет место на предприятии и не должна противоречить другим целям и приоритетам предприятия. Обоснованные (relevant) цели должны стать важным инструментом в достижении миссии предприятия.
5. T - time-based, timely, tangible, trackable – в переводе с англ. на определенный период, своевременная, отслеживаемая. Необходимо всегда четко определять срок или точный период выполнения цели!

Данная методика очень популярна и распространена в западной практике управления деятельностью предприятия, и дает очень эффективные результаты. В условиях формирующихся рыночных отношений каждому предприятию полезно использовать на практике западные методики, позволяющие достигать конечной миссии предприятия.

Таким образом, каждое предприятие является сложной производственно-экономической системой с многогранной деятельностью. Можно выделить следующие главные стороны или направления такой деятельности:

1) производственная деятельность (процесс производства продукции, выполнения работ и оказания услуг, рассмотрения номенклатуры и ассортимента, соответствующих спросу);

2) инновационная деятельность (научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки, применение организационных, технологических, управленческих и других новаций в процессе производства);

3) исследование и освоение рынка (маркетинговая сторона);

4) коммерческая рыночная деятельность (формирование и стимулирование сбыта выпущенных товаров, услуг, эффективная реклама);

5) материально-техническое обеспечение производства (обеспечение поставки сырья, материалов, комплектующих изделий, всеми видами энергии, техникой, оборудованием, тарой, и т.д.);

6) экономическая деятельность (включает практически все виды планирования, образования цены, финансовую отчетность и учет на предприятии, организация и оплата труда, анализ хозяйственных процессов и т.п.);

7) сервис после продажи продукции производственно-технического и потребительского назначения (выполнение пусконаладочных работ, обслуживание по гарантии, предоставление запасных частей для ремонта и т.д.);

8) социальная сторона (обеспечение поддержания на действенном уровне условий труда и трудовой жизни коллектива, создание социальной инфраструктуры организации, включающей в себя собственные жилые дома, столовые, лечебно-оздоровительные организации, детские дошкольные учреждения, ПТУ и т.д.).

Объективно и очевидно, что предприятие, будучи являясь открытой системой, при ведении своей деятельности активно взаимодействует с окружающей (внешней) средой.  Внешняя среда представляет собой комплекс других активно-хозяйствующих субъектов, экономических, общественных и природных условий, различных по своей принадлежности институтов, структур и других внешних условий и факторов, которые окружают предприятие и оказывают влияние на различные сферы его деятельности.

Окружающую среду предприятия можно представить в виде микросреды и макросреды:

- микросреда – это среда прямого воздействия на предприятие, она создается поставщиками материально-технических ресурсов, потребителями продукции предприятия, коммерческими и маркетинговыми организациями-посредниками, конкурентами, местными государственными органами, финансовыми учреждениями: банки и страховые компании, а также другими контактными аудиториями;

- макросреда представляет собой среду воздействия на внутреннюю среду предприятия. К ней можно отнести природную, экономическую, научно-технологическую, демографическую, природоохранную, общественно-политическую и международную среду.

Предприятие должно ограничивать негативное действие факторов внешней среды, которые наиболее существенно влияют на результаты его деятельности или, наоборот наиболее полно использовать благоприятствующие возможности.

Сначала проанализируем структуру микросреды предприятия. Поставщики – это различные организации, которые обеспечивают предприятие материально-техническими и энергетическими ресурсами, которые необходимы для производственного процесса.

Потребители готовой продукции – это основные клиенты предприятий:

- население, приобретающее товары и услуги для личного потребления;

- организации, приобретающие товары производственно-технического назначения;

- посредники, которые приобретают товары и услуги для последующей их перепродажи с прибылью для себя;

- государственные учреждения, размещающие государственный заказ на готовую продукцию;

- иностранные покупатели.

Маркетинговые и коммерческие посредники – это организации, которые берут на себя функцию продвижения, реализации и распространения продукции предприятия среди потребителей. К ним относятся торговые посредники, дистрибьюторы, фирмы-эксперты по организации движения товаров, агентства по осуществлению маркетинговых услуг и денежно-финансовые учреждения. Важно заметить, что на сегодняшний день деятельность маркетинговых посредников популяризуется через электронные ресурсы и социальные сети посредством интернета.

Конкуренты – это непосредственные соперники предприятия в борьбе за наиболее выгодные условия производства и реализации товаров, за получение максимальной прибыли.

Организациям для производства конкурентоспособных товаров необходимо постоянно проводить мониторинг своих конкурентов, выстраивать и соблюдать свою рыночную стратегию и тактику.

Контактные аудитории – это группы, проявляющие настоящий или потенциальный интерес к организации или оказывающие влияние на способность им достигать поставленных целей. Это финансовые круги (банки, инвестиционные компании, фондовая биржа, акционеры), средства массовой информации, различные муниципальные учреждения представительской и исполнительной власти, население и граждане группы действий (общественные организации).

В макросреде организации действует большее количество факторов, чем в микросреде. Они характеризуются многовариантностью, неопределенностью и непредсказуемостью последствий.

Природные факторы. Характеристики природной среды: недостаток некоторых видов сырья, удорожание энергии и увеличение вмешательства государства в процесс рационального употребления и воспроизводства природных ресурсов.

Демографические факторы. Характеристики демографической среды: повышение смертности, уменьшение рождаемости, старение всего населения, рост количества служащих.

Снижение уровня рождаемости снижает потребность в товарах на демографических рынках - детских, подростковых, молодежных, из-за чего предприятия вынуждены приспосабливать свою деятельность с целью удовлетворения потребностей людей средневозрастного, предпенсионного и пенсионного возрастов. Деформация структуры населения по возрастным группам стала причиной снижения трудового потенциала, так как в трудоспособном возрасте во многих регионах оказалась меньшая доля населения. Это стимулирует предприятия к разработке стратегии оптимизации использования живого труда через технико-технологическое перевооружение, увеличение уровня механизации и автоматизации производственных процессов.

Научно-технологические факторы. В развитии и росте промышленного производства определяющую роль играет научно-технический прогресс. Он охватывает все уровни процесса, который включает основательные, теоретические изучения, практические исследования, конструкторско-технологические исследования, формирование образцов новой техники, ее изучение и технологическое производство, а также запуск новой техники в народное хозяйство. Осуществляется обновление материально-технической базы промышленных организаций, повышается производительность труда и растет эффективность производства.

Экономические факторы. Характеристики экономической среды: повышение и снижение промышленного производства, уровень и тенденции инфляции, колебания курса отечественной валюты относительно валют других государств, структура налогообложения и кредитования, спрос и предложение на рынке товаров и услуг, платежеспособность контрагентов, уровень и динамика изменения цен, безработица и др.

Экологические факторы. Характеристики экологической среды: повышение загрязнения всей окружающей среды и рост вмешательства в процесс рационального употребления и воспроизводства природных ресурсов, усиление государственного контроля за качеством и безопасностью товаров.

Политические факторы. События, которые происходят в политической среде существенно сказываются на производственной и социальной деятельности организации. Характеристики политической среды: нормативно-правовое регулирование предпринимательства, увеличение требований со стороны государственных организаций, призванных следить за соблюдением законов. Внеочередные изменения в политической ситуации в государстве могут привести к деформации условий хозяйствования, к увеличению ресурсных затрат, потере части прибыли.

Международные факторы, с которыми можно соотнести интернационализацию мировой экономики, колебания стоимости доллара и евро на мировом валютном рынке, повышение экономической силы отдельных государств, формирование международной финансовой системы, образование новых крупных рынков и др., оказывающие влияние на организации, осуществляющие внешнеэкономическую деятельность.

Организация, являясь составным элементом внешнего окружения, обязано всегда решать проблемы социального развития не только своего трудового коллектива, но и локального и государственного значения.

Принципы, регулирующие поведение хозяйствующих единиц на рынке:

* принцип взаимовыгодности и равенства прав в деловых отношениях;
* принцип ответственности перед своим потребителем;
* принцип обеспечения экономического и коммерческого преимущества только за счет инноваций;
* принцип экономичного ведения хозяйства;
* принцип поддержания этического кодекса предпринимательства.

Различают разнообразные факторы, которые способствуют подразделению предприятий на группы. Наиболее существенны являются следующие факторы:

* употребляемые ресурсы,
* отраслевая особенность,
* расположение,
* объем предприятия,
* тип формы собственности,
* организационно-правовая форма.

Согласно особенностям употребляемых ресурсов организации делятся на:

1. употребляющие трудовые ресурсы (трудоемкие),
2. активно употребляющие средства производства (фондоемкие),
3. активно употребляющие материалы (материалоемкие).

Трудоемкие организации характеризуются высоким уровнем затрат на оплату труда в общих издержках производства. Как правило, такие предприятия имеют высокий уровень разделения труда. У разделения труда бывают как позитивные, так и негативные последствия (табл.1).

*Таблица 1*

Достоинства и недостатки разделения труда на предприятии

|  |  |
| --- | --- |
| Достоинства | Недостатки |
| Выявление способностей сотрудников.  Рациональная эксплуатация машин.  Использование преимуществ расположения предприятия.  Повышение квалификации.  Повышение производительности труда. Повышение дохода. | Однообразная деятельность.  Отреченность и утеря смысла.  Болезни из-за односторонней нагрузки.  Низкая гибкость из-за узкой квалификации. Недостаточность интереса к результатам коллективной деятельности. |

Недостатки специализации и разделения труда поспособствовали выдвижению концепций о гуманизации труда, разграничения разделения труда, улучшения процесса трудовой деятельности, работы в коллективе.

Фондоемкие организации имеют в своем распоряжении самое большое количество средств воспроизводства. Большая часть общих издержек представлена амортизационными отчислениями. НТП ведет к процессам специализации, механизации и автоматизации производства. Механизация рабочего процесса представляет собой замену машинным ручного труда. Об автоматизации можно говорить в случае применения вычислительной техники для регулирования производственного процесса. При высоком уровне обеспечения механизации, а также автоматизации средств производства процесс производства становится менее гибким, растут издержки производства и организация вынуждена решать проблему по наиболее эффективному применению средств производства.

Материалоемкие организации характеризуются высокими объемами затрат ресурсов. Таким организациям нужно решать задачу по эффективному применению ресурсов и экологические проблемы, которые могут быть связаны с переработкой отходов производства.

По отраслевой принадлежности ПП подразделяются на:

1. промышленные организации, занимающиеся добычей и переработкой полезных ископаемых, и выпуском товаров;

2)      банки, аккумулирующие финансовые средства и предоставляющие кредиты;

3)      торговые организации, выполняющие дистрибьюторские функции, но не занимающиеся выпуском товаров;

4)      транспортные организации, занимающиеся перевозками с применением разных транспортных средств;

5)      организации в сфере услуг (консалтинговые фирмы, гостиницы и другие);

6)      страховые организации, осуществляющие страхование от разных видов рисков.

Самым удобным расположением является такое, при котором обеспечивается максимальная прибыль и рентабельность производственного процесса при всех прочих равных условиях. Но нельзя забывать об экологическом принципе деятельности организации.

Выбор местоположения организации определяется исходя из следующих критериев:

* Направленность на материалы – для снижения транспортных издержек на материалы, в особенности для материалоемких организаций.
* Направленность на рабочую силу – принимаются во внимание два факта: объем рабочей силы в регионе и цена на нее.
* Направленность на реализацию продукции и налоги – в тех случаях, когда в различных регионах действуют разные налогооблагательные системы, системы финансовой помощи и налоговой политики. Организация выбирает место, где эти условия более выгодны.
* Направленность на транспортные средства - предпочтение местоположению, где организации обеспечиваются гарантированные наиболее выгодные транспортные услуги. Рационально располагать организации возле транспортных узлов (т.е. портов, аэропортов, автомагистралей).
* Направленность на энергетические источники, это особенно важно для энергоемких организаций. Но в настоящее время данное условие не такое значение, как прежде, за счет более широкого использования электроэнергии.
* Направленность на окружающую среду за последние годы приобрело все большее значение и создает невозможные условия для строительства некоторых организаций в определенных регионах ввиду обеспечения экологической безопасности.
* Направленность на клиента очень важна для торговых организаций.
* Направленность на географические особенности играет значительную роль для транспортных организаций, которым необходимо учесть особенности местности и климата.
* Направленность на зарубежных партнеров – возникает в тех случаях, когда деятельность организации тесно связана с иностранными поставщиками или заказчиками.

В зависимости от следующих факторов организации могут быть причислены к малым, средним или крупным: количество работников, среднегодовой оборот, объем основного капитала, численность рабочих мест, расходы на оплату труда, применение исходных материалов.

**Народнохозяйственный комплекс Казахстана. Подразделения национальной экономики: сферы, отрасли, комплексы, секторы. Инфраструктура экономики, ее состав и роль.** Если предприятие подразумевает собой сложную систему, то национальная экономика является наисложнейшей. Структура национальной экономики- это устройство экономики, а также соотношение ее подсистем и элементов, пропорции и связей между ними. К основным условным структурным единицам национальной экономики можно отнести области, комплексы, отрасли экономики, предприятия.

С целью успешного управления национальной экономикой ее разделяют на сферы. При разделении выделяют производственную, финансовую, коммерческую и управленческую сферы.

Сфера является результатом всеобщего разделения труда, включает определенную часть предприятий, работающих по определенным признакам. Удельные веса вышеперечисленных сфер в структуре общенациональной экономики, где она принимается за 100%, характеризует структуру национальной экономики.

Помимо сфер есть понятие комплексов. Комплексы выстраиваются по признаку применяемого сырья, готовой продукции или используемых в процессе производства технологий. Комплексы есть совокупность организаций, которые объединены по одному из перечисленных признаков.

Отрасль является результатом дифференциации комплексов. Отрасльпредставляет собой результат частного разделения труда. Практически выделяют больше 10 комплексных отраслей в промышленности, которые в сущности своей представляют крупные категории отраслей. Под отраслью понимается комплекс субъектов хозяйственной деятельности вне зависимости от их ведомственной особенности, форм собственности, создающих или воспроизводящих продукцию (исполняющих работу и предоставляющих услуги) различных видов, имеющих однородное потребительское или же функциональное назначение.

Отрасли, в частности, формируются из отдельных организаций. Значит, предприятие является основным звеном рыночной экономики и основополагающим элементом национальной экономики.

Основу развития общего хозяйственного комплекса Республики Казахстан составляет материальное производство, которое состоит из 3 групп отраслей:

1) отрасли, которые непосредственно создают материальные блага (промышленность, сельское хозяйство, строительство);

2) отрасли, занимающиеся доставкой созданных материалов блага клиенту (транспорт, связь, обслуживающая материальное производство);

3) отрасли, которые связаны с продолжением процесса в сфере обращения (заготовки и материально-техническое снабжение, торговля и общественное питание).

Промышленность представляет ведущую отрасль общенародного хозяйства. В Казахстане выделяют 3 сферы в промышленности: тяжелая промышленность, легкая промышленность и пищевая промышленность. Структура каждой из них приведена в таблице 2.

*Таблица 2*

Промышленность Казахстана

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Отрасли, занимающиеся производством средств производства | | Отрасли, занимающиеся производством товаров народного потребления | |
| Тяжелая промышленность | Лёгкая промышленность | | Пищевая промышленность |
| 1. ТЭК  2. Черная металлургия  3. Цветная металлургия  4. Машиностроение  5. Химическая  6. Строительных материалов | 1.Текстильная  2. Кожевенно-обувная  3. Швейная  4. Трикотажная  5. Меховая  6. Валяльно-войлочная | | 1. Мукомольная-крупяная  2. Хлебопекарная  3. Сахарная  4. Мясная, молочная  5. Рыбная  6. Консервная  7. Маслобойная |

По ТЭК страны главное место занимают предприятия по добыче угля, нефти, газа и производства электроэнергии. Балансовые запасы горючих сланцев и торфа пока не эксплуатируются. В рейтинге стран СНГ по отрасли добычи угля, газа и производства электроэнергии Республика Казахстан утвердилась на 3-ем месте, уступив лишь России и Украине, нефти – втором месте после РФ. Структура ТЭК Казахстана приведена в таблице 3.

*Таблица 3*

Энергетика Казахстана

|  |  |
| --- | --- |
| Топливная промышленность | Энергетика |
| 1. Уголь  2. Нефть  3. Газ  4. Торф  5. Сланец | 1. ТЭС. 2. ГЭС 3. ТЭЦ 4. ГРЭС 5. АЭС |

**Сельское хозяйство и агропромышленный комплекс.** Сельское хозяйство считается важнейшей отраслью материального производства страны после промышленности. Оно аккумулирует почти одну четвертую часть всей продукции народного хозяйства, при этом восполняя потребности населения страны продуктами питания, а, в свою очередь, легкую и пищевую промышленности обеспечивая сырьем.

По степени развития в сельском хозяйстве Казахстан обосновался на 3-ем месте в рейтинге стран СНГ. Казахстан давно известен в качестве крупного района животноводства. Постепенное развитие растениеводства деформировало и значительно укрепило структуру сельского хозяйства Казахстана на настоящий момент. На этот день процесс выращивания зерновых и других сельскохозяйственных культур превалирует над остальными секторами аграрного комплекса. Животноводческая кормовая база Казахстана состоит из естественных кормовых угодий. Пастбища страны сезонные, что делает их пригодными для использования весь год. Взращивание кормовых культур на пахотных землях – корнеплоды, сеянные травы, силосные и фуражные культуры.

АПК – это вполне общее понятие, которое подразумевает собой сложившуюся единую систему сельскохозяйственных и промышленных предприятий и отраслей в общественном производстве, объединенных интеграционными, то есть стабильными и тесными отношениями, которые основываются на отношениях собственности или договорных, наподобие контрактации, и всеобъемлющими всю агропромышленную цепь производства наиважнейших средств производства для ведения сельского хозяйства, их транспортировку, выпуск начальных сельскохозяйственных продуктов, хранение, транспортировку, обработку и реализацию готовых продуктов или товаров.

АПК включает 3 сферы:

1) Отрасли промышленности, занимающиеся поставкой средств производства для сельского хозяйства и зависящих от них отраслей, вместе с тем осуществляющие производственно-технический сервис сельского хозяйства;

2) Само сельское хозяйство и его составляющие;

3) Отрасли, специализирующиеся на переработке и доведении сельскохозяйственной продукции до потребителей (подготовка, обработка, хранение, перевозка, реализация), ряд некоторых отраслей в промышленности целиком или почти целиком исполняют нужды АПК (выпуск сельхозмашин, удобрений, животноводческих оборудований, производство корма и т.д.).

Остальные отрасли только частично занимаются исполнением потребностей АПК. Функциональное включение их в структуру АПК бывает лишь в той мере, в какой их товары идут на нужды АПК.

Легкая и пищевая промышленность Казахстана. Казахстан – значительно важный регион легкой и пищевой промышленности, базирующейся на весьма больших ресурсах сырья. Практически все отрасли легкой промышленности (кроме обработки сырья на первоначальном этапе) по признаку их тяготения к источникам сырья и регионам применения делятся на следующие группы:

1) отрасли, одновременно ориентированные и на сырье, и на потребителя – шелковая, шерстяная, хлопчатобумажная и трикотажная;

2) отрасли, ориентированные на потребителя – обувная, а также швейная;

3) отрасли, ориентированные на сырье – это льняная и кожевенная.

Среди числа отраслей в легкой промышленности в Казахстане больше развиты отрасли, которые связаны с обработкой продукции животноводства: трикотажная, шерстомойная и шерстяная, овчинно-шубная, швейная, валяльно-войлочная, чулочно-носочная, кожевенная и обувная, галантерейная и др.

Пищевая промышленность – это тот комплекс отраслей, использующий в большинстве случаев с/х сырье и обеспечивающий продуктами питания все население.

В зависимости от того, насколько сильна зависимость от сырьевого и потребительского фактора, пищевая промышленность охватывает три группы:

1) отрасли, которые ориентированы на источники сырья (если норма расхода сырья большая) – масложировая (маслобойная), сахарная, маслодельная, крахмально-паточная, молочноконсервная и др.;

2) отрасли, располагающиеся около мест употребления готовой продукции (если вес готовой продукции совпадает или же превышает вес начального сырья) – кондитерская, пивная, хлебопекарная, макаронная, молочная и другие промышленности;

3) отрасли, которые одновременно ориентируются и на сырье, и на потребителя (если вес сырья превышает вес готовой продукции) – мясная, мукомольная, табачная и другие.

**Инфраструктура в Казахстане.** **Общая характеристика транспорта, обслуживания населения.** Экономическая наука зарубежных стран в середине ХХ столетия начала переосмыслять назначение самостоятельных хозяйственных структур для экономики развитых стран. Стало ясно, что тенденцию их экономического роста, а также качество жизни населения определяются не только масштабами промышленного и сельскохозяйственного производства. Быстрыми темпами начала расти и продолжает возрастать роль элементов обслуживания: складов, дорог, портов и аэродромов, сферы обслуживания. Совокупность этих элементов включает в себя «инфраструктура».

Обособление инфраструктуры в отдельный подраздел экономики связано, в первую очередь, с особенностями специфики ее продукции. У нее нет вещественной формы, вследствие чего ею невозможно запастись или же эксплуатировать от одного места к другому. Результат деятельности инфраструктуры – это услуга, а именно труд, направляемый именно на удовлетворение потребностей определенного человека – индивидуального клиента, заказчика, потребителя этой услуги.

Отсутствие каких-либо видов инфраструктуры, к примеру путей сообщения, современный процесс производства и жизнь населения, сегодня, практически невозможны. Отсутствие либо дефицит остальных видов инфраструктуры (очистные сооружения, склады, сфера обслуживания) оказывают влияние на качественные показатели социально-экономического развития.

К тому же для любой местности важно не тот факт, что все виды продукции инфраструктуры можно приравнять к услугам. Более важно то, что каждый элемент инфраструктуры (водопровод, дорога, больница) может реализовать в ее рамках свою индивидуальную функцию. Из-за этого только присутствие большого набора элементов инфраструктуры при их необходимом объеме, качестве и наличии доступа к ним сможет обеспечить нужные условия для эффективного функционирования экономики страны, высокие уровень и качество жизни населения, значит, инфраструктура в контексте территориальной системы, в первую очередь, должна характеризоваться высоким уровнем комплексности на каждой территории, обеспечение которого может быть разным. Во-первых, сами элементы инфраструктуры обладают таким свойством, как взаимопритяжение (полиинфраструктуризация). Жилая постройка практически постоянно «жмется» к путям транспорта. После жилья «подтягиваются» инженерные коммуникации, торговые предприятия, организации здравоохранения, спортивные сооружения, так по сути дела, объективно, вне зависимости от воли людей реализуется процесс образования инфраструктурно-территориально-производственных комплексов различного ранга: районов, ТПК, городов. Отсутствие вмешательства в данный процесс ведет к тому, что он идет медленно, при этом с перекосами преимущественно в сторону развития производственной инфраструктуры. Это порождает необходимость специальной стратегии развития инфраструктуры на всех местных уровнях – начиная от страны до частных поселений, насколько бы небольшими они ни были.

Инфраструктура включает все объекты (самостоятельные и несамостоятельные), которые посредством своего функционирования создают общие предпосылки развития общественного воспроизводства и социальной деятельности.

Внутреннее строение инфраструктуры - виды, части, звенья, объекты - является достаточно сложным.

Виды инфраструктуры:

1. Производственная (инженерно-техническая) инфраструктура;
2. Социально-производственная (санитарная) инфраструктура
3. Социально-бытовая инфраструктура;
4. Психообщественная инфраструктура.
5. Институционная инфраструктура;

Транспорт – это одна из наиважнейших отраслей народного хозяйства, которая выполняет функцию некой «кровеносной системы» в сложном организме страны. Современная транспортная сеть Казахстана создавалась еще в советское время.

На современный период в Казахстане развиты практически все виды транспорта: автомобильный, трубопроводный и воздушный, железнодорожный, речной и морской. По территории республики проходят 4 меридиальные ж/д магистрали: Оренбург-Ташкент, Турксиб, Кунград-Макат-Астрахань, Трансказахстанская (Петропавловск-Караганда-Чу). По широтному направлению проходят Средне-Сибирская, Транссибирская и Южно-Сибирская дороги. Иртыш и Урал - судоходные реки. Связи мегаполисов страны с остальными странами мира обеспечиваются воздушным транспортом. По территории республики проложены мощные магистральные нефте- и газопроводы. Казахстанская нефть транспортируется по нефтепроводам Атырау-Орск и Мангышлак-Самара на нефтеперерабатывающий завод, нефть перекачивается из Западной Сибири по трубопроводу Омск-Павлодар-Шымкент. Началось строительство экспортного Каспийско-Черноморского нефтепровода и его трасса пройдет по территории Казахстана и России. Протяженность трубопровода от Тенгизского месторождения до Новороссийска будет 1500 км. Проектная мощность составит 67 млн.т. нефти в год.

Для удовлетворения нужд экономики и населения в стране применяют природный газ, добываемый на юге страны и импортируемый из Узбекистана.

**Контрольные вопросы:**

1. Определите группы экономических дисциплин, к которой относится «Экономика предприятия»?
2. Каковы объект и предмет изучения курса?
3. В чем заключается проявление взаимосвязи предприятия с другими субъектами экономики?
4. Какова структура народнохозяйственного комплекса Казахстана?
5. Представьте и охарактеризуйте элементы народнохозяйственного комплекса РК.

**1.2. Предпринимательство как основа рыночной экономики**

**Сущность, функции и роль предпринимательства.** По действующему законодательству Республики Казахстан следующие определения термина «предпринимательство» признаются на территории республики:

1. В соответствии с Гражданским кодексом РК (далее ГК РК): «Предпринимательство - это инициативная деятельность граждан и юридических лиц, вне зависимости от формы собственности, которая направлена на получение чистого дохода через удовлетворение спроса на товары (работы, услуги) и основанная на частной собственности (частное предпринимательство) либо на праве хозяйственного ведения государственного предприятия (государственное предпринимательство). Предпринимательская деятельность осуществляется от имени предпринимателя, за риск и под его имущественную ответственность» [1].

2. В соответствии с Предпринимательским кодексом РК (далее ПК РК): «Предпринимательство – самостоятельная, инициативная, осуществляемая от имени, за риск и под имущественную ответственность предпринимателя деятельность физических и юридических лиц, которая направлена на систематическое получение дохода путем использования имущества, продажи товаров, исполнения работ, выполнения услуг, основанная на праве частной собственности (частное предпринимательство) либо на праве хозяйственного ведения или оперативного управления государственного предприятия (государственное предпринимательство) [2]

Так, предпринимательской деятельностью на территории Казахстана вправе заниматься частные лица и организации с разной организационно-правовой формой собственности. Как одна из форм осуществления предпринимательства, предприятие имеет форму юридического лица, которое в соответствии со статьей 34 ГК РК «преследует извлечение дохода в качестве основной цели своей деятельности (коммерческая организация) либо не имеющая извлечение дохода в качестве такой цели и не распределяющая полученный чистый доход между участниками (некоммерческая организация)». [3]

**Основные понятия: предприятие, фирма. Цель создания и функционирования предприятия. Основные задачи и функции предприятия. Модель функционирования предприятия в рыночной среде.** Предприятие в качестве юридического лица имеет конкретные характеристики, выделяющие его среди остальных субъектов рыночной экономики. В соответствии с ГК РК, «юридическим лицом признается организация, имеющая на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления обособленное имущество и отвечающее этим имуществом по своим обязательствам, имеющее право от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права и обязанности, быть истцом и ответчиком в суде. Юридическое лицо должно иметь самостоятельный баланс или смету. Юридическое лицо имеет печать со своим наименованием» [4].

Основные характеристики деятельности предприятия:

1. Экономическое единство, которое проявляется в общности материальных, финансовых ресурсов и экономических результатов работы.
2. Единство производства и техники, выражающееся в общности производственных процессов.
3. Присутствие обособленного имущества и имущественная ответственность в соответствии с законодательными актами и правовыми нормами страны.
4. Единство организации, т.е. наличие единого руководства и плана деятельности предприятия.
5. Оперативно-хозяйственная и экономическая самостоятельность, выражающаяся в правах пользования и распределения экономических ресурсов, присвоения результатов работы.
6. Наличие и ведение системы учета и отчетности, самостоятельного бухгалтерского баланса, расчетных и других счетов в банках.

Помимо этого, деятельность предприятия основана на прямых административных формах управления, предприятие выступает в хозяйственном обороте от собственного имени, имеет гербовую печать, товарный знак, разрешения на выпуск и реализацию продукции. Так, предприятие как самостоятельная хозяйствующая единица вправеосуществлять свою деятельность в рамках действующего законодательства страны.

Более точно, у предприятия есть следующие права и обязанности:

1. Предприятие должно начинать свою экономическую деятельность только после регистрации в специальных органах – в Казахстане в Центрах обслуживания населения (ЦОН).
2. Предприятие обязуется осуществлять свою деятельность, основываясь на учредительных документах – уставе и учредительном договоре, в котором указываются форма организации, предмет и цели деятельности предприятия, порядок ведения совместной деятельности, определяются имущественные права и порядок распределения экономических результатов деятельности.
3. Предприятие вправе создавать свои филиалы и отделения с правами юридического лица.
4. Предприятие должно пройти государственную регистрацию в органах юстиции, осуществляемую при наличии учредительных документов и решения о его создании.
5. Лишь государственное предприятие имеет исключительное право заниматься следующей деятельностью:
   * производство оружия всех видов;
   * переработка руд драгоценных металлов;
   * переработка радиоактивных и редкоземельных элементов;
   * производство ликероводочной продукции;
   * изготовление орденов, медалей;
   * изготовление и реализация наркотических сильнодействующих препаратов.
6. Предприятие имеет право получать и использовать разрешение на производство продукции, выданное по решению государственных органов управления.
7. Предприятие должно сформировать производственную программу.
8. Предприятие определяет поставщиков и потребителей.
9. Предприятие осуществляет производственно-торговую деятельность.
10. Предприятие устанавливает цены в пределах экономической и рыночной целесообразности.
11. Предприятие самостоятельно осуществляет административно-распорядительскую деятельность по управлению предприятием.
12. Предприятие вправе распоряжаться прибылью в соответствии с законом и уставом предприятия.
13. Предприятие может пользоваться услугами государственной социальной защиты.
14. Предприятие самостоятельно нанимает и увольняет работников.
15. Предприятие ведет бухгалтерскую и статистическую отчетность.
16. Предприятие может в суде защищать свои права.
17. Предприятие должно прекратить свою деятельность при его ликвидации, реорганизации (присоединении, разделении, выделении, преобразовании в другую правовую форму).

Итак, как мы видим, основные функции и сферы деятельности предприятия определяет его круг прав и обязанностей как юридического лица. В условиях рыночной неопределенности деятельность предприятия может подвергаться влиянию множества различных факторов как внутренней, так и внешней среды. Внешняя среда деятельности предприятия определена совокупностью факторов, характеризующих общую предпринимательскую среду в экономике старны.

Общепринято, что внутренняя среда состоит из следующих факторов: в первую очередь, в нее входит система целей предприятия в краткосрочной и долгосрочной перспективе, сама структура предприятия, включая совокупность стратегических задач, под решением которых подразумевается выполнение целей предприятия, используемые в оперативно-хозяйственной деятельности предприятия, технологии и работники в качестве главного экономического ресурса, используемого в производстве продукции, выполнении услуг или работ исходя из сферы деятельности предприятия.

Система целей предприятия подразумевает собой совокупность целей главной деятельности предприятия, направленной на достижение желаемого результата, которое осуществляется лишь совместными вкладами трудовой деятельности персонала, т.е. коллектива людей в предприятии. Система целей предприятия включает:

1. Производство и отпуск товаров и услуг с целью удовлетворения потребностей общества.
2. Формирование бизнес репутации.
3. Создание страхового запаса.
4. Расширение и реорганизация предприятия.
5. Маркетинговый подход к определению взаимосвязи между предприятием и рынком.
6. Модернизация технологии и ассортимента производимых товаров.

Так, у предприятия есть различные цели, и их смысл сильно зависит от типа деятельности существующего предприятия.

* Государственные (муниципальные) предприятия – в таких предприятиях получение прибыли может не являться главной целью. Часто превалируют цели поддержания существования и развития государства или региона. Данные организации имеют развитие в рамках выделенного бюджета (района, страны, региона) и поэтому цели предопределяются руководствующими органами территорий и могут быть обозначены как развитие среднего образования, оказание поддержки общественному питанию, подкрепление ввода в действие новых больничных комплексов и т.д. Следует выделить, что получение прибыли может иметь важное значение, но полученные деньги инвестируются в значимые объекты для государства.
* Коммерческие предприятия – цели этих предприятий должны показывать коммерческий результат в форме производительности труда, прибыли (рентабельности), дохода и т. д.
* Некоммерческие предприятия (это ассоциации, фонды) – по сути деятельность таких организаций направлена не на получение прибыли. Их направление, в основном, выявляется социальной направленностью и поэтому их цели могут быть преподнесены как развитие научного направления, защита прав, поддержка культуры региона и т. д.

2. Структура предприятия строится из нескольких уровней управления и разных подразделений, которые взаимосвязаны между собой. К тем или иным функциональным областям можно будет отнести все подразделения предприятия. Функциональная область имеет отношение к работе, которая выполняется для всей организации в целом: производство, маркетинг, финансы и т. д. При рассмотрении структуры предприятия важно определить и разграничить два момента: разделение труда и контроль.

Разделение труда выполняется, исходя из предположений привлечения квалифицированного специалиста из этой области. Выделяют горизонтальное и вертикальное разделение труда. Горизонтальное разделение предполагает разделение труда по специализированным уровням, к примеру, специалист по продажам, по снабжению, по работе с персоналом и т. д. Вертикальное разделение труда предполагает, что объем управления реализуется по принципу присутствия работы по координации исполнения задания. Подобное распределение формирует в итоге управленческую иерархию, которая проходит через всю организацию, постепенно спускаясь до уровня работников.

3. Задача – предполагает спланированную работу, которая должна быть исполнена установленным методом и в определенные сроки. Задачи обычно делятся на три уровня:

* задачи по работе с информацией;
* задачи по работе с машинами, сырьем, инструментами и т. п.;
* задачи по работе с людьми.

В эпоху стремительного развития инноваций и нововведений задачи предприятия становятся все более конкретизированными и специализированными.

4. Технология. Данное понятие можно рассматривать в более широком смысле, нежели просто, как технология производства. В широком смысле технология означает принцип, определенный порядок организации какого-либо процесса для рационального использования различных ресурсов (материальных, трудовых, временных, денежных). В узком смысле можно определить, что технология – это способ преобразования чего-либо во что-либо. К примеру, в сфере продаж технология может означать то, как наилучшим образом реализовать произведенный товар, в сфере сбора информации – как грамотно и с меньшими затратами собрать необходимую для управления предприятием информацию и т. д. На сегодняшний день информационные технологии являются одним из главных факторов устойчивой конкурентоспособности предприятия в рыночной среде.

В международной практике существуют две классификации понятия технологии: классификация по Вудворду и классификация по Томпсону (таблица 4).

*Таблица 4*

Классификации технологии

|  |  |
| --- | --- |
| Классификация по Вудворду | Классификация по Томпсону |
| * единичное, мелкосерийное или индивидуальное производство; * массовое или крупносерийное производство; * непрерывное производство. | * многозвенные технологии, которые характеризуются серией взаимосвязанных задач, выполняемых последовательно; * посреднические технологии, отличающиеся встречами групп людей; * интенсивная технология, характеризуемая применением специальных приемов для изменения состояния определенного материала. |

5. Человеческий ресурс – это центральное звено в системе управления каждого предприятия. Можно выделить три главных аспекта человеческого поведения на предприятии:

* руководство;
* коллектив;
* индивидуум.

Руководство персоналом на предприятии является самым сложным элементом общего процесса управления и имеет зависимость от многих факторов:

1. Возможности человека – определяют способности человека к изменениям, к примеру, к обучению.
2. Потребности человека – материальные и психологические – управление их удовлетворением должно приводить к выполнению миссии организации.
3. Восприятие, или реакция людей на окружающие их события – позволяет управлению создавать различные мотивации для работника.
4. Ценности, или общие убеждения формируют и развивают человека как личность, влияние которых важно для достижения миссии предприятия.
5. Воздействие среды на личность определяет важность создания благожелательного климата на работе.

Помимо перечисленных факторов на поведение человека в организации могут влиять группы и управленческое лидерство. Каждый человек подвержен необходимости группового единения, а предприятие рассматривается как некая формальная группа людей, объединенных общей целью – миссией препдриятия. Кроме того, в любой формальной или неформальной группе имеются лидеры. Лидерство – это средство, которое позволяет руководителю влиять на поведение людей и заставлять их вести себя нужным образом.

**Классификации предприятий по различным призна­кам.** В соответствии с ГК РК: «юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, может быть создано лишь в форме государственного предприятия, хозяйственного товарищества, акционерного общества, производственного кооператива. Юридическое лицо, являющееся некоммерческой организацией, может быть создано в форме учреждения, общественного объединения, акционерного общества,потребительского кооператива, общественного фонда, религиозного объединения и в иной форме, предусмотренной законодательными актами. Некоммерческая организация может заниматься предпринимательской деятельностью лишь постольку, поскольку это соответствует ее уставным целям. Юридическое лицо, являющееся некоммерческой организацией и содержащееся только за счет государственного бюджета, может быть создано исключительно в форме государственного учреждения» [3].

Социально-экономические и организационные формы предприятия классифицируют по разным критериям и параметрам. Выделяют качественные и количественнные параметры (таблица 5).

|  |  |
| --- | --- |
| **Качественные параметры** | **Количественнные параметры** |
| способы вхождения в различные союзы и объединения | Численность работников. |
| тип собственности (государственная, частная, смешанная) | Годовой объем капитала. |
| характер и содержание деятельности |  |
| объем выпускаемой продукции, услуг |  |
| способы и ведение конкурентской борьбы |  |
| организационно-правовые формы предпринимательской деятельности |  |

В соответствии с данными критериями:

1. Мелкие предприятия и малый бизнес (менее 100 человек).
2. Средние предприятия и средний бизнес (менее 500 человек).
3. Крупные предприятия (свыше 500 человек).

В зависимости от основной миссии деятельности все предприятия делятся на:

* + коммерческие;
  + некоммерческие (исследовательские институты).

Отличие некоммерческих организаций от коммерческих заключается в том, что получение прибыли не является основной целью деятельности.

По существующим формам собственности в Казахстане вправе действовать предприятия следующих видов (рисунок 1).

**Критерии отнесения предприятий к малому бизнесу.** **Роль малого бизнеса в экономике страны.** Качественные характеристики малого предприятия в рыночной экономике в общем свойственны ему и в казахстанских условиях. Общность качественных характеристик малого предпринимательства преобразуется в специфическую роль малого бизнеса как отдельного сектора экономики, при этом определяя его экономическую и социальную значимость. Они являются основой сильных и слабых сторон малого бизнеса. Сейчас преимущества малого бизнеса в сравнении с другими секторами экономики выражены более четко, нежели недостатки. В такой особенности заключается специфика малого предпринимательства - «оживать» во время всеобщего экономического спада и «принимать на себя» разрешение многих социальных и экономических проблем.

Малые предприятия являются вполне устойчивым ресурсом постоянной занятости, постоянных доходов населения. Работники могут рассматривать малый бизнес как возможность избавления от старого стереотипного отношения к труду как к расходу времени, а не энергии, сил. Для руководителей малое предпринимательство представляется школой рыночного предпринимательства. Малые предприятия-лидеры формируют рыночные стандарты поведения абсолютно во всех сферах деятельности. Для крупных предприятий успех по большей части определяется отраслевой принадлежностью, а не рыночно-ориентированными решениями.

Малое предпринимательство активно образует систему хозяйственных связей, ее нижний, локальный уровень. Хозяйственные связи малого предприятия длительнее, чем у крупных, в особенности с потребителями (продавцами), они могут лучше сохранить рынок сбыта. Хозяйственная кооперация в малом бизнесе всегда переходит в интеграцию, в особенности у наиболее успешных предприятий: 1/5 лидеров заинтересованы в вопросе интеграции с предприятиями по сбыту, производителями аналогичной продукции. Выявляется ориентация на целенаправленное освоение рынка.

Также большая часть развивающихся малых предприятий не стремится перешагнуть формальный порог, который отделяет их от среднего бизнеса. В среде фирм-лидеров только 4% предприятий серьезно рассматривают возможность образования семейства дочерних фирм, отделения некоторых производств в самостоятельные предприятия. Таким образом, замедляется расширение среднего бизнеса, образование рациональной структуры экономики.

Особенность функционирования малых предприятий в условиях рынка определяется их особенностями в таких сферах жизни, как кадровая политика, целеполагание, финансирование, менеджмент, планирование выпуска. Такие характеристики определяют как преимущества, так и недостатки предприятий в соответствии с небольшим размером по сравнению с более крупным бизнесом в плане решения конкретных управленческих задач. К их недостаткам можно отнести объективную основу возникновения преград для развития малого бизнеса, которые изначально присущи ему в развитом рынке или могут быть вызваны в связи с переходными условиями, а потому в принципе устранимы. Меры государственной поддержки должны направляться на преодоление барьеров, обусловленных малой развитостью рыночных отношений в нашей стране.

Кроме преимуществ, малые предприятия имеют и уязвимые места. Самое важное для них – малая величина индивидуального капитала. Для подавляющего большинства малых предприятий основным источником стартового капитала или накопления средств, уже вложенных в бизнес, считается самофинансирование, и только в случае весьма успешного ведения деловых операций может появиться возможность использования банковского кредита. Однако коммерческие банки постоянно нехотя работают с малыми предприятиями, ведь для них мелкие ссуды менее выгодны, чем кредиты крупным, и часто сопровождены с гораздо большим риском. Малый бизнес вынужден платить за кредиты более высокий процент, чем платят крупные заемщики. Согласно опыту, трудности доступа к коммерческому кредиту формируют у большинства малых предприятий хроническую нехватку капитала в обороте, что является причиной большинства банкротств. Финансовое состояние малых предприятий в особенности уязвимо в условиях инфляции, так как, в отличие от крупных предприятий, у них есть лишь ограниченные возможности перекладывать рост своих издержек на потребителей.

Главным преимуществом малых предприятий в условиях современного рынка является гораздо более гибкая, чем у крупных предприятий, реакция на быстро изменяющийся спрос: способность «уловить» возникающую потребность и отреагировать немедленной мобилизацией своих ресурсов и возможностей. Такая способность вытекает из краткого упоминания особенностей малого предприятия: оно не связано обширной производственной программой, что разработана на перспективу; не обременено большим персоналом, который требует сложных навыков управления.; не отягощено финансовыми обязательствами перед акционерами, которые ожидают дивиденды от вложенного капитала; ему проще перестроить свою рыночную стратегию, как только найдена новая «ниша», и манипулировать ценами на свою продукцию; перед ними вероятно не встанет проблема организованного противодействия наемных работников, которые с помощью профсоюза отстаивают свои рабочие места или уровень заработной платы.

Помимо этого, малое производство, обычно, более экономично. У малого предприятия меньше сроки капитального строительства, для их создания нужен гораздо меньший стартовый капитал. Оборачиваемость средств у них в 2-2,5 раза выше, что обеспечивает достаточно высокую норму прибыли. Эти предприятия всегда лучше используют собственный капитал, оборудование и производственные площади, не держат крупных запасов. Они успешнее экономят на административно-управленческих расходах благодаря простоте и гибкости процедуры управления.

Преимущества маневренности и экономичности становятся более важными тогда, когда предприятие достигает высокой степени специализации. Самые жизнеспособные малые предприятия обычно узко специализированы и именно в подобном качестве в полном праве участвуют в процессе производства как его неотъемлемый элемент, существование которого интересует крупный бизнес.

Многосторонняя кооперация некрупных и совсем мелких специализированных предприятий, которые имеют самое разное происхождение и разнообразный хозяйственно-правовой статус, стала превалирующей тенденцией современного производства. У нее все более широкий масштаб и различные формы - франчайзинга в торговле и услугах, субподряда в промышленности, развития отдельных видов обслуживания (деловой и профессиональный сервис, автоуслуги, предприятия быстрого питания и т. д.), объединенного выхода на внешние рынки, венчурного бизнеса и т. п.

Малый бизнес быстро реагирует на возрастающую зависимость потребительского спроса от модных изменений, успевая удовлетворять все новые, зачастую индивидуальные запросы покупателей (работа на заказ). Его развитие во многом предопределено крупными изменениями, что происходят в современной культурной среде. Если пару десятилетий назад залогом успешного сбыта товаров выступало его соответствие рыночным стандартам, то сейчас - новизна, оригинальность внешнего облика. Подобные тенденции также присущи сфере услуг, где спрос больше определяется качеством и разнообразием сервиса.

Главные решения руководитель малого предприятия почти всегда принимает единолично. У единоначалия есть свои преимущества. Принятие решений проявляется быстро, ведь время на обсуждение и их согласование сведено к минимуму. Выполняется лишь то, что задумано, а решения не имеют искажений при их «трансляции». Если решение принято удачно, то авторитет руководителя значительно повышается и это облегчает дальнейшее руководство.

Также сосредоточение всей совокупности власти в одних только руках может обернуться преградой в развитии бизнеса. С таким порядком управления значительно растет роль предпринимателя, его профессиональных знаний, врожденных качеств, субъективных установок.

Специфика управления малой фирмы заключена в том, что руководитель вправе и вынужден взять на себя разрешение большинства проблем. Возможность скопления власти определяется самим масштабом бизнеса: рынки местные, малая номенклатура, небольшой объем производства, ограниченное число партнеров, наличие небольшого штата сотрудников, что позволяет их всех держать в поле зрения. Вместе с этим несвойственно малому предприятию, да и не нужно, принимать нестандартные управленческие решения, которые кардинально меняют ситуацию внутри фирмы и вне ее. Это означает, что нет потребности в управленцах - специалистах высокого класса. Руководству малого предприятия хватит средней квалификации в сочетании с доступностью информации и консультационных услуг.

Социальная значимость малого предприятия выражена, в первую очередь, фактом сосредоточения в данном секторе превалирующей доли рабочих мест. Сама сущность малого предпринимательства способствует тому, что большая часть новых предприятий создается благодаря социально уязвимым группам населения – женщинам, молодежи без особой квалификации, иммигрантам и т.п. В ЕС на рубеже 80-90-х годов женщины составили 27% начинающих предпринимателей. Зачастую мелкое предпринимательство может стать способом избавления от безработицы. Так, во Франции почти 1/3 новых предприятий создавалась в кризисные годы людьми, на какое-то время остававшимися без работы. Женский бизнес в своих различных формах формирует весомую часть сектора малого и среднего бизнеса.

Характерно, что темпы роста производительности труда в расчете на одного занятого в секторе малого и среднего бизнеса нередко оказывались выше, чем у крупных предприятий, а темп роста заработной платы – ниже. Именно в этом проявляется та свойственная малому бизнесу экономия на трудовых издержках – удерживание оплаты труда при опережающем росте производительности труда, которую крупным предприятиям с их сильными профсоюзами выполнять гораздо труднее и которая составляет одно из главных конкурентных преимуществ малого предприятия в периоды спада конъюнктуры.

**Виды и формы предпринимательской активности.** Вся совокупность предпринимательской деятельности делится на финансовое, коммерческое, производственное, консультативное и инновационное предпринимательство.

Производственное предпринимательствосчитается ведущим видом предпринимательства, где осуществляется производство продукции, товаров, работ, оказание различных услуг, формируются духовные ценности. Но именно данная сфера деятельности при переходе к рыночной экономике перенесла наибольшие негативные изменения: распались хозяйственные связи, ухудшилось материально-техническое обеспечение, очень резко пришел в упадок сбыт продукции, стало хуже финансовое положение предприятий. На постсоветском пространстве средняя рентабельность производственной деятельности составляла 10-12%. Сложилась такая ситуация, когда, к примеру, посредническая деятельность может принести более ощутимый результат, чем производственная. А в развитых капиталистических странах доход от вложений в реальный сектор экономики обычно превосходит доходность от остальных видов деятельности.

Коммерческое предпринимательствопредставлено операциями и сделками по купле–продажи, т.е. перепродаже товаров и услуг. Рентабельность коммерческой деятельности в Казахстане, в среднем составляет 20-30% и выше.

Финансовое предпринимательство.В условиях этого вида деятельности деньги и ценные бумаги являются основным объектом товарно-денежных отношений. В сущности происходит продажа одних денег за другие в прямой или косвенной форме. Средняя норма рентабельности по финансовой сделке составляет около 5-10%. Особенность данной деятельности заключается в проникновении и в производственную, и в коммерческую деятельность, хотя она может быть и самостоятельной – банковское, страховое дело и др.

Консультативное предпринимательство(«консультант» от латинского «советующий»). По определению Европейской Федерации Ассоциаций консультантов по экономике и управлению консалтинг заключается в предоставлении независимых советов и помощи по вопросам управления, включая определение и оценку проблем, а также рекомендацию соответствующих мер и помощь в их реализации. В странах с развитой рыночной экономикой вложения средств в интеллектуальный капитал в форме консультационных услуг считаются не менее эффективными, нежели вложения в новое оборудование или передовую технику.

Инновационное предпринимательство**.** Экономисты отдельно выделяют этот вид деятельности, но другие считают, что это неотъемлемая часть производственного бизнеса. Инновационное предпринимательство тесно взаимосвязано с нововведениями, к примеру, изобретение пластиковой карты. Если говорить об инновационном предпринимательстве, то следует упомянуть о широко развивающемся в последние годы венчурном бизнесе. Этот бизнес трактуется как рисковый. Венчурная фирма - это коммерческая научно-техническая фирма, занимающаяся разработкой и внедрением новых и новейших технологий и продукции с неопределённым заранее доходом, т.е. с рискованным вложением капитала.

Все рассмотренные нами виды предпринимательства могут функционировать как по отдельности, так и в тесной взаимосвязи.

**Контрольные вопросы:**

1. Дайте характеристику предпринимательству как процессу.
2. Каковы условия развития предпринимательства в национальной экономике?
3. Как в Гражданском кодексе РК определяются понятия предпринимательской деятельности и предприятия? Какая связь существует между ними?
4. Выделите формы предпринимательской деятельности.
5. Дайте характеристику основным видам субъектов в рамках каждой формы.

**1.3 Предприятие как субъект и объект предпринимательской деятельности**

**Организационно-правовые формы предприятий.** Рыночная экономика предполагает значительное разнообразие организационно-правовых форм предприятий. Это объясняется тем, что одна часть национального хозяйства страны принадлежит и управляется частными гражданами либо индивидуально, либо коллективно, другая часть управляется учрежденными правительством или местными органами власти организациями. Кроме того, бизнес в любом государстве осуществляется в различных масштабах.

Сначала рассмотрим малые формы предприятий. К ним относятся индивидуальные предприниматели (ИП), хозяйственные товарищества и общества. Кроме этого, коммерческие предприятия могут создаваться в форме унитарных предприятий и производственных кооперативов.

ИП ведет дело за свой счет, самостоятельно принимает решения на свой страх и риск. Преимущества: оперативность принятия решений и моментальное реагирование на запросы потребителей. Недостатки при такой форме организации бизнеса: ограниченность финансовых ресурсов, невозможность вести производство в больших масштабах, высокие издержки и низкая конкурентоспособность. Эти недостатки можно устранить путем объединения физических и юридических лиц для ведения совместной деятельности, так как это позволяет увеличить объем привлекаемых производственных ресурсов. Вместе с тем, на предприятиях, имеющих нескольких владельцев снижается оперативность принятия решений.

Преимуществами небольших предприятий можно считать хороший обзор бизнеса, недостатком – высокие издержки производства из-за ограниченности производственных и финансовых ресурсов. Крупные предприятия имеют более низкие издержки за счет массового производства, но теряют оперативность управления, заинтересованность работников в конечных результатах деятельности.

Хозяйственные товарищества и общества – это коммерческие организации с разделенным на доли (вклады) учредителей (участников) уставным (складочным) капиталом. Имущество, созданное за счет вкладов учредителей, а также приобретенное и произведенное в процессе деятельности товарищества или общества, принадлежит ему на праве собственности. Выделяют полное и коммандитное товарищество. В полном товариществе все участники равны в своих правах и обязательствах по делам созданной ими фирмы. При неудаче они рискуют собственным имуществом. Полные товарищи солидарно несут субсидиарную ответственность. Солидарная ответственность означает, что отвечают все, независимо от того, на кого обращено взыскание. Субсидиарная ответственность означает то, что если имущества товарищества недостаточно для погашения долгов, товарищи отвечают лично принадлежащим им имуществом пропорционально вкладам. За рубежом для товариществ существуют льготы по налогам и кредитованию. Они широко распространены в аграрном секторе, сфере услуг (юридических, аудиторских, консультационных, медицинских фирмах и т.д.), торговле, общественном питании.

Хозяйственные общества могут создаваться в форме акционерного общества, общества с ограниченной или с дополнительной ответственностью. Обществом с ограниченной ответственностью (ООО) признается учрежденное одним или несколькими лицами общество, уставный капитал которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров; участники общества с ограниченной ответственностью не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов. Высшим органом общества с ограниченной ответственностью является общее собрание его участников. Для текущего управления деятельностью общества создается исполнительный орган, который может быть избран также и не из числа его участников. Общество с ограниченной ответственностью является разновидностью объединения капиталов, не требующего обязательного личного участия своих членов в делах общества.

Все перечисленные выше организационно-хозяйственные формы характерны для небольших по размерам предприятий. Для крупных производств требуется другая форма привлечения капитала, которая бы обеспечивала стабильное функционирование общества. В большинстве стран мира такие предприятия создаются в форме акционерного общества.

Акционерным обществом (АО) признается общество, уставный капитал которого разделен на определенное число акций; участники акционерного общества (акционеры) не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им акций. Акционерное общество может быть открытого и закрытого типа. Акционерное общество, участники которого могут отчуждать принадлежащие им акции без согласия других акционеров, признается открытым акционерным обществом (АО). Акционерное общество, акции которого распределяются только среди его учредителей или иного заранее определенного круга лиц, признается закрытым акционерным обществом (ЗАО). Уставный капитал АО составляется из номинальной стоимости акций общества, приобретенных акционерами. Акционеры не могут прямо контролировать операции АО. Они выбирают совет директоров,

Производственные кооперативы – это добровольное объединение граждан для совместной производственной или хозяйственной деятельности, основанное на личном трудовом участии членов кооператива и объединении их имущественных паевых взносов. Основным отличием производственного кооператива от товариществ и обществ заключается в том, что он основан на добровольном объединении физических лиц – граждан, которые не являются индивидуальными предпринимателями, но участвуют в деятельности кооператива личным трудом. Соответственно этому каждый член кооператива имеет один голос в управлении его делами, независимо от размеров своего имущественного вклада. Полученная в кооперативе прибыль распределяется с учетом их трудового участия членов кооператива. Членов кооператива должно быть не менее пяти человек;

В форме унитарных предприятий могут быть созданы только государственные и муниципальные предприятия.

Унитарное предприятие имеет ряд особенностей:

* собственником имущества остается учредитель, т.е. государство;
* имущество унитарного предприятия неделимо, т.е. ни при каких условиях не может быть распределено по вкладам, долям, паям, в том числе между работниками унитарного предприятия;
* во главе предприятия стоит единоличный руководитель, который назначается собственником имущества.

Основными правовыми документами в области создания и деятельности юридических лиц – бизнеса, на сегодняшний день являются Предпринимательский кодекс Республики Казахстан, начиная с 1 января 2016 года, и Гражданский кодекс Республики Казахстан, а также ряд законов, постановлений Президента и Правительства Республики Казахстан. Законодательство Казахстана предусматривает широкий выбор организационно-правовых форм предпринимательской деятельности, начиная с потребительского кооператива до акционерного общества. Предусмотрена также учётная регистрация филиалов и представительств как казахстанских, так и иностранных компаний. Выбор той или иной правовой формы зависит от целей, задач и предполагаемых оборотов предприятия.

   Филиалы и представительства юридических лиц не могут выступать в гражданско-правовых сделках в качестве самих юридических лиц, они лишь могут представлять интересы созданных ими юридических лиц. Филиалы, как правило создаются казахстанскими компаниями для развития филиальной сети в других регионах страны. Представительства могут быть созданы иностранными компаниями на территории Республики Казахстан. Для иностранных компаний начинающих осваивать рынок Казахстана данная форма ведения бизнеса наиболее оптимальна. Незачем регистрировать полноченную компанию в виде товарищества или акционерного общества, если необходимо провести маркетинговые исследования, коньюктуру рынка, возможный спрос продукции на рынке.

  Если рынок представляется переспективным, то никогда не поздно зарегистрировать товарищество с ограниченной ответственностью. На сегодняшний день товарищество с ограниченной ответственностью представляется наиболее выгодной организационно-правовой формой предпринимательской деятельности для субъектов малого и среднего бизнеса, хотя бы, потому что участники такого товарищества не несут ответственности перед третьими лицами за действия товарищества и наоборот, и несут риск убытков, связанных с деятельностью товарищества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов, учитывая, что на сегодняшний день эта общая сумма не превышает 100 месячных расчётных показателей.

  Теперь рассмотрим акционерное общество путём сравнения с  товариществом с ограниченной ответственностью. Хозяйственные товарищества отличаются от акционерных обществ. В них большую роль играет тот, кто является владельцем доли товарищества. Взять, например, товарищества с ограниченной ответственностью. Существует ряд ограничений по свободной продаже своей доли участником товарищества. В товариществе допустима такая ситуация, когда в соответствии с учредительными документами отчуждение доли участника или переход ее по наследству посторонним лицам невозможны. При этом если другие участники товарищества от ее покупки отказываются, товарищество обязано выплатить участнику ее действительную стоимость либо выдать ему в натуре имущество, соответствующее такой стоимости. А это означает не что иное, как выход участника из товарищества и изъятие из него своей доли, что неизбежно влечет за собой уменьшение уставного капитала товарищества. Это связано с тем, что хозяйственные товарищества объединяют, прежде всего, лица. Акционеры одного акционерного общества могут даже не знать друг друга и совершенно не беспокоиться об этом. Для них важно, чтобы акции, которые они приобрели, приносили хорошие дивиденды и росли в цене на рынке.

 Акционерные компании - это крупные предприятия с большим широкомасштабным капиталоемким производством. Это происходит потому, что именно форма акционерного общества является наиболее удобной и эффективной для крупного производства. На сегодняшний день акционерные компании являются самыми мощными субъектами в мировой экономике и экономике отдельных стран. Именно поэтому законодательство уделяет повышенное внимание регулированию процессов создания акционерных обществ, выпуска и размещения акций, обращения данных акций на рынке.

  Еще один интересный отличительный момент акционерных обществ от хозяйственных товариществ заключается в следующем. Вкладывая свои средства в хозяйственное товарищество, его учредители, как правило, принимают активное участие в производственных вопросах товарищества. Поэтому доли товарищества нельзя назвать финансовым инструментом в чистом виде. Инвесторы, приобретающие акции, могут не проявлять никакого интереса к производству в акционерной компании. Для них акции - это один из способов размещения свободного капитала на какое-то время. Акция является классическим видом финансовых инструментов, без которого трудно представить себе существование финансового рынка в целом.

  Таким образом, создание акционерного общества и соответственно выпуск акций - это способ формирования уставного капитала акционерной компании, способ привлечения капитала путем включения в оборот такого вида финансовых инструментов, как акции. Акционерная компания - форма объединения капиталов инвесторов, отличающаяся от хозяйственных товариществ.

  Ниже представлен состав из предусмотренных законодательством организационно-правовых форм хозяствующих субъектов (таблица 5).

*Таблица 5*

Типы предприятий по организационно-правовой форме

|  |
| --- |
| Организационно-правовая форма |
| 1.   Полное товарищество |
| 2.   Коммандитное товарищество |
| 3.   ТОО |
| 4.   ТДО |
| 5.   АО |
| 6.   Производственный кооператив |
| 7.   Государственное предприятие |

Количество таких устаревших форм коммерческих организаций, как коммандитное товарищество и товарищество с дополнительной ответственностью, незначительно, и имеет тенденцию к постепенному сокращению. Хотя при таком невысоком темпе их сокращения, представляется маловероятным, что в скором времени данные организационно-правовые формы исчезнут полностью.

Количество полных товариществ, которые также являются устаревшей организационно-правовой формой, более значительно по сравнению с коммандитными товариществами и товариществами с дополнительной ответственностью. Это объясняется тем, что на самом раннем этапе развития кредитования, банки, при отсутствии иных законных средств защиты своих рисков, выдавали кредиты только организациям, зарегистрированным в форме полного товарищества. Однако большинство таких организаций зарегистрировалось именно с целью получения необходимого финансирования, и затем многие из них либо изменили правовую форму, либо прекратили деятельность.

Количество государственных коммерческих организаций – государственных предприятий относительно невелико по сравнению с количеством частных, которые составляют основную часть (97%) зарегистрированных коммерческих юридических лиц. Это является наглядным свидетельством того, что государственный коммерческий сектор в Казахстане является относительно небольшим по сравнению с частным.

Количество акционерных обществ в Казахстане относительно невелико, потому как акции каждого из них должны продаваться на фондовом рынке, регулирование которого еще далеко не всегда адекватно, и сам фондовый рынок не может считаться достаточно развитым в Казахстане.   Следует отметить, что число полных товариществ, товариществ с дополнительной ответственностью, акционерных обществ и производственных кооперативов имеет тенденцию к небольшому, но стабильному сокращению. Вероятнее всего, сокращение числа указанных организаций происходит за счет их преобразования в более удобную и защищенную, и на сегодня самую оптимальную для малого и среднего бизнеса организационно-правовую форму коммерческих организаций – товарищество с ограниченной ответственностью.

С точки зрения законодательной перспективы представляется необходимым изменить соответствующие положения законов, регулирующих устаревшие формы юридических лиц (полное товарищество, коммандитное товарищество, товарищество с дополнительной ответственностью), посредством исключения этих форм из гражданского законодательства. Кроме того, государству следует сосредоточиться на улучшении законодательства, регулирующего три основные формы коммерческих юридических лиц в Казахстане – акционерное общество, товарищество с ограниченной ответственностью и производственный кооператив. Эти три формы доминируют в коммерческом секторе в Казахстане, что в полной мере соответствует международной тенденции регулирования коммерческих юридических лиц. Государству также следует пересмотреть практику прямого участия в экономических процессах, и участвовать в экономике страны в качестве собственника частных организаций, контролируемых посредством институтов корпоративного управления.

**Контрольные вопросы:**

1. Что вы понимаете под организационно-правовыми формами предприятия?
2. Дайте определение “коммерческой организации” и “некоммерческой организации”.
3. В чем разница между хозяйственными товариществами и хозяйственными обществами?
4. Какие предприятия относятся к акционерным обществам?
5. Что такое унитарное предприятие?

**Глава 2. Производственные ресурсы предприятия**

* 1. **Экономические ресурсы и издержки производства предприятия**

Одним из условий организации производственной деятельности хозяйствующего субъекта является наличие определенного набора экономических ресурсов. Набор используемых фирмой ресурсов всегда различен. Особое внимание уделяется наличию запасов долгосрочного пользования или капитала.

Принято выделять 2 вида капитала:

1. физический или материально-вещественный
2. человеческий (приобретённые навыки и знания, производственный опыт)

**«Имущество» и «капитал» предприятия.**

Используемые в производственной деятельности предприятия материальные и нематериальные элементы составляют имущество предприятия. Составляющими материальных элементов являются земельные участки, на которых расположены здания, сооружения, сырьё, полуфабрикаты, готовые изделия и денежные средства.

К нематериальным элементам относятся те, что создаются в процессе жизнедеятельности предприятия:

* трудовые навыки персонала
* уровень его квалификации
* навыки руководства
* авторские права
* контракты

Капитал предприятия:

* реальный, существующий в форме средств производства;
* денежный, обеспечивающий наличие вещественной формы т.е. в форме средств производства, обеспечивающих его функции.

Помимо этого капитал также подразделяется на:

* Собственный – т.е. фонд, включающий средства учредителей данного предприятия и пополняемый за счёт прибыли.
* Заемный – привлекается предприятием со стороны в виде займов: кредиты, суммы, полученные под залог, средства акционеров.

Особо необходимо выделить важность уставного капитала.

Уставной капитал – это сумма средств учредителей предприятия, вложенных на начальном этапе формирования предприятия с целью обеспечения нормального процесса производства. Так, уставной капитал является первоначальным капиталом предприятия и соответственно, размер уставного капитала может меняться в процессе деятельности предприятия.

Материально-вещественный капитал делится на 2 вида: основной и оборотный. К основному капиталу относятся вещественно-материальные факторы производства, используемые в течение длительного периода времени. Зачастую основной капитал приравнивают к основным фондам, но существует отличие заключающееся в том, что основной капитал помимо стоимости средств труда, включает долгосрочные инвестиции и капитал, который аккумулирован в незавершенном строительстве.

Оборотный капитал – капитал, используемый для обеспечения производственного цикла предметами труда, а также средства, которые используют на оплату труда.

Основной капитал используется в течение нескольких производственных циклов. Оборотный капитал расходуется в течение одного оборотного цикла.

Результатом в процессе функционирования предприятия и потребления ресурсов становится получение конечного продукта. В свою очередь затраты на производство готового продукта являются индикатором использования ресурсов.

Так, если в совокупности затраты (издержки) стали ниже доходов от реализации продукта, то можно говорить о получении предприятием прибыли т.е. положительного результата деятельности предприятия.

Издержки- затраты производства для осуществления предприятием своей производственной деятельности в денежном выражении.

Можно выделить 2 подхода к оценке издержек: бухгалтерский и экономический. С точки зрения бухгалтерского подхода, издержки – это фактическая стоимость потраченных ресурсов, рассчитанная в текущих ценах. Здесь, издержки – это платежи за приобретение ресурсов производства (сырье, материалы, амортизация, труд и т.д.).

Другой подход – экономический , здесь издержки рассматриваются как стоимость других товаров, которыми придется пожертвовать для получения какого-то количества определенного продукта.

По отношению к объему производимой продукции издержки делятся на постоянные и переменные. Переменные издержки – это те затраты, величина которых зависит от объема производимой продукции (сырье и материалы, топливо, энергию, транспортные услуги, часть трудовых ресурсов). Постоянные издержки, наоборот, не привязаны к объему производимой продукции и имеют место, даже если производство продукции не осуществляется (аренда здания/оборудования, амортизационные отчисления, заработная плата работников).

Несмотря на то, что переменные издержки меняются в зависимости от объема производимой продукции величина средних переменных издержек остается примерно на одном уровне т.к. производство каждой отдельной единицы товара требует использование примерно одинаковых ресурсов в примерно одних и тех же объемах.

Касаемо средних постоянных издержек (т.е. сумма постоянных издержек на единицу продукции), они противоположно реагируют на изменение объемов производства т.е. снижаются с увеличением объемов производимой продукции и увеличиваются при снижении объемов производимой продукции.

**Контрольные вопросы:**

1. Раскройте сущность предприятия как имущественного комплекса.
2. Каков состав имущественного комплекса предприятия?
3. Раскройте сущность экономических ресурсов предприятия.
4. Перечислите виды активов предприятия.
5. Что такое уставный капитал предприятия? Каково его содержание?

**2.2 Основные средства и производственные мощности предприятия**

Основные Фонды – это часть национального богатства, характеризующая технический уровень производства в стране. Данный вид фондов являет собой совокупность потребительных стоимостей производственного и непроизводственного назначения, которые функционируют в экономике в долгосрочном периоде и, постепенно изнашиваясь в течение всего срока службы, не теряют своей натуральной формы, перенос стоимости основных фондов осуществляется через амортизационные отчисления.

В зависимости от назначения основных фондов они делятся на производственные (участвующие в процессе производства) и непроизводственные, стоимость которых исчезает в потреблении (жилые дома, объекты культурно-бытового обслуживания, детские учреждения и т.д)

Основные производственные фонды:

* здания;
* сооружения;
* рабочие и силовые машины и оборудование;
* измерительные и регулирующие приборы и устройства;
* вычислительная техника;
* транспортные средства;
* инструмент;
* производственный и хозяйственный инвентарь и принадлежности;
* рабочий, продуктивный и племенной скот;
* многолетние насаждения;
* внутрихозяйственные дороги;
* прочие объекты.

Для денежной оценки основных фондов используется 4 вида оценки:

* + - 1. Оценка по первоначальной стоимости – здесь учитываются расходы на приобретение, доставку, монтаж/установку или же расходы на строительство нового объекта.
      2. Оценка остаточной стоимости – оценка той части первоначальной стоимости фондов, которая осталась фиксированной в основных фондах после определённого периода их функционирования.
      3. Оценка полной восстановительной стоимости – здесь учитывается стоимость воспроизводства основных фондов в первоначальном виде в современных условиях т.е. на момент переоценки.
      4. Восстановительная стоимость за вычетом износа. Этот вид оценки отражает износ основных фондов, но с учётом изменения условий их воспроизводства.

**Амортизация основных производственных фондов (ОПФ).** Амортизация – это процесс постепенного переноса стоимости ОПФ на готовый продукт и восполнение затрат на приобретение ресурсов/сырья и т.п. Амортизация представляет собой денежное выражение износа. Нормы амортизационных отчислений устанавливаются в расчёте на год, в виде процентов от стоимости основных фондов (рассчитаны на основе амортизационного периода). Амортизационный период – временной отрезок, за который затраты на объект основных фондов должны быть полностью возмещены. При известном амортизационном периоде норма амортизации рассчитывается по формуле (1):

|  |  |
| --- | --- |
| или | (1) |

где НА  - годовая норма амортизации (%);

Сп – стоимость приобретения основных фондов или первоначальная стоимость;

ТА – срок службы объекта;

Л – ликвидационная стоимость (то, что можно выручить при ликвидации основных фондов);

Д – стоимость демонтажа.

Годовая сумма амортизационных отчислений определяется по формуле (2):

|  |  |
| --- | --- |
| , | (2) |

где Сс – среднегодовая стоимость основных фондов в ден.ед;

НА - годовая норма амортизации (%);

|  |  |
| --- | --- |
|  | (3) |

где С1 – стоимость основных фондов на начало года;

n – количество полных месяцев функционирования фондов в течение года после их ввода в эксплуатацию;

(12 - n) – количество полных месяцев, оставшихся до конца года после выбытия основных средств.

На некоторые объекты амортизация не начисляется, сюда относятся жилищный фонд, лесное и дорожное хозяйство, продуктивный скот, объекты, приобретённые за счёт бюджетных ассигнований и реконструируемые основные средства в продолжение более одного года, полученные по договору дарения и безвозмездно.

Используемы на практике методы амортизаци:

1. метод пропорциональной амортизации ;
2. метод ускоренной амортизации.

**Производственная мощность предприятия и её использование.**

Производственная мощность – это один из важнейших показателей предприятия, характеризующий максимально возможный выпуск предприятием ассортимента продукции в единицу времени (год), при максимальной загрузке имеющихся фондов а также с применением новых технологий, рациональной организации производства и управления.

Мерилом производственной мощности является натуральное выражение объема произведенное готовой продукции. Первоначальный показатель производственной мощности определяется еще на стадии проектирования предприятия и носит название проектной производственной мощности. Проектная производительность может отличаться от фактической производительности, так как последняя зависит от ряда факторов:

* качество строительства и монтажа оборудования;
* особенности производимой продукции ;
* степень эффективности использования оборудования;
* сокращение времени на производство единицы продукции;
* устранение потерь, связанных с простоями;
* организация труда и уровня квалификации работников.

Различают 3 вида мощности: входную, выходную и среднегодовую.

Входная мощность М1 – мощность на начало планируемого года.

Выходная мощность Мв – мощность на конец планируемого года.

Баланс производственных мощностей рассчитывается по формуле (4):

|  |  |
| --- | --- |
|  | (4) |

где Мв – мощность на конец планируемого года.

М1 – мощность на начало планируемого года;

Мввод  - мощность вводимых основных фондов;

Мвыб – мощность выбывших основных фондов

Также на предприятиях рассчитывают среднегодовую мощность (5):

|  |  |
| --- | --- |
|  | (5) |

где М1 – мощность на начало планируемого года, n – количество полных месяцев функционирования фондов в течение года после их ввода в эксплуатацию,

(12-n) – количество полных месяцев, оставшихся до конца года после выбытия основных фондов.

Определение производственной мощности предприятия происходит исходя из производственной мощности ведущего цеха или подразделения т.е. того, в котором сконцентрирована наибольшая часть основных фондов предприятия и где затрачивается наибольшее количество трудовых ресурсов. В свою очередь производственная мощность ведущего цеха определяется на основе мощности ведущей группы оборудования. Ведущая группа оборудования – это совокупность всех видов оборудования на котором, выполняются самые трудоёмкие технологические операции и оборудование данной группы имеет максимальный удельный вес в общем количестве имеющегося оборудования или в стоимости основных фондов цеха.

|  |  |
| --- | --- |
|  | (6) |

где Мп– производственная мощность предприятия.

Со – среднегодовое количество оборудования.

Фв – годовой фонд работы оборудования в часах.

Нn – норма производительности единицы оборудования за час работы в натуральных единицах.

В случае прерывного производства фонд работы оборудования рассчитывается следующим образом: число рабочих дней в году умножается на количество часов работы оборудования в сутки за вычетом времени, необходимого для ремонта оборудования и не планируемых простоев.

Фонд работы оборудования для непрерывного производства:календарное количество дней в году умножается на 24 часа и минус время, необходимое для ремонта оборудования и непланируемых простоев на предприятии.

Основным показателем производственной мощности является коэффициент использования производственной мощности, который рассчитывается по формуле (7):

|  |  |
| --- | --- |
|  | (7) |

где В – объём выпуска продукции,

МВ – мощность на конец планируемого года.

kисп <1 (всегда)

В случае если в расчетах используется плановый объем выпуска, то весь коэффициент будет плановым, при использовании фактического объема – фактическим. Коэффициент использования производственной мощности показывает напряженность производственного процесса. Если показатель коэффициента низкий, то это говорит о неиспользованности резервов увеличения выпуска продукции (путем внедрения современного оборудования, технологии, сокращения простоев и т.д.)

К наиболее значимым факторам, от которых зависит производственная мощность предприятия относятся: характер производимой продукции, режима работы предприятия, состав и структура используемого оборудования и т.д.

**Показатели использования основных фондов.**

Показатели использования основных фондов можно разделить на обобщающие и частные (специальные). К первым относятся показатели фондоотдачи, фондоемкости, фондовооруженности и рентабельности основных фондов

1) Фондоотдача – Фо  рассчитывается по формуле (8):

|  |  |
| --- | --- |
|  | (8) |

где Пвал – общий выпуск продукции за год, в рублях;

Сф – среднегодовая стоимость основных фондов.

Экономический смысл: фондоотдача характеризует объем произведенной и реализованной продукции в денежном выражении, приходящийся на каждую денежную единицу среднегодовой стоимости основных фондов.

2). Фондоёмкость – Фе (9):

|  |  |
| --- | --- |
|  | (9) |

где ФО – фондоотдача,

Сф – среднегодовая стоимость фондов,

Пвал – общий выпуск продукции за год, в рублях.

Экономический смысл: данный показатель показывает долю среднегодовой стоимости основных фондов, приходящуюся на 1 денежную единицу произведённой продукции за определённый период.

Данные показатели измеряются в динамике. Низкий показатель Фе и высокий Фо означают лучшее и эффективное использование основных фондов.

3). Фондовооружённость – Фв (10)

|  |  |
| --- | --- |
|  | (10) |

где Т – среднесписочная численность рабочих за определённый период, Сф – среднегодовая стоимость фондов.

4). Рентабельность основных фондов Р (11):

|  |  |
| --- | --- |
|  | (11) |

где Сф – среднегодовая стоимость основных фондов,

П – планируемая прибыль на единицу выпуска.

К группе частных показателей использования основных фондов относятся:

1. коэффициент экстенсивного использования основных фондов (12):

|  |  |
| --- | --- |
| или | (12) |

Данный коэффициент определяет уровень использования фондов во времени.

1. коэффициент интенсивного использования основных фондов (13):

|  |  |
| --- | --- |
| или | (13) |

Коэффициент характеризует уровень использования мощности данного оборудования.

1. коэффициент интегрального использования оборудования (14):

|  |  |
| --- | --- |
|  | (14) |

Характеризует одновременно использование оборудования по времени и по мощности.

1. коэффициент сменности (применяет в некоторых производствах) (15):

|  |  |
| --- | --- |
|  | (15) |

где Т – количество фактически отработанных станкосмен,

В – количество установленного оборудования.

Данный показатель показывает, сколько смен в среднем в течение года работало установленное оборудование.

Данные показатели рассчитываются для оценки уровня использования или недоиспользования организацией основных фондов.

**Износ и воспроизводство основных фондов.**

Основные фонды могут изнашиваться как морально так и физически. Физический износ – процесс механического изнашивания основных фондов, в результате чего происходит постоянная утрата первоначальной стоимости. За основу расчета физического износа берется паспортный срок службы основных фондов и срок их фактического использования. Доля физического износа вычисляется по формуле (16):

|  |  |
| --- | --- |
|  | (16) |

где ТФ – фактический срок использования оборудования,

ТН – нормативный срок использования (по паспорту).

Моральный износ проявляется в том, что использование фондов становится экономически нецелесообразным в связи с техническим прогрессом. Моральный износ представлен двумя видами:

1)Моральный износ первого вида заключается в удешевлении воспроизводства основных фондов в современных условиях (17):

|  |  |
| --- | --- |
|  | (17) |

где И1 – относительная величина морального износа первого вида,

Ф1 – первоначальная стоимость средств труда,

Ф2 –восстановительная стоимость основных фондов.

2) моральный износ второго вида связан с совершенствованием технологий и их вводом в производственный процесс (18):

|  |  |
| --- | --- |
|  | (18) |

где Вс, Ву – восстановительная стоимость современной и устаревшей машины,

Пу, Пс – производительность современной и устаревшей машины.

Помимо упомянутых выше видов износа различают также социальный и экономический износ (появляющийся в результате изменений социальных характеристик и условий труда и их негативного влияния на окружающую среду)

Существуют различные формы простого и расширенного воспроизводства основных фондов. К формы простого воспроизводства можно отнести замену устаревшего средства труда и капитальный ремонт. Предприятие имеет право создавать фонд для ремонтных работ, годовая сумма отчислений в этот фонд определяется на усмотрение управляющих предприятия. в случае отсутствия такого фонда, то затраты на ремонт учитываются непосредственно в себестоимости продукции, а по непроизводственным фондам погашается за счёт прибыли. Такой фонд позволяет более равномерно списывать затраты на ремонт оборудования.

К формам расширенного воспроизводства можно отнести: новое строительство, расширение действующих предприятий, их реконструкция, техническое перевооружение, а также модернизация оборудования. У каждой формы есть свои особенности, достоинства и недостатки.

**Контрольные вопросы:**

1. Что такое «основной капитал», его основные элементы?
2. Охарактеризуйте основные производственные фонды. Как они участвуют в процессе производства?
3. Какие виды оценок основного капитала вы знаете? Назовите основные методы переоценки основного капитала
4. Чем износ отличается от амортизации? Какое понятие шире? Поясните экономическую сущность амортизации
5. Назовите известные вам методы расчета амортизационных отчислений
6. Дайте определение понятию «производственная мощность». Какие показатели мощности используются в производстве?
7. Какие показатели эффективности использования основного капитала вы знаете?
8. Раскройте взаимосвязь между показателями фондоотдачи, фондовооруженности и производительности труда.

**2.3 Оборотные производственные фонды и оборотные средства предприятия**

**Состав и структура оборотных производственных фондов.** Деньги используемые для оплаты труда, развития технологий производства, хранения и реализации готовой продукции являются оборотными средствами, т.е вложены в оборот производства. Оборотные средства – вложенный в оборотные фонды и фонды обращения капитал.

Оборотные средства можно разделить на две части:

* 1. Оборотные фонды – это средства вложенные в производство они составляют около 70% от общей суммы средств производства.
  2. Фонд обращения - это средства задействованные в обращении готовой продукции и составляют около 30% от оборотных средств.

Что такое оборотные фонды? Это все средства расходуемые в процессе одного цикла производства от приобретения сырья и расходных материалов до выпуска готовой продукции включая заработную плату рабочих. Оборотные фонды полностью включаются в стоимость готовой продукции. Оборотные фонды имеют вещественное воплощение в виде готовой продукции и отличаются большей ликвидностью по сравнению с основными фондами.

Оборотные фонды включают 3 основные элемента:

1. 1.Производственные запасы (запасы не задействованные в производственном процессе, например: сырье и расходные материалы, оборудование и инструменты, запасы электроэнергии и ГСМ).
2. Незавершённое производство (материально-вещественные элементы оборотных фондов, вступившие в производство, но еще не дошедшие до стадии готовой продукции).
3. Расходы будущих периодов (денежные средства вкладываемые в развитие технологий производства и модернизацию продукции, подготовку кадров, научные исследования).

Фонды обращения включают в себя готовую продукцию на разных стадиях реализации, денежные средства на расчетных счетах в банках, дебиторскую задолженность.

70% всех оборонных средств составляют нормируемые и 30% ненормируемые средства.

**Нормирование оборотных средств и материалоёмкость продукции.**

Нормирование-это определение минимальной и достаточной экономически обоснованной потребности в оборотных средствах предприятия на процесс производства и реализации одной единицы (партии) готовой продукции.

Расчет потребности оборотных средств производится при составлении финансового плана предприятия. Величина оборотных средств в условиях современной экономики зависит от планируемых объемов выпуска продукции, рынка сбыта снабжения производства.

Существует три способа нормирования:

* 1. Метод прямого счета.
  2. Аналитический метод.
  3. Коэффициентный метод

**Метод прямого счета** – заключается в расчете затрат по каждому элементу оборотных средств и каждой однородной группе материалов производственного фонда. Метод прямого расчета является самым трудоемким т.к. он расчитывается по каждому отдельному элементу ОС и по однородной группе ПФ материалов внутри каждого элемента.

**Аналитический метод** применим в тех случаях, когда текущий производственный процесс схож с базовым. За базовый период берутся данные периода работы нормирование оборотных средств которого проводилось методом прямого расчета. При данном расчете нормирования ОС ведется укрупнено с учетом темпов изменения объема производства.

**Коэффициентный метод** предполагает определение нового норматива на базе норматива предыдущего периода, но с учетом новых особенностей процесса производства, снабжении, условий реализации.

Аналитический и коэффициентный методы могут быть использованы на предприятиях выполнивших полный цикл по производству и реализации готовой продукции.

Метод прямого расчета проводится в несколько этапов.

На первом этапе производится классификация всех потребляемых ресурсов.

На втором этапе рассчитывается потребность ресурса по каждой группе на один цикл производства или на определенный период.

На третьем этапе определяется среднесуточный расход данного ресурса в процессе производства.

На четвертом этапе определяется норма запаса ресурса на определенный срок.

При расчете количества дней обеспеченности устанавливают время пребывания оборотных средств в составе:

1. текущего запаса;
2. страхового запаса;
3. транспортного запаса;
4. технологического;
5. подготовительного.

**Текущий запас** (основной) создается для обеспечения бесперебойной работы предприятия в период между двумя смежными поставками и принимается в размере 50% от величины среднего цикла снабжения с целью избежания простоя производства и как следствие увеличения расходов.

**Страховой запас** создается на случай перебоев в снабжении. 2-ой по величине вид запасов. Продолжительность пребывания в составе этого запаса, приблизительно половина от продолжительности пребывания в составе текущего запаса.

Время пребывания в **транспортном запасе** вависит от удаленности поставщика. Здесь учитывается, превосходство продолжительности грузооборота над сроками документооборота.

**Технологический запас** – это время необходимо учитывать, только в том случае, если данный вид товара нуждается в предварительной обработке. Но при этом обработка не является частью технологического процесса.

**Подготовительный запас** учитывает время, которое связано с приемом товарно-материальных ценностей, сортировкой, складированием. Данные идут по данным хронометражных наблюдений.

**Сезонный запас** – характерен на предприятиях перерабатывающей промышленности (с/х).

Таким образом, нормируемыми оборотными средствами являются производственные запасы, процесс производства, незавершённое производство, готовая продукция, денежные средства в кассе.

К ненормируемым – остальные элементы оборотных средств, например, денежные средства на расчетном счёте, товары отгруженные.

Нормирование оборотных средств включает все виды прямых затрат. Нормирование оборотных средств производится на основе разработанных норм и нормативов.

Нормирование расхода материальных ресурсов есть определение их количества, необходимого для выпуска одной единицы продукции. Норма расхода – максимально допустимая величина затрат оборотных средств на выпуск одной единицы продукции при существующих условиях производства.

Норматив оборотных средств – это минимальный допустимый размер оборотных средств, необходимых для обеспечения нормальной работы предприятия. Частные нормативы - это тот необходимый уровень средств, затрагивающий отдельные статьи нормируемых оборотных средств. Сумма таких частных нормативов составляет совокупный норматив собственных оборотных средств.

Ниже представлена формула расчета нормативов производственных запасов, которые складываются из текущего, страхового, транспортного, подготовительного, технологического, а в определенных производствах и сезонного запасов.

Текущий запас (19):

|  |  |
| --- | --- |
| , | (19) |

где Ипл – плановый интервал между двумя поставками в днях;

Рсут – суточный расход материальных ресурсов;

кзап – коэффициент задержки ресурсов в запасе.

Максимальной текущий запас будет в момент очередной поставки с последующим уменьшением до полного использования к моменту очередной поставки.

Страховой запас определяется (20) в размере 50% текущего запаса (если расчеты ведутся укрупнённо):

|  |  |
| --- | --- |
|  | (20) |

где – разрыв в интервале поставок;

Рсут – суточный расход материальных ресурсов.

Страховой запас необходим на случай перебоев в поставке материальных ресурсов.

Транспортный запас рассчитывается аналогично страховому. Необходимость его создания обусловлена сбоями в работе перевозчиков.

В тех случаях, когда поставляемые материалы перед запуском в производство должны пройти дополнительную обработку (например удаление лишней влаги из сыпучих материалов) создается технологический запас, который определяется как произведение суммарной величины запасов на коэффициент технологичности материала, который устанавливается в процентах комиссией из представителей поставщиков и потребителей (21):

|  |  |
| --- | --- |
|  | (21) |

Если не требуется специальных операций по технологической обработке материала, этот запас принимается равным одному дню.

Исходя из времени приёмки, складирования и определения качества поступивших материалов определяется подготовительный запас.

Таким образом мы можем определить норматив по каждой позиции, умножив норму запасов дня на среднесуточный расход данного ресурса и на действующую цену.

Складывая все величины оборотных средств по всем видам запасов получим итоговую сумму норматива оборотных средств в разделе запасов производства. **Нормирование незавершенного производства.** Нормирование незавершенного производства определяется при использовании аналитического метода корректировкой величины оборотных средств базового (завершенного) периода.

При использовании метода прямого счета для каждого вида выпускаемой продукции определяется:

1. длительность производственного цикла ее изготовления, переведенная в календарные дни;
2. для каждого вида устанавливается производственная себестоимость продукции;
3. коэффициент нарастания затрат.

**Нормирование готовой продукции на складе предприятия.**

Произведение среднесуточной отгрузки продукции и производственной себестоимости позволяет определить данный норматив.

**Источники формирования и пополнения ОС.**

1. Собственные источники и приравненные к ним.
2. Заемные источники.

Исходя из минимальной достаточной потребности товарно-материальных ценностей для обеспечения нормального процесса производства и процесса сбыта готовой продукции определяется размер собственных оборотных средств.

В случаях модернизации и расширения производства возникает необходимость увеличения оборотного капитала. Увеличение осуществляется за счет собственных ресурсов (прибыль), а также приравненных к ним устойчивых пассивов. **Устойчивые пассивы** это используемые предприятием средства, которые ему не принадлежат (задолженность по зарплате, налогам). Заемные средства – средства взятые в кредит в банках и других финансовых организациях.

**Оборачиваемость оборотных средств и её показатели.** Оборачиваемость оборотных средств - это скорость возврата оборотных средств на первоначальную фазу кругооборота и это является одним из главных показателей эффективности производства.

Чем короче период оборачиваемости капитала, тем меньше потребность предприятия в дополнительных денежных средствах, тем выше эффективность производства.

Пути сокращения потребности в оборотных средствах:

1. Сведение к минимуму запасов в оборотных фондах.
2. Выбор оптимальных способов доставки готовой продукции к потребителю.
3. Эффективная работа менеджеров по подбору платежеспособных и надежных потребителей.

Для оценки эффективности оборачиваемости оборотных средств используют следующие показатели:

1. Коэффициент оборачиваемости – число кругооборотов, совершаемых оборотными средствами в единицу времени (22):

|  |  |
| --- | --- |
|  | (22) |

где kо – коэффициент оборачиваемости (количество оборотов),

В – годовая выручка предприятий или объём реализации,

СО – среднегодовая величина оборотных средств.

Коэффициент оборачиваемости показывает объём реализованной продукции, приходящийся на одну денежную единицу оборотных средств.

2. Длительность одного оборота (23):

|  |  |
| --- | --- |
|  | (23) |

где О – длительность одного оборота (в днях);

Д – число дней в периоде;

kо – коэффициент оборачиваемости (количество оборотов).

3. Коэффициент закрепления оборотных средств (24):

|  |  |
| --- | --- |
|  | (24) |

где kо – коэффициент оборачиваемости (количество оборотов);

СО – среднегодовая величина оборотных средств;

В – годовая выручка предприятий или объём реализации.

Экономический смысл коэффициента закрепления оборотных средств заключается в том, что он отражает количество средств затраченных на каждую денежную единицу сбытой продукции.

Количество продукции хранящейся на складе может быть уменьшено за счет правильного подбора ассортимента выпускаемой продукции в зависимости от спроса на рынке сбыта.

ОС высвободившиеся в результате эффективного использования:

**1. Абсолютное высвобождение.** Возможно в случае снижения запасов на складе ниже плановой нормы, но достаточной для выполнения плана производства.

**2. Относительное высвобождение.** Определяется в случаях изменения оборотных средств и объемов готовой продукции.

Для определения величины относительного высвобождения в первую очередь необходимо определить величину необходимых оборотных средств для реализации фактического объема продукции при имеющейся скорости оборотов.

В зависимости от основного вида затрат на производство продукции в экономике различают:

1. Трудоёмкие производства – в себестоимости продукции большую долю составляет не стоимость сырья и расходных материалов, а оплата труда.
2. Фондоёмкие производства – в себестоимости долю от 35-60% составляют амортизационные затраты.
3. Материалоёмкие производства – более 50% себестоимости составляют сырье и расходые материалы.

Данная классификация позволяет определить резервы для снижения себестоимости продукции, повышение уровня использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов положительно сказывается на эффективности производства.

Эффективность использования материалов определяют следующим образом:

1. Показатель использования материалов:

|  |  |
| --- | --- |
|  | (25) |

2. Коэффициент отходов производства:

|  |  |
| --- | --- |
|  | (26) |

Материалоемкость продукции – это показатель затраченного в производстве труда и рационального использования материальных ресурсов. При этом материальные затраты представляются как в натуральном так и в денежном выражении. Изменение величины материалоемкости ведет к изменению нормируемых оборотных средств, за чсет изменения производственных запасов.

Резервы по снижению материалоёмкости производства:

1. Использование в производстве высокопрочных износостойких материалов.
2. Использование прогрессивных технологий.
3. Утилизация отходов производства и изготовление из них побочной продукции.

Повышение эффективности использования материальных средств возможно за счет модернизации производственного оборудования, технологии, повышение уровня квалификации работников производства и маркетинга.

Потребность производства в оборотных средствах зависит от объемов производства, чем больше объем тем больше оборотный капитал, вместе с тем при более эффективном использовании материальных, трудовых и временных затрат на производство и сбыт единицы продукции, т.е сокращении времени оборота средств ведет к снижению себестоимости продукции и уменьшению значения оборотного капитала.

**Анализ показателей использования материальных ресурсов.** В целях снижения себестоимости продукции и повышения эффективности производства важную роль играет рациональное использование всех задействованных в производстве материальных и трудовых ресурсов. Для анализа рационального использования материальных ресурсов применяется система частных и обобщающих показателей.

**Частными показателями материалоемкости,** каждый из которых имеет свое определенное назначение, являются:

1. Удельная материалоемкость;
2. относительная материалоемкость.

Удельная материалоемкость — сумма материальных затрат или рас­ход отдельных видов материальных ресурсов на единицу продукции.

Так если отношение использованного материала к расчетной норме расхода определяет плановый коэффициент исполь­зования материала (Кпл)(26), то полезный расход материала к его факти­ческому расходу — фактический коэффициент использования мате­риала (Кф) (27):

|  |  |
| --- | --- |
|  | (26) |

|  |  |
| --- | --- |
|  | (27) |

где Пр — полезный (чистый) расход материала на единицу продук­ции в натуральном измерении;

Нр — норма расхода материала на единицу продукции в натураль­ном измерении;

Фр — фактический расход материала на единицу продукции в на­туральном измерении.

Сравнивая показания планового (базового) и фактического коэф­фициентов использования материалов, можно определить и расчитать имеющиеся ре­зервы сокращения показателей удельной материалоемкости. Наиболее эффективны три направления экономии материалов за счет умень­шения удельных расходов:

- совершенствование конструкции изделий;

- сокращение отходов при обработке материала (за счет использования более совершенных технологий);

- ликвидация потерь от брака.

Отношение фактических и нормативных расходов на производство одной единицы продукции позволяет определить величину экономии или перерасхода материала. При этом выраженная в стоимостном виде данная величина будет показывать экономию или перерасход средств.

Отношение фактического расхода материала к нормативному позволяет рассчитать индексы удельного расхода (28) материала на одну единицу продукции:

|  |  |
| --- | --- |
|  | (28) |

Вместо нормативной величины за базу сравнения может прини­маться удельный расход прошлого периода. Порядок расчета от этого не меняется.

Сводный индекс расхода ос­новных материалов (29) на производство единицы продукции составляет:

|  |  |
| --- | --- |
|  | (29) |

где m1 и mн — соответственно фактический и нормативный удель­ные расходы конкретного вида материалов на производство единицы продукции;

р — цена единицы материала, принимаемая неизменной для обо­их периодов.

Аналогичным образом можно определить удельный расход всех видов расходных и дополнительных материалов.

Показатель **относительной материалоемкости (Kотн)** —данный показатель характеризует расход материала приходящийся на одну единицу эксплуатационной характеристики механизма или оборудования (мощность, производительность), очень важен для предприятий машиностроения, станкостроения) :

|  |  |
| --- | --- |
|  | (30) |

где Пр — полезный (чистый) вес изделия в натуральных единицах измерения;

Кед — количество единиц основной эксплуатационной характери­стики машин, изделий.

Кроме основного показателя существуют и частные, такие как:

- материалоемкость продукции (обратный показателю материалоотдачи),

- коэффициент соотношения темпов роста объемов произ­водства продукции и материальных затрат,

- удельный вес материальных затрат в себестоимости продукции,

- относительная экономия матери­альных затрат,

- рентабельность материальных затрат.

Показатель материалоемкости продукции —показывает фактический расход материалов из фактически произведенного объема продукции в каждом периоде.

В зависимости от поставленных задач расчеты показателей матери­алоемкости продукции могут производиться по данным расхода в на­туральном выражении (и в этом случае они будут равны показа­телям удельного расхода), в сопоставимых для сравниваемых периодов ценах (тогда динамика показателей материалоемкости будет отлична от динамики удельных расходов по причине различий в объемах и струк­туре выпускаемой продукции) и в действовавших в каждом периоде ценах. В последнем случае на динамике показателей материалоемко­сти будут отражаться изменения состава продукции, изменения уров­ня цен как по отдельным видам продукции, так и по отдельным видам материальных ресурсов, а также изменения удельных расходов матери­алов на единицу продукции каждого вида.

Для определения количества произведенной продукции с каждой затраченной денежной единицы оборотных средств служит показатель материалоотдачи, определяемый соотношением стоимости продукции к затратам на ее производство.

Для рентабельности производства индекс роста производства должен опережать индекс материальных затрат. Соотношением этих величин определяется коэффициент соотношения темпов роста объема производства продук­ции и материальных затрат.

Отношение материальных затрат к полной себестоимости продукта определяет удельный вес материальных затрат. Изменение данного показателя показывает изменение материалоемкости продукции.

Исходя из отношения фактических затрат к плановой на фактический объем выпущенной продукции определяется коэффициент экономии (перерасхода)

Общим показателем эффективности производства является его рентабельность, определяемая как соотношение прибыли производства к затратам.

Проведем анализ показателя материалоемкости (МЕ). Материалоемкость зависит от следующих факторов: объем произведенной продукции (VB), структура продукции (УВi), расход материалов на единицу продукции (УРi), цена материалов (ЦМi). В свою очередь, объема выпущенной продукции (знаменатель дроби) изменяется в зависимости от количества выпущенной про­дукции, структуры продукции и уровеня отпускных цен (ЦПi).

Исходя из этого можно построить факторную модель материалоемкости (31):

|  |  |
| --- | --- |
|  | (31) |

где – затраты на материалы для производства продукции

– стоимость производства продукции.

Последний этапом в анализе материалоемкости представлен изучением динамики изменений показателя рентабельности материальных ресурсов т.е. прибыли на 1 руб затрат. Для определения влияния факторов на изменение этого показателя используют следующую модель (32):

|  |  |
| --- | --- |
|  | (32) |

где П - прибыль от продаж;

ВП - выручка от продаж;

В - выпуск продукции;

Рп - рентабельность продаж;

УВ - доля выручки в общем объеме выпуска продукции;

МО - материалоотдача.

**Контрольные вопросы:**

* 1. Дайте характеристику понятия «оборотные средства». Назовите состав оборотных средств предприятия.
  2. Охарактеризуйте структуру оборотных средств. Как они участвуют в процессе производства?
  3. Что такое «оборотные производственные фонды»? Что входит в понятие «фонды обращения»?
  4. Назовите основные источники оборотных средств.
  5. Назовите основные показатели эффективности оборотных средств.

**2.4 Трудовые ресурсы и основные системы оплаты труда на предприятии**

Персонал представляет собой, один из важнейших ресурсов на любом предприятии. Эффективность работы всего предприятия во многом зависит от грамотного и правильного управления персоналом. Высоко квалифицированные, берущие на себя инициативу и надежные работники смогут заметно увеличить эффективность работы предприятия.

Для того, чтобы эффективно планировать и осуществлять кадровую политику предприятия, необходимо применение различных методов, таких как администрирование информацией о большом количестве работников, проведение различных мероприятий по подбору и обучению персонала, оценки уровня подготовки производственного и управленческого состава работников. Но при этом стоит учитывать, что в управление персоналом не входит ведение личных дел работников и сбор данных личного характера. Для успешного ведения бизнеса важную роль играет актуальный подход к отбору и выбору персонала, формирование комплекса мер по мотивации и оценки деятельности работников. Важен систематический анализ для выделения общих тенденций и целесообразного пользования конечных результатов.

В формировании кадрового менеджмента, как профессиональной деятельности, в течении двадцатого столетия можно выделить периоды, в которых происходило формирование новых идей, доктрин и подходов в кадровой сфере. В развитии теории и опыта кадрового менеджмента выделяют фазы, в которых адаптируют как новые технологий менеджмента, так и специфические подходы в работе с кадрами. Настоящая революция в кадровой сфере произошла после окончания Второй мировой войны, с приходом идеи системного подхода в менеджменте. Формирование системного менеджмента содействовало возникновению ранее не известной технологии кадрового менеджмента - управление человеческими ресурсами. Данная технология была введена в систему стратегического менеджмента, и таким образом роль управления персоналом перешла к высшим должностным лицам корпораций. Подвергся изменениям и характер кадровой политики: данная политика стала в большей степени инициативной и целевой.

В настоящее время, формирование и сохранение персонала, который обла­дает высоким квалифицированным и креативным потенциалом, очень важен для каждой компании, так как персонал несет собой собой конкурентные преимущества на рынке.

Политика организации – система правил, в соответствии с которыми ведет себя система в целом и по которым действуют люди, входящие в эту систему. Кроме финансовой политики, внешнеэкономической, политики по отношению к конкурентам и т. д. любая организация разрабатывает и осуществляет кадровую политику. Такой подход на Западе характерен для крупных частных компаний и системы государственной службы: именно в этих организациях наиболее последовательно реализуется принцип соответствия кадровой политики и стратегии развития организации (опыт государственной службы Канады, Германии).

Термин «кадровая политика» имеет широкое и узкое толкование:

Во-первых, это система принципов и норм (которые должны быть осознаны и определенным образом сформулированы), приводящих человеческий ресурс в соответствие со стратегией фирмы (отсюда следует, что все мероприятия по работе с кадрами - отбор, составление штатного расписания, аттестация, обучение, продвижение - заранее планируются и согласовываются с общим пониманием целей и задач организации);

Во-вторых, это набор конкретных правил, пожеланий и ограничений (зачастую неосознанных) во взаимоотношениях людей и организации: в этом смысле, например, слова «кадровая политика нашей фирмы состоит в том, чтобы брать на работу людей только с высшим образованием», могут использоваться в качестве аргумента при решении конкретного кадрового вопроса.

Стратегия управления персоналом, представляет собой специфический набор главных принципов, правил и целей работы с персоналом, конкретизированных с учетом типов организационной стратегии, организационного и кадрового потенциала, а также типа кадровой политики.

Анализируя существующие в конкретных организациях кадровые политики, можно выделить два основания для их группировки. Первое основание может быть связано с уровнем осознанности тех правил и норм, которые лежат в основе кадровых мероприятий и, связанным с этим уровнем, непосредственного влияния управленческого аппарата на кадровую ситуацию в организации. В соответствии с данным основанием выделяют следующие типы кадровой политики:

* пассивная;
* реактивная;
* превентивная;
* активная.

Пассивная кадровая политика. Само представление о пассивной политике кажется алогичным. Но все равно, мы можем столкнуться с ситуацией, когда руководство компании не имеет четко сформулированной программы по отношению к персоналу, тем самым сводя кадровую работу к ликвидации отрицательных последствий. Такая организация характеризуется отсутствием прогноза кадровых потребностей, средств оценки труда и персонала, анализа кадровой ситуации в целом. В подобной ситуации, руководство политики работает в рамках экстренного реагирования на возникшие ситуации, стремясь погасить их любыми средствами, но при этом без попыток понять причины возникновения и вероятностные последствия.

Реактивная кадровая политика. В данной политике руководство производит контроль за симптомами негативного состояния в работе с персоналом, причинами и развитием кризиса: зарождение спорных ситуаций, нехватка квалификации у работников для разрешения таких ситуаций, отсутствие у персонала мотивации к высокопродуктивному труду. Основные меры, руководство компании, направленные на локализацию кризиса, ориентируется на установление причин, приводящие к возникновению проблем. Как правило, кадровые службы таких предприятий, имеют средства диагностики существующей ситуации и необходимой экстренной помощи. Несмотря на то, что в программах развития предприятия кадровые проблемы выделяются и рассматриваются специально, основные затруднения образовываются при среднесрочном прогнозировании.

Превентивная кадровая политика. Данная политика возникает только тогда, когда руководство фирмы имеет достоверные прогнозы развития сложившейся ситуации. Но при этом организация, придерживающаяся превентивной кадровой политики, не располагает достаточным количеством средств для влияния на нее. Кадровая служба таких предприятий располагает как и средствами диагностики персонала, так и прогнозированием кадровой ситуации на среднесрочный период. В программах развития организации содержатся краткосрочный и среднесрочный прогнозы потребности в кадрах, как качественный, так и количественный, сформулированы задачи по развитию персонала. Основная проблема таких организаций состоит в разработке целевых кадровых программ.

Активная кадровая политика. Данная политика применяется, если у руководства есть прогноз и также средства воздействия на ситуацию, а кадровая служба в состоянии разработать антикризисные кадровые программы, проводить систематический мониторинг ситуации и вносить изменения в исполнение программ в соответствии с параметрами внешних и внутренних ситуаций.

Мотивация высокопродуктивного труда способствует обеспечению восстановления нормальной трудоспособности работников, повышение места, занимаемого ценностью труда, во всей структуре социальных ценностей, формированию актуального трудового сознания и трудовой этики. В общем случае стратегией и тактикой решения этой проблемы являются мотивация трудовой деятельности и стимулирование. Мотивация представляет собой стратегию преодоления кризиса труда путем долговременного воздействия на работника с целью изменения по указанным параметрам структуры ценностных ориентиров и интересов, фор­мирования соответствующего мотивационного ядра и развития на этой основе трудового потенциала. Стимулирование, представляет собой ориентирование на фактическую структуру ценностных ориентации и интересов работника, на более общирную реализацию имеющегося трудового потен­циала.

Рабочая сила - это наиболее активная часть производственного процесса. Кадры осуществляют разнообразные функции на предприятии. Кадрами организации являются совокупность работников разных профессионально-квалификационных групп, которые заняты на предприятии и входящие в его списочный состав.

В свою очередь **в** списочную численность включают работников по найму, работников по контракту 1 и более дней, и владельцев организации, которые получают заработную плату. Внешние совместители в списочной численности не учитываются. Списочная численность фиксируется ежедневно, а также на определённую дату.

Среднесписочная численность обычно рассчитывается за определенные отрезки такие как: месяц, квартал, год. Когда происходит расчет среднесписочной численности за месяц, необходимо суммировать списочную численность за каждый день, включая праздничные и выходные, и разделить полученную сумму на число календарных дней. По отношению у более крупным периодам (квартал, год) вместо данных об отработанных днях используют данные о среднесписочной численности за месяц.

Кадры предприятия, на прямую связанные с производством продукции, то есть занятые основной производственной деятельностью, представляют собой промышленно-производственный персонал. Работники торговли, общественного питания, жилищно-коммунального хозяйства, медицинских и оздоровительных учреждений, учебных заведений и курсов, учреждений дошкольного образования, культуры и т.д., как самостоятельно функционирующих, так и находящихся на балансе какого-либо предприятия, относятся к непромышленному персоналу.

**Основные характеристики персонала предприятия.** Согласно с имеющейся классификацией, можно выделяют такие категории персонала, как:

Во-первых, руководители и специалисты;

Во-вторых, служащие;

В-третьих, рабочие, они в свою очередь делятся на основные и вспомогательные.

Основополагающим в данном разделении персонала, является признак функциональных обязанностей.

Руководителями, являются лица, в круг обязанностей которых входит руководство и управление фирмой. Также руководителей подразделяют на высшее, среднее и нижнее звенья.

Специалистами, являются лица, занятые в функциональных подразделениях фирмы и выполняющие какие-либо специальные функции, к таким функциям можно отнести анализ и планирование.

Служащими, являются лица, осуществляющие учет, контроль, оформление документации и другие вспомогательные функции.

Рабочими, являются лица, который осуществляют выпуск продукции, исполнение работ, оказание услуг.

К показателям использования кадров компании обычно относят, такие показатели как коэффициент приёма кадров, коэффициент выбытия и коэффициент текучести кадров.

1. Коэффициент выбытия кадров:

Кв.к.=\*100%

где Р – среднесписочная численность работников за определённый период, Рув. - количество уволенных за тот же период по всем причинам.

2. Коэффициент приема кадров:

Кп.к=\*100%

где Рп. - количество принятых за определенный период людей; Р – среднесписочная численность работников за тот же период.

3.Коэффициент текучести кадров:

Кт.к=\*100%

где Рув. - количество уволенных за определенный период работников по собственному желанию, за прогулы и другие нарушения трудовой дисциплины; Р – среднесписочная численность работников за тот же период.

**Организация труда на предприятии.** Чтобы труд на предприятии был сформирован как высокоорганизованная сфера, необходимо этот труд правильно организовать. В сфере организации труда имеет достаточное количество различных составляющих, а именно:

Во-первых, оптимальное разделение и кооперирование труда в компании;

Во-вторых, обеспечение необходимых условий рабочего места согласно используемой технологии;

В-третьих, предоставление нормальных условий труда;

В четвертых, нормирование трудовой деятельности;

В пятых, обеспечение работы производственных бригад;

В шестых, исследование различных приемов труда и применение соответствующих методов;

В седьмых, обеспечение совмещения профессий, а также многостаночное облуживание;

В восьмых, необходимо проводить исследование потерь рабочего времени и применение методов их устранения;

В девятых, обеспечение организации рациональной оплаты труда.

Стоит рассмотреть вышеуказанные элементы подробнее,

1. Оптимальное разделение и кооперирование труда в компании. С того момента, когда появились первые мануфактуры было замечено, что работнику не следует поручать исполнение работы от начала до конца, а было признано верным, таким образом разделить труд, чтобы каждый выполнял его часть. Вследствие чего, появилась новая теория оптимального разделения труда, основными аспектами которой являются: подразделение труда на физический и умственный; применение вариаций труда по профессиям, специальностями также квалификации рабочих; выделение от основных операций, вспомогательных операций и операций обслуживания; и последнее это дальнейшее пооперационное деление труда.

Глубина разделения труда обусловлена тремя аспектами, которые в свою очередь характеризуются вариацией принадлежности компании по отраслям, затем уровнем или же масштабом производственной сферы и уровнем специализации, концентрации производства.

Основополагающим в разделение труда изнутри предприятия является единичное разделение труда. Такое разделение труда заметно уменьшает производственный цикл, и увеличивает производительность труда. Оно также связано с кооперацией, что по своей сути представляет объединение определенного количества производителей, путем объединения, для планового участия в одном, а иногда и нескольких, связанных процессах труда. Стоит выделить, что как раз такая кооперация позволяет нести труду общественный характер.

2. Обеспечение необходимых условий рабочего места согласно используемой технологи. Оборудование рабочего места должно соответствовать типам и методам производства и отвечать всем требованиям как максимальному удобству для работника, так и экономии в рабочих движениях.

3. Предоставление нормальных условий труда, является важнейшим пунктом, так как практика в производстве свидетельствует о том, что предоставляемые условия труда работника, на прямую влияют на его производительность. В противном случае, когда присутствуют нарушение санитарных и гигиенических требований, трудовая деятельность работника снижается.

4. Нормирование трудовой деятельности непосредственно на предприятии, способна определять затраты трудовой деятельности на каждую проводимую операцию, благодаря которой и происходит нормирование труда. Исполнение такой функции важно как для правильной организации трудовой деятельности, так и для производственной деятельности в общем.

5. Обеспечение работы производственных бригад, которые можно классифицировать как специализированные бригады(объединяющие работников единой профессии) и комплексные бригады(объединяющие работников разных профессий для исполнения подготовленного комплекса различных работ)

Для различных видов бригад характерно объединение профессий и многостаночное обслуживание.

6. Исследование различных приемов труда и применение соответствующих методов, здесь стоит отметить то, что работники выполняют свою работу в разное время и с разной скоростью. Из-за чего и появилась необходимость в изменении цикла для его оптимизации. Чтобы это выразить изучают движение работников, с помощью хронометража, фотохронометража и киносъемки.

7. Обеспечение совмещения профессий, а также многостаночное облуживание, осуществляется с помощью дополнительного обучения работников (смежные и вторые профессии). Смежная профессия характеризуется технологической и организационной общностью с первой профессией, пример: станочник-наладчик. В соответствии с этим совмещение профессий нужно производить с учетом ряда технико-организационных условий, таких как неполная занятость основной профессии, возможные простои и монотонные работы.

8. Необходимо проводить исследование потерь рабочего времени, так как на предприятиях имеются данного рода потери, это обуславливается тем, что присутствует снижение трудовой дисциплины, сюда можно отнести опоздания, перерывы раньше установленного срока, присутствие ухудшенной технологической дисциплины, различные организационные недочеты, недостаточно хорошие: условия труда и организация оплаты трудовой деятельности.

9. Обеспечение организации рациональной оплаты труда. Организационные вопросы оплаты труда работников являются важнейшим направлением организации труда в целом, которое будет рассмотрено более подробно ниже. Стоит дать точное определение**,**  организация труда на предприятии представляет собой ряд действий, направленные на обеспечение необходимых условий труда для осуществления рациональной деятельности рабочих и организации в общем.

**Нормирование труда на предприятии.** Рассмотрим одно из важнейших направлений в организации труда, такое как нормирование труда. **В данном направлении** формируются меры затрат труда на производство единицы продукции.

Выделяют, следующие нормы труда:

Первая - норма времени;

Вторая - норма выработки;

Третья - норма обслуживания;

Четвертая - норма численности.

Под нормой времени, понимаются затраты во времени уходящие на производство 1 продукции или же на исполнение каких-либо технологических операций. Норма времени формируются благодаря таким элементам как:

а) основное время, то есть время в которое происходит обработка продукта;

б) вспомогательное время, в котором обычно происходят подготовительные действия для начала непосредственной работы;

в) время затрачиваемое на обслуживание своего места работы;

* время отводимое на отдых работника;
* время, которое идет на неустранимые перерывы, предусмотренные технологиями.

Сумма первых двух элементов и составляет оперативное время.

Под нормой выработки, понимается количество продукции выражаемое в натуральном виде, которое изготовливается в единицу рабочего времени.

Норму выработки рассчитывают по формуле:

Норма выработки =

Под нормой обслуживания**,** понимаетсяколичество обслуживаемых объектов, к ним можно отнести оборудование, производственные площади, которые подлежат обслуживанию 1 рабочим.

Норму обслуживания рассчитывают по формуле:

Норма обслуживания =

Под нормой численности, понимается максимум допустимой численности рабочих, на предприятии, необходимый для исполнения выделенного объема работы.

Норму численности рассчитывают по формуле:

Норма численности =

Выделяют два основных метода нормирования труда: опытно-статистический и аналитический. В свою очередь, опытно-статистический фиксирует только сложившуюся ситуацию на предприятии в предыдущий плановый период и организовывает его в виде базы сравнения для новых периодов. В свою очередь, аналитический метод является более прогрессивным, потому что включает в себя такие операции, как: операции по исследованию трудовых процессов; анализ факторов, влияющие на издержки труда; организация мероприятий, которые повышают обслуживание места работы; и также проведение расчетов времени на исполнение работ и услуг.

В общем случае нормирование труда формируется на основе введения прогрессивных, высоко технических нормативов.

Также важным показателем рационального использования работников является степень производительности труда.

**Производительность труда на предприятии.** Производительность труда на предприятии является одним из важнейших показателей. Так как производительность труда выражает объем выпуска продукции в 1 времени, которая приходится на 1 работника. Согласно этому выделяют такую классификацию производительности труда: годовую, по квартальную, по месячную, за день, среднесменную и производительность труда за час.

Производительность труда можно характеризовать такими показателями:

а) Выработка продукции:

в = ,

где В – объем продукции, Т – затраты времени на производство этой продукции

или

в =,

где В – объем продукции, Ч – среднесписочная численность работников.

б) Трудоемкость, показатель обратный выработке, который выводит затраты на время по производству 1 продукта:

t = ,

где В – объем продукции. Объем выражается в следующих единицах: натуральных, трудовых и стоимостных.

Многозначительным является показатель индекса роста производительности, который рассчитывается как:

I = ,

где 1 – базисная трудоемкость, t –трудоемкость в процентах.

Также стоит отметить 3 главных резервов роста производительности труда. Первый из них это возможное уменьшение степени трудоемкости, второй представляет собой экономию затрат времени и третий это рационализация кадровых структур.

Резервами являютсянедоиспользованные возможности экономии живых и овеществлённых затрат. Резервы обычно выражаются количественно. Факторамироста производительности труда являются причины, характеризующие изменения уровня труда.

Перечислим резервы и факторы, характеризующие рост производительности труда.

Первым из них является, увеличение технического уровня производства, которое можно обеспечивать по средством внедрения наиболее совершенного оборудования, внедрение новшеств в технологические процессы, механизация и автоматизация большей части процессов, а также применение более качественного исходного сырья и полуфабрикатов.

Ко второму относят, совершенствование организационно-производственных процессов, сюда можно отнести совершенствование структуры организации, выведение специализации предприятия на более высокий уровень, использование поточных форм организаций производственных процессов, тем самым способствуя уменьшению временных потерь во всем цикле обработки, начиная от исходного сырья к конечной стадии готовой продукции; также своевременное предоставление планов производства.

К третьему можно отнести, Повышение уровня обслуживания рабочих мест всем необходимым, а именно нормативной документацией, различными ремонтами и др.

Четвертым является, организация процессов для увеличения производительности труда, путем применения рациональных форм разделения и кооперации труда, разработке технически обоснованных норм времени и выработки, анализа передового опыта.

Затем идет оттачивание методов управления производством, где происходит формирование важных схем управления и обеспечение рационального процесса управления.

И также стоит определить социально-психологические факторы.

От уровня производительности труда зависят объем производимой продукции, численность работников производства, организация оплаты труда, себестоимость и в общий доход получаемый предприятием.

В современных условиях рынка широкое распространение получает концепция предельной производительности труда. В свою очередь, предельная производительность труда**,** представляет собойприращение объема выпускаемой продукции, вызванное использованием дополнительной единицы труда при фиксированных остальных условиях. Исходя из данной концепции, можно сказать, что привлечение дополнительного количества рабочих, ведет к уменьшению роста предельного продукта. В свою очередь стоит дать понятие предельному продукту труда, который представляет собой дополнительную продукцию, получаемое предприятием путем найма 1 дополнительного рабочего. Также стоит обратить внимание, что максимум прибыли возможен лишь когда: степень занятости в организации, ее предельный доход соответствует предельным издержкам на оплату труда рабочего.

**Заработная плата. Формы и системы оплаты труда.** Оплата труда является вознаграждением работника за труд. И также является важнейшим стимулом для работников, труд которых имеет определенную отдачу. Также оплата труда, представляет собой цену на трудовые ресурсы в определенный период времени, при учете организационных и технических условий. Такая цена формируется количеством и качеством затраченного труда. А на цены ресурсов труда влияют такие факторы, как:

* следствие из деятельности организации, степень получения дохода и уровень ее прибыльности;
* применяемая политика кадров на предприятии;
* уровень безработных именно в определенной профессии;
* степень конкуренции на трудовом рынке, а также оказываемое воздействие со стороны профсоюзных объединений на владельцев предприятия;
* выбранная государственная политическая стратегия в сфере оплаты труда.

В основе организации оплаты труда работников предприятия лежит ряд основополагающих принципов:

Первый принцип: заключается в проектировании схем оплаты трудовой деятельности, которая зависит от качественных и количественных характеристик.

Второй принцип: представляет собой дифференциацию заработной платы, которая зависит от степени квалификационной подготовки работника, предоставляемых условий труда, отраслевой и региональной принадлежности.

Третий принцип: заключается в регулярном повышение реальной заработной платы, в соответствии с уровнем инфляции.

Четвертый принцип: где описывается превышение темпов роста производительности труда над темпами роста общей заработной платы.

Также стоит выделить функции, которые выполняет заработная плата.

1. Стимулирующая функция, которая заключается установлении уровня оплаты труда, с помощью которого мотивирует его к более эффективным действиям в работе;
2. Регулирующая функция, при выполнении, которой реализуется дифференциация уровня заработной платы в соответствии с профессией, уровнем квалификации, а также важностью и сложностью решаемых задач;
3. Социальная, которая реализуется в обеспечении одинаковой оплаты труда за одинаковую работу. Реализуется эта функция на основе государственного и договорного регулирования;
4. Воспроизводственная, которая заключается в формировании норм оплаты труда на определенном уровне, с помощью которого происходит обеспечение нормального воспроизводства выполняемых работ.

Заработная плата представляет собой вознаграждение, которое исчисляется в денежной форме, и выплачивается собственником предприятия рабочему согласно подписанному трудовому договору.

Также стоит отметить, что размер заработной платы зависит от сложности условий выполняемой работы, профессионально-деловых качеств работника, результатов его труда и результатов хозяйственной деятельности предприятия.

Структуру заработной платы заключается в двух частях:

1. Основная заработная плата, которую получает работник компании, работающий по найму за выполненную работу согласно с принятминормами труда;
2. Дополнительная заработная плата, которая представляет собой вознаграждение за счет выполнение сверх норм и различные успехи и условия труда;

Дополнительная заработная плата состоит из премиальных выплат согласно результатам работы, дополнительной платы за определенные условия труда, также оплата работы в период праздников, ночных часов, и оплата отпусков. по результатам работы подразделения и предприятия;

Главным источником оплаты, является часть дохода предприятия, потому что расходы по основной и дополнительной заработной платы заложены в себестоимости произведенной продукции, в связи с этим фонд оплаты труда формируется после реализации произведенной продукции и получением денежных средств на расчетный счет предприятия.

Для формирования оплаты труда основой является тарифная система**.**

**Тарифная система** включает в себя следующие элементы:

1.тарифные сетки;

2. различные ставки тарифов и схемы окладов работников;

3. тарифные квалифицированные показатели.

Основное назначение такой тарифной системы, заключается в распределении работы в соответствии со сложностью, а работников в соответствии с уровнем квалификации.

Дальнейшее распределение ведется по разрядам тарифной сетки. Но прежде стоит отметить, что **тарифная сетка, представляет собой определенный перечень разрядов, которым соответствует определенным тарифным сеткам.** Перечислим вариации разрядов: низшему разряду – 1, соответствует коэфициент 1, далее повышается тарифный коэффициент соответственно.

**Под тарифным коэффициентом**, обычно понимается показатель показывающий в какой количество раз заработная плата рабочего данного разряда выше, по сравнению с рабочим имеющим 1 разряд.

Тарифно-квалифицированный характер отвечает на вопросы: какими должен обладать знаниями рабочий и какую согласно своим знаниям, он должен выполнять работу.

Согласно КЗОТ, оплата труда работника находится в зависимости с его личным трудовым вложениям, степенью его качественной деятельности и при этом не ограничиваться в совершенствовании. Запрещённым является уменьшение размеров оплаты труда из-за пола работника, его возраста или национальности.

Опираясь на мировой опыт и практику были выделены ряд принципов, на которых основывается оплата труда:

* ОТ производится согласно количеству и качеству труда;
* труд должен соответствовать его оплате;
* наиболее производительный труд должен оплачиваться выше;
* ОТ зависит от предоставляемых условий, которые бывают нормальными, горячими, напряженными, вредными и опасными.

Различают две формы оплаты труда:

1. Повременная форма оплаты труда, при которой заработная плата работника рассчитывается в соответствии с установленной тарифной ставкой или оклада за фактически отработанное время.
2. Сдельная форма оплаты труда, при которой заработная плата работника рассчитывается в соответствии с заранее установленным размером оплаты за каждую единицу качественно изготовленной продукции.

Повременную форму оплаты подразделяется на две системы: первая - простая; вторая - повременно-премиальная.

При выборе сдельной форме оплаты труда главную роль играет расчет сдельной расценки.

Сдельной расценкой, считают оплату труда за 1 качественного продукта.

Сдельную форму труда можно разделит на: простую, сдельно-премиальную, сдельно-прогрессивную, коллективную, и аккордную систему.

В современных условиях рынка подходы к оплате труда кардинально меняются: во-первых оплачивают не затраты труда, а их результат, во-вторых главным аспектом оценивания количественных и качественных характеристик труда становится прибыль. Обширное распространение получают следующие системы оплаты труда: бестарифные системы оплаты труда, система «плавающих окладов», меры участия в прибылях, пути индивидуализации оплаты труда, основанная путем оценки заслуг работников.

Современная система оплаты труда должна быть актуальной, стимулирующей повышение производительности труда, обладать мотивационным эффектом для работника, который ее получает. Но увеличение оплаты труда не должно опережать темпов роста производительности труда и эффективности производства. Гибкость и актуальность системы оплаты состоит в том, что часть заработной платы зависит от общей эффективности работы предприятия, а если работник допускает ошибку, то он должен за неё понести ответственность.

**Контрольные вопросы:**

1. В чем суть понятия “персонал предприятия”?
2. Какова структура персонала предприятия?
3. Дайте характеристику движения трудовых ресурсов.
4. Раскройте социально-экономическую сущность заработной платы.
5. Какова структура заработной платы работников?
6. Какие формы оплаты труда рабочих вы знаете? В чем разница между ними?
7. Какие налоги и платежи осуществляет предприятие с расходов на оплату труда?
8. Каковы состав и источники формирования фонда оплаты труда предприятия?
9. Опишите систему и методы нормирования труда.
10. Каковы виды трудовых норм?

**Глава 3. Производственная деятельность предприятия**

**3.1 Организация производства на предприятии**

Организацию производственного процесса предприятия обычно рассматривают согласно двум аспектам: научным и практическим. С точки зрения науки, организация, представляет собой науку в сфере производства, рассматривающая вопросы о том, каким образом можно объединить в одно целое рабочую силу, для получения достаточного уровня доходности. Впервые принципы рациональной организации производства были выделенны Генри Фордом. Рассмотрим данные принципы:

* Прямоточность, предполагающая, что перемещение продуктов труда осуществляется по прямой линии без возвратно-поступательных и зигзагообразных перемещений. Экономическая значимость состоит в уменьшении длительности цикла и издержек связанные с логистикой.
* Параллельность, предполагающая одновременные исполнения производственных процессов согласно рабочим местам, что в свою очередь может позволить сократить время начиная от переработки материала до выпуска готовой продукции, тем самым и ведя к минимизации использования средств находящихся в обороте.
* Непрерывность, предполагающая, приведение к минимуму перерывов в работе. Но при этом обеспечивая оптимальное распределение производственных мощностей, и при этом уменьшая производственный цикл.
* Равномерность и бесперебойность, принципы, предполагающие периоды повтора производственного процесса, но через конкретные периоды.
* Специализированные операционные процессы, которые представляют собой уменьшение количества работ и операций на каждом рабочем месте, что повышает эффективность деятельности предприятия в целом.

При исполнении всех выше перечисленных принципов происходят процессы , которые способствуют снижению длительности производственного цикла, повышению работы мощностей производства, минимизацию простоев оборудования, снижению транспортных и производственных издержек.

Со стороны опыта и имеющейся практики, определяют, что организация производства направлена, прежде всего, на то, постоянный характер производства. Для осуществления этого процесса важно: организовать разбор новых товаров; создавать системы по регулировании качества продуктов; обеспечивать систематические поставки ресурсов; организовывать сбытовую политику; и в целом организовывать производственные процессы.

Таким образом, можно дать определение производственному процессу, он представляет собой, основу деятельности любой организации, то есть комплекс зависящих друг от друга основных, вспомогательных и обслуживающих операций труда, направляемые на изготовление продукции, исполнение работ и услуг.

Обычно основополагающий процесс включает в себя заготовительную, обработочную и сборочную стадии.

К вспомогательным процессам относят в первую очередь: починку оборудования, зданий, сооружений, изготовление и ремонт технологической оснастки, производство и передачу энергии всех видов.

Под обслуживающим процессам понимают такие процессы, которые тесно связаны с обслуживанием основных и вспомогательных процессов, к ним можно отнести, к примеру, складские работы.

Согласно этому, на промышленных предприятиях выделяют основные, обслуживающие и вспомогательные цеха. Таким образом, производственная структура предприятий варьируется значительным многообразием и является зависимой от многих факторов, например, от уровня профиля предприятия, от его диапазона производства, от его специфики технологического процесса и т.д.

**Типы и методы организации производства.** Типом производства, является классификация категорий производства, которая определяется согласно широте номенклатуры, уровню устойчивости и варьируемыми рабочими местами.

Рассмотрим три основополагающих типа организации производства, первым из которых является индивидуальный, затем серийный и массовый.

Индивидуальный тип организации производства представляет собой единичный выпуск продукции, характеризующийся, например, для заводов тяжёлого машиностроения, судостроения;

Вторым типом является - серийный тип организации производства, который представляет собой параллельное производство продукции обширной номенклатуры сериями

И третий массовый тип производства, который предполагает собой, ограниченную номенклатуру изделий, но при этом выпуску в больших количествах, и характерен беспрерывностью и относительно более длинным периодом изготовления.

Основным звеном поточного производства, является поточная линия, то есть совокупность рабочих мест, предназначенные для исполнения, закрепленных за ними операций, расположенных по ходу технологических операций производства. В первый раз аналогичный поток легковых автомобилей смоделировал Генри Фордом. К основными характеристикам производительности потока относят такт и темп потока. Такт, представляет собой, то время, которое необходимо для того чтобы с конвейера вышла единица готового изделия. Под темпом, понимается количество изделий, которые сходят с потока за один час работы. Высшая форма поточного производства – это конвейер, где все операции сильно дифференцированы (как правило, это трудоёмкая сборка).

В тех случаях, когда программа производства недостаточно высока, то есть каждое изделие выпускается в небольшом количестве, то формируется серийное производство, запускается оно партиями. Партия, в свою очередь это сумма параллельно запускаемых в производство деталей. При данном методе применяется специализированное оборудование. По производительности данный метод уступает поточному, но тоже достаточно эффективен.

В тех случаях, когда на предприятии выпускается неустойчивая номенклатура изделий, но единицами или мелкими партиями, в небольших количествах, на универсальном оборудовании, говорят о единичном методе производства.

Таким образом, можно сделать вывод, что организация производственного процесса в большей степени определяется ее типом производства на предприятии и используемыми при этом методами.

### Согласно теории по формам организацию общественного производства можно разделить на концентрацию, специализацию, комбинирование.

Что касаемо, концентрации производственных процессов, она применяется при более обширных организациях производств. Про уровень концентраций на производстве говорит ряд показателей:

* Годовой объём производимой на предприятии продукции;
* Удельный вес выпускаемой на предприятии продукции в общем объёме выпуска аналогичной продукции в стране или регионе;
* Среднегодовая численность работающих на предприятии;
* Среднегодовая стоимость основных производственных фондов.

Рассмотрим преимущества и недостатки концентрации. Выделим в первую очередь преимущества: большой капитал, применение научных исследований, применение научных технологий, а также низкая себестоимость продуктов.

К недостаткам концентрации можно отнести: крупные капиталовложения; отсутствие быстрой перестройки производственных процессов; логистические издержки.

Ученные выявили, что для того, чтобы прийти к достаточному уровню гибкости производства, в экономике должны существовать помимо крупных предприятий, малые и средние предприятия.

Под специализацией, понимается сосредоточение производства на 1 предприятии и использование массового производства, с учетом новых техник и производительностью труда.

Выделяют такие типы как: предметный, подетальный, технологический и функциональный.

Важнейшей прогрессивной формой организации производственных процессов считается комбинирование, а если подробно, то совмещение разных производств одной или нескольких сфер промышленности внутри 1 комбината.

Большое количество комбинатов совмещают 2 или даже 3 формы комбинирований, благодаря которой идет обеспечение увеличения производительности труда.

**Производственная структура предприятия.** Производственная структура предприятия представляет собой разделение предприятий на разделы, выделение принципов организации, их взаимосвязи и размещения.

Выделяют 3 вариации производственных структур: предметную, технологическую и смешанную.

Также стоит выделить 3 типа организационной структуры:

Первая называется линейная, при которой указания поступают с верхов.

Второй является функциональная, при которой идет создание функциональных служб и при этом все подчиняются руководителю.

Третьей является линейно-функциональная, которая проявляется в сущности, которая гласит, что линейный персонал предприятия имеет подчинении функциональные органы.

**Производственная программа предприятия.** Разрабатывая производственную стратегию промышленного предприятия, составляют производственные программы выпуска продукции и обосновывают объемы выпускаемой продукции имеющимися на предприятии производственными мощностями. Производственную программу составляют натуральные и стоимостные показатели.

Производственная программа, представляет собой определенный раздел бизнес-плана компании, где идет определение объема выпуска продуктов по номенклатуре, ассортименту и качественным характеристикам.

Производственная программа отражает основные направления и задачи развития предприятия в плановом периоде, производственно-хозяйственные связи с другими предприятиями, профиль и степень специализации и комбинирования производства.

Главные части разделы программ для предприятий, состоят из 4 планов, а именно плана по производимой товарной продукции, плана выпускаемой продукции на экспорт, плана по улучшению качественных характеристик товара и план реализационных действий.

В формировании разделов производственной программы применяется балансовый метод, позволяющий рассматривать объем планируемых работ и потребности для их выполнения.

Основополагающими показателями при формировании производственной программы считаются: уставные виды деятельности предприятия; результаты фактического выполнения производственной программы за предыдущие периоды; спрос на продукцию предприятия; сведения о рекламациях, замечаниях по качеству продукции за предыдущий период; информация об объеме реализации продукции за предыдущий период; расчетные данные производственных мощностей предприятия; различные технические нормы итд.

Программы единичных и мелкосерийных производств формируется по средствам графиков производств продукции согласно срокам сдачи потребителям.

Работа по составлению производственной программы имеет свои особенности для разных типов производства. Для единичного и мелкосерийного производства производственная программа разрабатывается на основе графика изготовления изделий в соответствии с утвержденными сроками сдачи продукции потребителям. Календарный график запуска-выпуска изделий разрабатывается в порядке, обратном ходу технологического процесса, на основе длительности производственного цикла по всем видам работ (испытание, сборка, механическая обработка, подача заготовок).

Для серийного производства планирование выпуска продукции на протяжении года производится с учетом незавершенного производства на всех стадиях производственного процесса и изменения номенклатуры запускаемых в производство изделий.

Массовое производство осуществляется обычно поточным методом, и в связи с этим производственная программа разрабатывается одновременно по предприятию и всем основным цехам, с разбивкой по кварталам и месяцам.

Несмотря на то, что по определенным видам продукции сроки изготовления (сдачи) устанавливаются по договорам с заказчиком, предприятие имеет возможность разрабатывать различные варианты производственной программы выпуска продукции во времени в целях достижения полной и равномерной загрузки оборудования и рабочих мест.

Основными показателями производственной программы являются:

1. номенклатура, содержащая наименование продукции с указанием количества, качества и сроков сдачи;
2. товарная продукция;
3. незавершенное производство;
4. валовая продукция.

Номенклатура – это состав продукции по ее видам и наименованиям. Ассортимент – характеризует состав данного вида по типам, маркам и сортам выпускаемой продукции.

Базовым показателем является объем товарной продукции – отражает объем товаров и услуг в стоимостном выражении, предназначенных для реализации в данном периоде времени.

Все перечисленные показатели обычно определяются за год, квартал и месяц. Наибольший удельный вес имеет стоимость готовой продукции. **Готовой продукцией** считают продукцию прошедшую все стадии переработки на данном предприятии в соответствии с установленной технологией, принятую ОТК данного предприятия и оформленная приемо-сдаточными документами, и, соответственно, отправленная на склад готовой продукции.

В состав товарной продукции входит:

- стоимость полуфабрикатов, предназначенных для реализации на сторону;

- стоимость продукции вспомогательных цехов, предназначенные для реализации на сторону;

- работы промышленного характера, выполняемые предприятием по заказам со стороны;

- товары, купленные предприятием с целью последующей реализации.

Продукция реализованная, определяемая на базе товарной продукции отличается от нее на величину изменения остатков продукции на складе предприятия и продукции отгруженной, но не оплаченной.

Изменение остатков обычно рассчитывают, вычитая из остатков на начало периода величину остатков на конец периода и по продукции, которая оседает на складе предприятия, и по продукции, которая не оплачена.

Валовая продукция – характеризует весь объем продукции произведенной на данном предприятии, независимо от степени ее готовности. Если он определяется на базе готовой продукции, то он дополняется незавершенным производством.

Незавершенное производство – это продукция, которая находится на различных стадиях производственного цикла и подлежит дальнейшей обработке на данном предприятии. Определяя стоимостную оценку объема незавершенного производства, используется производственная себестоимость данного вида продукции и количественная оценка объемов продукции, обработка которой не закончена (тонны, штуки и др.).

Коэффициент готовности (нарастания затрат) – учитывает удельный вес затрат уже перешедших в сферу производства и в составе коэффициента они принимаются не в полном объеме, а – в половинном.

Коэффициент готовности состоит из 2-х частей:

* удельный вес затрат начальных, которые появляются в момент начала процесса производства (стоимость сырья, материалов и покупных полуфабрикатов); удельный вес затрат в металлургии 80-87%.
* удельный вес, которые несет предприятие уже в процессе производства.

Все перечисленные показатели включают объем и овеществление труда и труда вновь созданного.

Чистая продукция – отражает величину вклада данного предприятия в создание данной продукции – состоит из затрат по заработной плате и прибыли.

**Функции каждого показателя:**

- Товарная продукция – отражает объемы продукции, предназначенной для реализации. Используется для расчетов объемов реализованной, валовой и чистой продукции, а также для расчета материалоемкостей, структуры затрат на производство, показатели использования оборудования и производственных мощностей.

- Реализованная продукция – отражает объем работ/услуг отгруженных и оплаченных. Используется для расчета обязательств предприятия по поставкам, для определения выручки от реализации для расчета прибыли.

- Валовая продукция – отражает объем продукции, которая находится на стадии производства. Используется для расчета потребности в трудовых ресурсах, материальных ресурсах, при расчете загрузки оборудования.

- Чистая продукция – используется для определения уровня производительности труда.

При определении изменения остатков незавершенного производства из объемов незавершенного производства на конец периода высчитывают объемы незавершенного производства, которые зафиксированы в начале периода, для того, чтобы установить, что в данный момент времени находится в процессе производства, а что ушло в объем товарной продукции.

Для аргументации объемов готовой продукции необходимо вести расчет производственных мощностей основного технологического оборудования ведущих цехов предприятия. Под производственной мощностью понимают возможный годовой выпуск продукции по номенклатуре и ассортименту плана при полной загрузке оборудования и производственных площадей с учетом организации технических условий и используемой технологии.

Измеряется производственная мощность в тех же показателях, что и выпуск продукции. Если предполагается выпуск нескольких видов продукции, то производственная мощность определяется по каждому виду. Производственная мощность основных цехов, участников, обычно устанавливается на начало расчетного периода (входная мощность), на конец периода (выходная), среднегодовая (средняя за год). Коэффициент загрузки производственно мощности – определяется как отношение выпускаемой продукции к среднегодовой производственной мощности. Чем ближе этот показатель к 1, тем выше уровень мощности.

Более детальный анализ показателей производственной программы предприятия представляется ниже. Объем реализованной продукции – используется для оценки результатов хозяйственной деятельности. Он отражает общий объем продукции, поступившей в народнохозяйственный оборот в данный период и оплаченной потребителем. Этот показатель определяется как алгебраическая сумма объема изготовленной в этом периоде товарной продукции Т, остатков нереализованной продукции (в оптовых ценах предприятия), имевшихся на предприятии на начало года Р и на конец данного перила (года) Р и остатков отгруженных товаров, по которым срок оплаты наступил, а также товаров, находящихся на ответственном хранении у покупателей на начало Т и на конец периода Т.

Р = Т + ( Р - Р ) + ( Т + Т ) (1)

В объем реализуемой продукции, включаются также изделия, вырабатываемые из сырья и материалов заказчика, оплачиваемых предприятием - изготовителем, в том числе стоимость сырья, материалов, оплаченных изготовителем.

Не включаются в объем реализуемой продукции:

• Стоимость внутризаводского оборота, то есть стоимость изделий собственного производства, идущих на дальнейшую переработку внутри данного предприятия.

• Выручка от непромышленной деятельности.

План по объему реализуемой продукции считается выполненным только при условии выполнения заданий и обязательств по поставкам продукции в установленных номенклатуре и ассортименте в соответствии с заключенными договорами и заказами внешнеторговых организаций[ 4 ].

**Товарная продукция** - готовая продукция, прошедшая все стадии обработки, удовлетворяющая требованиям ГОСТ и ТУ, принятая службой технического контроля качества, упакованная к отправке, сданная на склад поставщика и снабженная сдаточной документацией;

В состав товарной продукции в действующих и сопоставимых оптовых ценах предприятия включается стоимость продукции, входящей в состав валовой продукции, за исключением:

1. Изменение остатков полуфабрикатов собственного производства, а также изменения остатков продукции вспомогательных цехов (специнструментов, штампов, моделей, приспособлений и т. д.);

2. Изменения остатков незавершенного производства. Следует обратить внимание, что изделия, выработанные из сырья и материалов заказчика, включаются в товарную продукцию в действующих ценах с включением стоимости сырья и материалов заказчика только в том случае, если они оплачены предприятием-изготовителем.

Объем товарной продукции (Т) - часть произведенной предприятием и предназначенной для реализации потребителям продукции. Определяется:

Т = Т1 + Т2 + Т3 + Ф +Т4 , (2)

Т1 - стоимость готовых (комплектных) изделий, реализованных на сторону;

Т2 - стоимость полуфабрикатов своего производства и продукции вспомогательных цехов для поставки на сторону,

Т3 - стоимость продукции и полуфабрикатов, поставляемых своему капитальному строительству и непромышленным хозяйствам своего предприятия,

Ф - стоимость оборудования, инструмента, приспособлений и т.д. общего назначения собственных производств, зачисляемых в основные средства данного предприятия,

Т4 - стоимость услуг и работ промышленного характера, выполняемых по заказам со стороны или для непромышленных хозяйств и организаций своего предприятия, включая выполненные работы по капитальному ремонту и модернизации оборудования и транспортных средств своего предприятия [9].

**Незавершенная продукция.** Незавершенным производством считается продукция, не законченная изготовлением в отдельных цехах, а также продукция, законченная производством, но не проверенная ОТК и не сданная на склад готовых изделий.

Стоимость прироста (убыли) незавершенного производства в оптовых ценах определяется на основе данных прямого учета незавершенного производства в натуральном выражении и прямой оценки в оптовых ценах. В зависимости от конкурентных условий методами прямого учета могут быть инвентаризация остатков незавершенного производства или подетально- пооперационный учет.

**Валовая продукция** - продукция всех видов и качества, выпускаемая предприятием вне зависимости от степени ее готовности. В объем валовой продукции включают также выполненные работы промышленного характера и производственные услуги.

Объем валовой продукции (ВП) включает весь объем работ, намеченный к выполнению в данном плановом периоде;

Определяется по следующей формуле:

ВП = ТП – НП + НК, (3)

где НП, НК – остатки незавершенного производства, полуфабрикатов и инструмента своего производства на начало и конец планового периода;

ТП – товарная продукция.

В общем виде объем валовой продукции (В) в стоимостном выражении определяется как сумма товарной продукции (Т) и разности остатков незавершенного производства, инструмента и приспособлений на начало и конец планируемого (отчетного) периода:

В = Т + ( Нк – Нн ) + ( Ик –Ин ), (4)

Нн и Нк – стоимость остатков полуфабрикатов собственного изготовления, остатков незавершенного соответственно на начало и конец данного периода (год).

Ин и Ик – стоимость остатков инструмента специального назначения и приспособлений собственного изготовления соответственно на начало и конец данного периода.

Валовая продукция предприятия исчисляется «заводскому методу», то есть не включает повторный счет продукции отдельных чехов, предназначенной для последней переработки (использования) внутри данного предприятия.

Валовой оборот предприятия (В) определяется как сумма стоимости валовой продукции, производимой всеми цехами данного предприятия.

В = В + В + В + В + … + В = В, (5)

В валовой оборот включается вся продукция цехов независимо от степени ее готовности. Валовой оборот отличается от валовой продукции тем, что включает повторный счет стоимости полуфабрикатов, подлежащих дальнейшей переработке в рамках предприятия, то есть валовой оборот больше валовой продукции В на сумму внутризаводского оборота В.

**Чистая продукция** характеризует вновь созданную стоимость. Показатель нормативной чистой продукции используется для определения темпов роста физического объема производства, производительности труда, планирования фонда заработной платы и контроля за его использованием.

Норматив чистой продукции представляет собой часть оптовой цены изделия, включающую заработную плату, отчисления на социальное страхование и прибыль. Норматив чистой продукции (Ч) на конкретное изделие равен:

Ч = ЗП + К + П , (6)

ЗП - заработная плата (основная и дополнительная) рабочих, включая отчисления на социальное страхование в проектируемой ( плановой ) калькуляции себестоимости единицы продукции,

К - коэффициент, характеризующий отношение заработной платы персонала, занятого обслуживанием и управлением, к заработной плате производственных рабочих данного предприятия,

П - прибыль, подлежащая включению в цену и норматив чистой продукции. Рассчитывается по нормативам рентабельности, утвержденным по прейскурантам продукции по отношению к себестоимости за вычетом прямых материальных затрат (стоимости используемых сырья, топлива, энергии, материалов, полуфабрикатов, комплектующих изделий).

Объем нормативной чистой продукции в планах и отчетах предприятия определяется прямым счетом :

1. По готовой продукции и другой продукции, планируемой в натуральном выражении – путем умножения объема производства в натуральном выражении по каждому виду изделия на норматив чистой продукции;

2. По продукции, планируемой и учитываемой только в стоимостном выражении – путем умножения ее объема в оптовых ценах (сметной стоимости ) на утвержденный по каждой группе и виду продукции нормативный коэффициент чистой продукции. Указанные нормативные коэффициенты характеризуют отношение объема чистой продукции к стоимости соответствующей продукции, исчисленной в оптовых ценах;

3. По незавершенному производству продукции с длительным циклом изготовления – путем умножения изменения остатков незавершенного производства на нормативный коэффициент чистой продукции и прямым счетом по каждому виду продукции с последующим сложением результатов. Общий объем нормативной чистой продукции по объединению определяется на основе данных, входящих в состав производственных объединений, единиц и отдельных предприятий [ 7 ].

Удельно чистая продукция предприятия ( Ч ) определяется как разность между товарной продукцией в оптовых ценах предприятия и материальными затратами на производство М, за исключением сумм амортизационных отчислений:

Ч = Т – М , (7)

Состав материальных затрат, исключаемых при расчете условно чистой продукции, такой же, как при определении показателя чистой продукции. Показатель условно-чистой продукции используется главным образом для аналитических целей при расчете общей эффективности производства [ 8 ].

Анализ выполнения плана стоимостных показателей производственной программы

На основе натуральных (условно-натуральных) показателей произ­водственной программы определяется система стоимостных показате­лей, дающих обобщенную характеристику объемов производства, каждый из которых имеет свое место и назначение.

Показатель валового оборота определяет сумму всей произведенной и находящейся в процессе производства продукции (услуг) независи­мо от направлений ее применения (внутри предприятия или за его пределами). Он определяется на основе бюджетов (смет) и отчетов об их исполнении центров ответственности и необходим менеджерам раз­личных уровней управления для обоснования принятия решений о сопряженности развития отдельных подразделений предприятия, уров­не внутрипроизводственного кооперирования.

Валовая продукция определяет общий результат произведенной и находящейся в производстве продукции (услуг), предназначенной для применения на сторону. Рассчитывается также на основе внутрихозяй­ственной отчетности на тех предприятиях, где имеются значительные объемы незавершенного производства.

Выпущенная продукция — конечный результат деятельности пред­приятия за определенный период, определяемый выпущенной из про­изводства продукцией, сделанными работами и оказанными услугами потребителю или полностью готовой для этих целей. Именно на осно­ве выпущенной продукции определяется прибыль, которую может получить предприятие (как разность между стоимостью и себестоимо­стью этой продукции).

В действительности предприятие получит прибыль лишь после того, как продукция будет отгружена покупателю и оплачена им. По­этому определяют отгруженную продукцию и продукцию реализованную после признания в бухгалтерском учете выручки от продаж. Конечным объемным показателем, свидетельствующим о том, что продукция на­шла своего покупателя, т.е. удовлетворила конкретную потребность, и денежные средства за которую перечислены на расчетный счет постав­щика, является выручка от продаж.

Таким образом, стоимостными показателями, характеризующими объем производства и реализации продукции в открытой отчетности, являются готовая продукция, выпуск продукции, товары отгруженные, выручка от продаж. Остальные показатели рассчитываются по необхо­димости и используются для внутренних целей.

Анализ взаимосвязи показателей производства и реализации продукции

Как уже отмечалось, каждому этапу производства соответствует оп­ределенный стоимостный показатель объема производимой продук­ции. Завершающий этап характеризуется показателем выручки от про­даж. Величина каждого предыдущего показателя, естественно, влияет на последующий, а все вместе - на итоговый, выручку от продаж. По­этому задачей анализа является выявление взаимосвязи между показа­телями произведенной и реализованной продукции, вклада каждого из них в изменение результативного показателя.

Для этих целей рассчитаем коэффициенты-показатели, определя­ющие соотношение одного показателя к другому, на основе исходных данных. Раскроем экономическое содержание рассчитываемых коэф­фициентов. Коэффициент соотношения валовой продукции и валового оборота характеризует величину валовой продукции, приходящейся на 1 ден.ед. валового оборота. Обратная величина – коэффициент внутрипроизводственного кооперирования – показывает, сколько стадий производства проходит исходный материал до его превращения в результат труда. Как уже го­ворилось, показатели валовой продукции и валового оборота опреде­ляются предприятием по необходимости, если имеет место внутри­производственное кооперирование и значительна величина незавер­шенного производства.

Коэффициент товарности определяет величину выпущенной про­дукции, приходящейся на 1 ден.ед. валовой продукции. Чем меньше раз­рыв между этими показателями, тем эффективнее работает предприятие.

Коэффициент отгрузки, определяемый соотношением величины отгруженной продукции к выпущенной, свидетельствует в определен­ной мере об эффективности принимаемых управленческих решений в области сбыта продукции.

Коэффициент продажи рассчитывается отношением выручки от продаж к отгруженной продукции. Величина этого показателя пока­зывает сколько выручки приходится на 1 ден.ед. отгруженной продук­ции и свидетельствует об уровне работы финансовых служб.

Анализ ритмичности производства

Под ритмичностью производства понимается планомерно повторя­ющееся выполнение объема работ, конкретное содержание которых определяется производственной программой. Ритмичная работа пред­приятия предопределяет выполнение плана по выпуску и реализации продукции, следовательно, влияет и на остальные итоговые парамет­ры деятельности предприятия: качество выпускаемой продукции, раз­мер незавершенного производства, величину оборотных средств, себе­стоимость продукции и прибыль предприятия.

Показателем, характеризующим ритмичность производства, явля­ется коэффициент ритмичности, определяемый отношением фактичес­кого выпуска продукции к плановому заданию за определенный пе­риод. Перевыполнение задания не принимается во внимание.

Можно отметить ряд преимуществ этого показателя:

• его значение не может быть больше единицы, которая становит­ся показателем абсолютной ритмичности, т.е. показателем ежедневного (ежемесячного, ежеквартального) выпуска продукции в пределах за­данного по плану;

• плановое задание может быть задано в любых единицах измерения, поэтому появляется возможность не только учитывать, но и ана­лизировать динамику ритмичности производства, сопоставляя данные по различным подразделениям предприятия;

• обеспечивается доходчивость и сравнимость показателя;

• расчет показателя является простым и выполняется на основе данных оперативной отчетности, которыми располагает каждое подразде­ление предприятия.

По результатам анализа ритмичности производства и реализации продукции необходимо разработать конкретные мероприятия, повы­шающие уровень оперативного планирования, контроля и регулиро­вания хода производства в целях обеспечения равномерной, комплек­тной сдачи продукции в заданном плановом ассортименте и в установ­ленные сроки.

Анализ факторов и резервов увеличения выпуска и реализации продукции

Факторами называют движущие силы или причины, вызывающие изменение того или иного показателя, в данном случае выпуска про­дукции и выручки от продаж. В свою очередь, резервы - это возмож­ность более полного использования всех факторов увеличения объемных показателей. Резервы органически связаны с факторами. Если факторы рассматривать как возможность, то резервы — это процесс превращения возможности в действительность.

Из определения выручки от продаж вытекает, что основным пока­зателем, формирующим ее величину, является выпуск продукции, а также изменения остатков готовой продукции и остатков отгруженной продукции.

Основными факторами, определяющими выпуск продукции, следовательно, в конечном счете и выручку от продаж, являются:

1) размеры и уровень использования основных производственных фон­дов;

2) величина трудовых ресурсов и производительность труда;

3) ко­личество предметов труда и уровень их использования.

Влияние каждого фактора производства на показатель выручки от продаж можно учесть через коэффициент соотношения данного пока­зателя с показателем выпуска продукции.

Кроме производственных факторов на изменение выручки от про­даж оказывают влияние изменение остатков готовой продукции на складе и остатков отгруженной продукции. Именно по этой причи­не произошло снижение коэффициента продаж. Чтобы отразить вли­яние этой группы резервов на степень увеличения объема выручки, необходимо проанализировать причины образования сверхплановых остатков.

Основными причинами образования сверхплановых остатков гото­вой продукции на складах и отгруженной продукции являются:

• нарушение договорных обязательств, в том числе по срокам по­ставки и качеству поставляемых готовых товаров;

• состояние платежной дисциплины покупателя, что проявляется в образовании группы товаров отгруженных, но не оплаченных в срок, или на ответственном хранении у покупателя;

• риск невостребованной продукции, приводящий к падению спроса и образованию сверхнормативных остатков.

**Контрольные вопросы:**

* 1. Что понимается под организацией производства? Назовите основные принципы организации производственного процесса, раскройте их содержание.
  2. Что такое производственный процесс? Дайте классификацию производственных процессов
  3. Перечислите типы производства и дайте их характеристику. Охарактеризуйте методы организации производства.
  4. Раскройте суть показателей “объем товарной продукции”, “объем реализованной продукции” предприятия. Какова экономическая сущность чистой продукции?
  5. Что входит в состав готовой продукции? В каких измерителях она определяется? Что такое валовая продукция предприятия?

**3.2 Себестоимость продукции, факторы развития и роста продуктивности и сниже­ния издержек производства**

Расходы компании формируются особенностями производственного процесса и тарифами на ресурсы. Издержки производства – это совокупность абсолютно всех расходов компании, необходимых для изготовления продуктов и услуг, реализованных на протяжении конкретного этапа времени.

Различают бухгалтерские и экономические издержки. Бухгалтерские издержки не содержат в себе другие возможные цены факторов производства, представляющих собственность собственников компании.

Альтернативная цена ресурса – это доход, который можно получить при другом наилучшем его применении.

Экономические издержки равновелики сумме доходов, какие можно приобрести при более доходном методе применения всех потраченных ресурсов.

Разность между экономическими и бухгалтерскими издержками именуется вмененными издержками.

При принятии решения компания, безусловно, должна принимать во внимание экономические издержки. Компания может принимать решение в связи с экономической ситуации о расширении либо сокращении производства. Практика указывает, что объем издержек находится в зависимости от объёма выпускаемой продукции. В связи с этим существуют их разделение на зависимые и независимые от объёма производства.

Независимые – это есть постоянные издержки компании. Они определяются тем, что их стоимость должна быть оплачена даже в случае остановки компании.

К ним причисляются:

• Рентные платежи;

• Страховые вклады;

• Заработная плата административному персоналу;

• Административные затраты;

• Оплата за службу охраны и т.д.

Обозначаются постоянные издержки: FC (Fixed Cost). В отличии от постоянных, переменные издержки напрямую находятся в зависимости от объёма произведённой продукта. Они состоят из расходов на сырье и материалы, энергию, заработной платы работников, расходы на перевозку и т.д. Обозначаются переменные издержки: VC (Variable Cost).

Имеется группа общих или валовых затрат. Они обозначаются: TC (Total Cost) и представляют собой сумму постоянных и переменных затрат. Рассчитываются согласно формуле:

TC = FC + VC

В силу того, что постоянные издержки неизменны в течении производственного цикла, общие издержки в своем развитии следуют за изменением переменных.

При рассмотрении потерь важно учитывать временной фактор, то есть следует разделять кратчайший, короткий и долгосрочный этапы:

1.Кратчайший период функционирования компании – это временной период, в протяжение которого компания не может изменить ни одного из существующих у неё типов производственных ресурсов. Считается, что все факторы производства компании неизменны.

2.Краткосрочный период функционирования компании – это временной период, в течение которого компания не может изменить объём по крайней мере 1-го из существующих у неё типов производственных ресурсов. Как правило в качестве фиксированного ресурса рассматриваются производственные силы. При этом компания может изменить интенсивность применения фиксированного ресурса за счёт варьирования применяемых объёмов иных, переменных ресурсов (в частности, труда). Подобным способом, в краткосрочном периоде одна часть ресурсов компании является переменной, иная – постоянной, в соответствии с этим, одна часть издержек образует постоянные издержки, иная – переменные.

3.Долгосрочный период функционирования компании – временный период, в течение которого компания может изменить объемы (количество) всех применяемых ресурсов, в том числе и производственные силы. При этом все ресурсы являются переменными, т.е. постоянных издержек не имеется.

Для управления производством немаловажно знать величину издержек в расчете на единицу выпуска.

В связи с этим, высчитывают средние издержки – частное определение величины издержек на количество единиц продукции, сделанной фирмой.

Обозначения:

AFC **–** средние постоянные издержки

AVC **–** средние переменные издержки

ATC **–** средние общие издержки

Вычисляются согласно формулам:

AFC =

AVC =

ATC = = AFC + AVC

Т.к. целью функционирования компании является максимизация выгоды (а один из способов максимизации – это увеличение объема производства), в таком случае предметом расчетов выступает объем производства, что в свою очередь, порождает потребность применения категории предельных издержек.

Предельные издержки – это издержки на изготовление каждой дополнительной единицы продукции относительно фактического либо расчетного объема производства.

Обозначение: MC (marginal cost)

MC =

**∆**TC **–** приращение валовых издержек;

**∆**Q –приращение объёма выпуска продукции.

По экономической роли в ходе производства затраты можно разбить на основные и накладные. К основным причисляются затраты, связанные непосредственно с технологическим процессом, а также с содержанием и эксплуатацией орудий труда. Накладные – затраты на обслуживание и руководство производственным процессом, реализацию готовой продукции.

Преимущества деления издержек на постоянную и переменную части используются многими нынешними бизнесменами. Наравне с этим широко используется учет расходов согласно полной себестоимости и соответствующая их группировка.

**Издержки и себестоимость**. Себестоимость продукта отображает текущие расходы компании на изготовление и реализацию продукции. Себестоимость – есть значимый качественный показатель хозяйственной деятельности компании, механизм оценки технико-экономического уровня производства и труда, особенности управления и т.п. Себестоимость служит исходной основой для создания цен, выражая прямое воздействие на величину прибыли и уровень рентабельности.

Себестоимость продукта предполагает проявленные в денежной форме текущие расходы компаний на изготовление и реализацию продукта (работ, услуг). Себестоимость продукта считается качественным показателем, так как она определяет степень применения абсолютно всех ресурсов, пребывающих в директиве компании.

Себестоимость продукта конкретного предприятия обусловливается условиями, в каковых оно действует. Подобная себестоимость именуется индивидуальной. В случае если на основе индивидуальной себестоимости компаний определить средневзвешенную величину расходов по отрасли, такая себестоимость станет именоваться среднеотраслевой. Среднеотраслевая себестоимость ближе к социально необходимым расходам труда.

Себестоимость кроме того может быть:

• Плановой;

• Фактической.

Плановая себестоимость – есть максимально допустимые расходы, которые при данном уровне техники и организации производства являются для компании нужными.

Фактическая отображает степень выполнения плановых задач по уменьшению себестоимости на основе сравнения плановых расходов с фактическими. Фактические расходы, как правило, отклоняются с планов, при этом экономия будет создаваться в случае усовершенствования применения основных фондов, трудовых и материальных ресурсов.

Существует кроме того категория расчетной и проектной себестоимости – применяется в технико-экономических обоснованиях проектов внедрения достижений НТП, при оценке эффективности мероприятий по техническому перевооружению компаний, на начальном периоде развития стоимости и т.п.

Затраты на производство классифицируются:

1. По экономическим элементам затрат (поэлементная классификация)

Экономические элементы затрат формирующие себестоимость

Материальные Амортиза- Затраты Прочие Отчисления

затраты ция основ- на оплату затраты на соц. нужды

ных фондов труда

Прочие расходы – налоги, платежи согласно страхованию собственности, вознаграждения за изобретения и оптимальные предложения, расходы на командировки (в пределах нормативов), лизинг, оплата услуг связи, проценты за кредиты, однако в пределах ставки рефинансирования, плата за подготовку и переподготовку сотрудников.

Группировка расходов по составляющим предназначается для разработки сметы расходов на изготовление всего объема выпуска продукции, т.е. смета в организации составляется с целью нахождения общей суммы расходов компании.

2.По калькуляционным статьям затрат.

Выделяют следующие калькуляционные статьи:

1) материальные расходы (из них: сырье и материалы + топливо + энергия + покупные изделия и полуфабрикаты – возвратные отходы);

2) затраты на оплату труда производственных работников (основная и дополнительная заработная плата);

3) отчисления на социальные потребности;

4) расходы на подготовку и освоение производства;

5) расходы на содержание и использование оборудования;

6) цеховые затраты (общепроизводственные затраты);

7) общезаводские (общехозяйственные) затраты;

8) прочие производственные затраты;

9) потери с брака

Итого: производственная себестоимость

10) внепроизводственные затраты (коммерческие)

Итого: полная себестоимость

Полная себестоимость продукта – формируется из расходов на изготовление и в реализацию продукта, т.е. данное производственная себестоимость + непроизводственные затраты.

Группировка затрат согласно калькуляционным статьям, в отличие от сметы, применяется при нахождении себестоимости отдельных типов продукции, работ, услуг. Расчёт необходим для установления цены единицы продукта. Калькуляционные статьи отличаются от одноименных экономических компонентов тем, что в калькуляционных статьях отмечаются лишь расходы, связанные непосредственно с созданием единицы определенного продукта, а поэлементные содержат все затраты компании, вне зависимости от того, где они осуществлены.

Поясним некоторые калькуляционные статьи.

Цеховые затраты включают заработную плату аппарата управления и обслуживающего персонала цеха, затраты на содержание и текущий ремонт цеха, охрану труда и т.п.

Общезаводские затраты содержат затраты на управление заводом, почтово-телеграфные затраты, ремонт сооружения заводоуправления и т.п.

Возвратные отходы – остатки материальных ресурсов, возникшие в ходе изготовления продукта, потерявшие целиком либо отчасти потребительские свойства исходного ресурса.

В структура расходов на основную заработную плату включаются выплаты за фактически проделанную работу, исходя из сдельных расценок, тарифных ставок, должностных окладов, а также цена продукции выдаваемой в порядке натуральной оплаты работникам.

Дополнительная зарплата – содержит выплаты побудительного характера (премии), возмещающего характера (сопряжены с режимом работы, условиями труда), стоимость, выдаваемой бесплатно форменной одежды, оплата отпусков, единовременные вознаграждения за выслугу лет.

Отчисления в социальные нужды – обязательные отчисления, согласно установленным законом нормам от прибавленной заработной платы в процентах, органам государственного общественного страхования.

Внепроизводственные затраты – затраты на рекламу, тару, упаковку, на участие в выставках и ярмарках, доставку продукта до места отправления поставщиком, то есть, это все затраты, связанные со сбытом продукта.

Калькуляционные заметки разделяются на:

• основные

• накладные

Основные расходы напрямую сопряжены с процессом изготовления, имеют строго целевое назначение и относятся к изготовлению определенных типов продукции (сырьё, основные и вспомогательные материалы, топливо, энергия, заработная плата производственным работникам и т.п.). Они включаются в себестоимость единицы продукции методом прямого счёта. Накладные – цеховые, общезаводские, внепроизводственные и др. затраты, участвующие в общих расходах по управлению и обслуживанию производства, они сопряжены с производством не одного, а нескольких типов изделий и распределяется между этими типами косвенно, т.е. пропорционально тому либо другому условному измерителю, чаще всего пропорционально заработной плате основных производственных работников (это цеховые, общезаводские и внутрипроизводственные затраты).

По степени однородности затраты разделяются на: • элементные; • комплексные. К элементным (однородным) причисляют затраты, какие невозможно разделить на составные части (к примеру, расходы на сырьё, основные материалы, амортизационные отчисления).

Комплексные – это те статьи расходов, какие состоят из нескольких однородных (к примеру, затраты на содержание и использование оборудования, общепроизводственные и общехозяйственные). Показатель себестоимости продукта применяется при разработке финансового плана фирмы для установления необходимости в оборотных средствах, при составлении баланса прибыли и затрат, определении показателей финансовой деятельности компании. Основным документом, которым руководствуются при формировании себестоимости продукта на предприятии считается Положение о составе затрат по производству и реализации продукции (работ, услуг) и о порядке формирования финансовых результатов, учитываемых при налогообложении прибыли. В целях анализа, учета и планирования всего многообразия расходов, входящих в себестоимость продукта, применяются 2 взаимодополняющие классификации: поэлементная и калькуляционная.

При группировке расходов по элементам определяются расходы компании в целом, без учета его внутренней структуры и без выделения типов издаваемой продукции. Документ, в котором представлены расходы по элементам, предполагает собой смету расходов на производство. Смета затрат составляется с целью расчета общей необходимости компании в материальных и денежных ресурсах. Сумма расходов по каждому компоненту определяется на базе счетов поставщиков, ведомостей начисления заработной платы и амортизации.

Группировка расходов по экономическим элементам не позволяет вести учет по отдельным подразделениям и типам продукта, для этого необходим учет по статьям калькуляции. Калькуляция – это вычисление себестоимости единицы продукта либо услуг по статьям затрат. В отличие от составляющих сметы расходов, статьи калькуляции себестоимости связывают расходы с учетом их определенного целевого назначения и места образования.

Есть типовая номенклатура затрат по статьям калькуляции, однако министерства и ведомства могут вносить в нее изменения в зависимости от отраслевых специфик.

Типовая номенклатура содержит следующие статьи:

1. Сырье и материалы.

2. Возвратные остатки (вычитаются).

3.Покупные изделия, полуфабрикаты и услуги производственного характера сторонних фирм и организаций.

4. Топливо и энергия на научно-технические цели.

5. Заработная плата производственных рабочих.

6. Отчисления на социальные нужды.

7. Расходы на подготовку и освоение производства.

8. Общепроизводственные расходы

9.Общехозяйственные затраты.

10. Потери от брака.

11. Прочие производственные затраты.

12. Коммерческие затраты.

Итог первых 9 статей образует цеховую себестоимость, итог 11 статей – производственную себестоимость, итог всех 12 статей – полную себестоимость.

Цеховая себестоимость предполагает собой расходы производственного подразделения фирмы на изготовление продукта.

Производственная себестоимость помимо расходов цехов содержит общие по предприятию затраты.

Полная себестоимость включает расходы и на производство и на реализацию продукции.

Общепроизводственные затраты – это затраты на обслуживание и управление производством. В их состав входят затраты на содержание и использование оборудования и цеховые затраты.

Общехозяйственные затраты – это затраты, связанные с управлением предприятием в целом: административно-управленческие, общехозяйственные, налоги, обязательные платежи и т.д.

В состав коммерческих затрат включают затраты на тару и упаковку, затраты на перевозку, расходы на рекламу, другие расходы по сбыту.

Статьи расходов, входящие в состав калькуляции подразделяют на простые и комплексные. Простые состоят из одного экономического элемента (заработная плата). Комплексные статьи содержат несколько элементов затрат и могут быть разложены на простые составляющие (общепроизводственные, общехозяйственные затраты). Учет затрат нужен в целях установления финансовых итогов деятельности фирмы.

**Контрольные вопросы**

1. Что такое издержки предприятия? Охарактеризуйте текущие издержки производства.
2. Дайте характеристику явных, вмененных и безвозвратных издержек предприятия.
3. Раскройте суть переменных и постоянных затрат при производстве и реализации продукции.
4. Каковы составляющие сметы затрат на производство продукции.
5. Назовите пути снижения себестоимости продукции

**3.3 Результаты предпринимательской деятельности**

Прибыль - главная цель предпринимательской деятельности, показатель эффективности производства, наиболее важный показатель финансовых итогов работы фирм и главный источник бюджетных поступлений. Прибыль как конечный финансовый результат работы фирмы предполагает собой разницу между общей суммой доходов и расходами на производство и реализацию продукции с учётом убытков от разнообразных хозяйственных операций. Прибыль формируется в результате взаимодействия многочисленных компонентов, как с положительным, так и с отрицательным знаком. По этой причине, прежде всего, немаловажно выяснить структуру прибыли.

Общий объём прибыли фирмы представляет собой валовую прибыль. Валовая прибыль равновелика прибыли от реализации товарной продукции + прибыль от реализации основных фондов и прочего имущества + доход от реализации прочей продукции и услуг нетоварного характера + прибыли от внереализационных операций – потери от внереализационных операций.

Прибыль от реализации продукта – это ключевая форма накопления фирмы и основная часть валовой прибыли.

Прибыль от реализации товарной продукции вычисляется путём вычета из общей суммы выручки от реализации этой продукции (работ, услуг) налога на добавленную стоимость, акцизов и расходов на изготовление и реализацию, включаемых в себестоимость.

Прибыль от реализации прочей продукции и услуг нетоварного характера – есть прибыль (потери) подсобных сельских хозяйств, автохозяйств, лесозаготовительных и иных хозяйств, находящихся на балансе головного предприятия.

Внереализационные доходы и расходы – есть итоги операций, непосредственно не связанные с производством и реализацией продукта. К внереализационным доходам причисляют:

1) доходы, получаемые от долевого участия в деятельности иных организаций;

2) доходы с сдачи собственности в аренду;

3) суммы денег, приобретенные бесплатно от иных фирм;

4) дивиденды, проценты по акциям, облигациям и иным ценным бумагам, являющимся собственностью предприятия;

5) другие доходы от операций, напрямую не связанных с производством и реализацией продукции

Внереализационные затраты - это штрафы, неустойки, пеня, т.е. средства уплаченных экономических санкций. Но, в тех случаях, когда суммы санкций вносятся в бюджет, они не вводятся в структура затрат от внереализационных операций и возмещаются за счёт прибыли, остающейся в распоряжении организации. Валовая прибыль является основой для налогообложения. При отсутствии расчёта валовой прибыли может быть применена балансовая прибыль как база для налогообложения.

В отличие от валовой прибыли, балансовая прибыль не предусматривает штрафы и штраф, уплаченные за вычетом аналогичных типов оплаты, перечисленных в бюджет.

Налогооблагаемая прибыль - это прибыль, уменьшенная на величину льготной прибыли.

Льготная прибыль - часть валовой прибыли, которая частично или целиком не облагается налогом в соответствии с функционирующим законодательством.

Чистая прибыль - прибыль, остающаяся в распоряжении компании уже после обязательных вычетов и налогообложения.

В ходе образования прибыли отражаются все стороны хозяйственной деятельности компании: уровень применения основных фондов, технологические процессы, организация производства и труда.

Выделяют внутренние и внешние факторы увеличения прибыли компании.

Внутренние факторы увеличения прибыли, зависящие от деятельности компании:

1) рост объема изготавливаемой продукции;

2) снижение её себестоимости;

3) повышение качества;

4) улучшение ассортимента;

5) рост производительности труда.

К факторам, не зависящим от деятельности компании, причисляются:

1) изменения государственных регулируемых цен на реализуемую продукцию;

2) влияние природных, географических, транспортных, технических условий изготовления и реализации продукта и др.

Важная роль в системе экономических показателей эффективности деятельности компании принадлежит показателю рентабельности.

Если прибыль выражается в абсолютной сумме, то рентабельность - это относительный показатель интенсивности производства, т.к. отображает степень прибыльности относительно конкретной базы.

Фирма рентабельна, в случае если средства выручки от реализации продукта достаточно не только для возмещения расходов на изготовление и реализацию продукта, но и для образования прибыли.

Анализ рентабельности дает возможность определить отдачу на каждый инвестированный тенге по типам активов и пассивов.

Показатели рентабельности можно подразделить на следующие главные категории:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Показатель рентабельности** | **Формула расчета** | **Назначение** |
| 1.Рентабельность отдельных видов  продукции, всей товарной продукции. | Прибыль в расчете на ед. продукции/себестоимость ед. продукции \*100%;  Прибыль в расчете на товарный выпуск/себестоимость товарной продукции)\*100%;  Балансовая прибыль/стоимость основных производственных фондов и материальных оборотных средств\*100%. | Характеризует прибыльность различных видов продукции, всей товарной продукции. |
| 2. Рентабельность предприятия | Валовая прибыль / среднегодовая стоимость производственных фондов \* 100% | Характеризует доходность предприятия в целом. |
| 3.Рентабельность реализации (продаж) | Прибыль от реализации продукции/ выручка от реализации\*100% | Показывает, какой процент прибыли получает предприятие с каждой ден.ед. реализации. |
| 4.Рентабельность активов и рентабельность чистых активов | Чистая прибыль/совокупные активы\*100%;  Чистая прибыль/чистые активы \*100% | Характеризуют отдачу, которая приходится на ден.ед. соответствующих активов. |
| 5.Рентабельность собственного капитала и общая рентабельность (всего капитала) | Чистая прибыль/собственный капитал\*100%;  Чистая прибыль/всего капитал (валюта баланса) \*100% | 5.1 Характеризует прибыль, приходящуюся на рубль собственного капитала, в том числе после уплаты налогов и процентов за кредит, т.е характеризует эффективность использования собственного капитала.  5.2Характеризует эффективность функционирования исследуемого предприятия или количество чистой прибыли, приходящееся на каждую ден.ед. вложенного капитала. |

Все показатели рентабельности взаимосвязаны. Увеличение любого из них обоснован положительными экономическими явлениями и процессами. Это, прежде всего, совершенствование системы управления производством. Рост эффективности использования ресурсов предприятиями, чёткое определение источников формирования оборотных средств, уменьшение себестоимости продукции (работ, услуг), а, следовательно, увеличение прибыли.

Максимизация прибыли фирмы – есть наиболее распространенный критерий подбора планово-управленческого решения. Его выбирают предприятия, функционирующие стабильно и стремящиеся к непрерывному развитию. В основе оптимизации деятельности предприятия согласно максимуму прибыли лежит построение такой многопараметрической модели, в каковой будет отмечено наиболее предпочтительное соотношение между ценой реализации продукта, объемом производства и реализации продукта на рынке.

В отдельных случаях, когда предприятие ощущает острую потребность в денежных средствах, выбор планово-управленческого решения может быть произведен по критерию максимизации выручки. Для начала поиска наилучшего решения по указанному критерию строится многопараметрическая модель зависимости индекса выручки компании от всех влияющих на нее рыночных условий. Оптимизация выручки компании часто сопровождается резким уменьшением цены товара (иногда себе в убыток) и существенным повышением объёма производства и продажи товара покупателям.

Одним из вероятных критериев оптимизации принимаемого планово-управленческого решения может являться максимум рентабельности производства. По своей экономической сущности этот критерий означает максимизацию возмещения выручкой всех расходов на производство продукции в рассматриваемом этапе. Чтобы выразить искомый критерий, следует учесть изменения базовой рентабельности производства под влиянием изменения выручки и расходов в рассматриваемом этапе.

Выбор решения по каждому из трех рассмотренных критериев (максимум прибыли, максимум выручки и максимум рентабельности производства) приводит к разным объемам производства и ценам на издаваемую продукцию. По этой причине вопрос о выборе критерия оптимальности при выработке лучшего планово-управленческого решения в условиях функционирования определенной компании приобретает наиважнейшее значение.

**Экономический эффект и экономическая эффективность.** *Эффективность производства*представляет собой комплексное отражение конечных результатов использования всех ресурсов производства за определенный промежуток времени.

Эффективность производства характеризует повышение производительности труда, наиболее полное использование производственных мощностей, сырьевых и материальных ресурсов, достижение наибольших результатов при наименьших затратах.

Оценка экономической эффективности производится путем сопоставления результатов производства с затратами. Под результатами производства понимают его полезный конечный результат в виде:

1) материализированного результата процесса производства, измеряемого объемом продукции в натуральной и стоимостной формах;

2) народнохозяйственного результата деятельности предприятия, который включает не только количество изготовленной продукции, но и охватывает ее потребительскую стоимость.

Эффективность производства можно классифицировать по отдельным признакам на следующие виды:

-  по последствиям - экономическая, социальная и экологическая;

-  по месту получения эффекта - локальная (хозрасчетная) и народнохозяйственная;

-  по степени увеличения (повторения) - первичная (одноразовый эффект) и мультипликационная (многократно-повторяющаяся);

-  по цели определения - абсолютная (характеризует общую величину эффекта или в расчете на единицу затрат или ресурсов) и сравнительная (при выборе оптимального варианта из нескольких вариантов хозяйственных или других решений).

Все вместе взятые виды эффективности формируют общую интегральную эффективность деятельности предприятия.

Достижение экономического или социального эффекта связано с необходимостью осуществления текущих и единовременных затрат. К текущим относятся затраты, включаемые в себестоимость продукции. Единовременные затраты - это авансированные средства на создание основных и прирост оборотных фондов в форме капитальных вложений, которые дают отдачу только через некоторое время.

Измерение эффективности производства предполагает установление критерия экономической эффективности, который должен быть единым для всех звеньев экономики - от предприятия до народного хозяйства в целом. Таким образом общим критерием экономической эффективности производства является рост производительности общественного труда.

В настоящее время экономическая эффективность производства оценивается на основе данного критерия, выражающегося в максимизации роста национального дохода (чистой продукции) на единицу труда.

На уровне предприятия формой единого критерия эффективности его деятельности может служить максимизация прибыли.

Эффективность производства находит конкретное количественное выражение во взаимосвязанной системе показателей, характеризующих эффективность использования основных элементов производственного процесса. Система показателей экономической эффективности производства должна соответствовать следующим принципам:

- обеспечивать взаимосвязь критерия и системы конкретных показателей эффективности производства;

- определять уровень эффективности использования всех видов, применяемых в производстве ресурсов;

- обеспечивать измерение эффективности производства на разных уровнях управления;

- стимулировать мобилизацию внутрипроизводственных резервов повышения эффективности производства.

С учетом указанных принципов определена следующая система показателей эффективности производства.

**1) обобщающие показатели:**

- производство чистой продукции на единицу затрат ресурсов;

- прибыль на единицу общих затрат;

- рентабельность производства;

- затраты на 1 рубль товарной продукции;

- доля прироста продукции за счет интенсификации производства;

- народнохозяйственный эффект использования единицы продукции;

**2) показатели эффективности использования труда (персонала):**

- темп роста производительности труда;

- доля прироста продукции за счет увеличения производительности труда;

- абсолютное и относительное высвобождение работников;

- коэффициент использования полезного фонда рабочего времени;

- трудоемкость единицы продукции;

- зарплатоемкость единицы продукции;

**1)  показатели эффективности использования производственных фондов:**

- общая фондоотдача;

- фондоотдача активной части основных фондов;

- рентабельность основных фондов;

- фондоемкость единицы продукции;

- материалоемкость единицы продукции;

- коэффициент использования наиважнейших видов сырья и материалов;

**4) показатели эффективности использования финансовых средств:**

- оборачиваемость оборотных средств;

- рентабельность оборотных средств;

- относительное высвобождение оборотных средств;

- удельные капитальные вложения (на единицу прироста мощности или продукции);

- рентабельность капитальных вложений;

- срок окупаемости капитальных вложений и др.

Уровень экономической эффективности в промышленности зависит от многообразия взаимосвязанных факторов. Для каждой отрасли промышленности вследствие ее технико-экономических особенностей характерны специфические факторы эффективности.

Все многообразие факторов роста эффективности можно классифицировать по трем признакам:

1) источникам повышения эффективности, основными из которых является: снижение трудо-, материало-, фондо- и капиталоемкости производства продукции, рациональное использование природных ресурсов, экономия времени и повышение качества продукции;

2) основным направлениям развития и совершенствования производства, к которым относятся: ускорение научно-технического прогресса, повышение технико-экономического уровня производства; совершенствование структуры производства, внедрение организационных систем управления; совершенствование форм и методов организации производства, планирования, мотивации, трудовой деятельности и др.;

3) уровню реализации в системе управления производством, в зависимости от которого факторы подразделяются на:

а) внутренние (внутрипроизводственные), основными из которых являются: освоение новых видов продукции; механизация и автоматизация; внедрение прогрессивной технологии и новейшего оборудования; улучшение использования сырья, материалов, топлива, энергии; совершенствование стиля управления и др.;

б) внешние - это совершенствование отраслевой структуры промышленности и производства, государственная экономическая и социальная политика, формирование рыночных отношений и рыночной инфраструктуры и другие факторы.

**Экономический эффект –**это результат труда человека в процессе производства материальных благ.

Экономический эффект –это абсолютный (разностный) показатель, он показывает экономический результат или прирост между первоначальным и полученным итогом в результате внедрения интенсивных  технологий,  организационно-экономических мероприятий и т.д.

**Налогообложение предприятия и его влияние на эффективность деятельности.** Огромную роль при оценке эффективности деятельности предприятия играет действующая система налогообложения, которая является одним из главных факторов, влияющих на величину чистой прибыли.

Все налоги, которые выплачивает организация, можно разделить на две составляющих:

Первая составляющая – это налоги, связанные с производственно- хозяйственной деятельностью предприятия, ее результатами. Сюда можно отнести следующие налоги:

* + Уплачиваемые с прибыли предприятия
  + Налоги с выручки от реализации продукции, работ, услуг.

Причем величина этих налогов устанавливается государством в процентах от достигнутого предприятием результата его производственной деятельности. По своей экономической сущности данный вид налогов носит переменный характер, ибо, чем выше достигнутый результат, тем выше сумма налога, и наоборот.

Вторая составляющая - это налоги, обусловленные имущественным состоянием предприятия (налог на имущество предприятий, на землю и др.). Так как имущественное положение предприятия на момент определения налога - величина фиксированная, то данный вид налогов носит постоянный характер, не зависящий от результатов деятельности предприятия в отчетном году.

К вопросам налогообложения необходимо подходить с тщательным экономическим обоснованием размеров налогов, как в тактическом, так и в стратегическом планах. То есть, величина налогов должна быть оптимальной, учитывать интересы государства и отдельных предприятий.

**Убыточность производства и точка безубыточности.** Деление затрат на постоянные и переменные лежит в основе метода, который широко распространен в экономике. Впервые он был  предложен в 1930 г. инженером Уолтером Раутенштраухом как способ планирования, получивший известность под названием графика критического объема производства, или графика безубыточности.

График безубыточности в различных его модификациях широко используется в современной экономике. Несомненным преимуществом этого метода является то, что с его помощью можно быстро получить довольно точный прогноз основных показателей деятельности предприятия при изменении условий на рынке. При построении графика безубыточности предполагается, что не происходит изменений цен на сырье и продукцию за период, на который осуществляется планирование; постоянные издержки считаются неизменными в ограниченном диапазоне объема продаж; переменные издержки на единицу продукции не изменяются при изменении объема продаж; продажи осуществляются достаточно равномерно.

При построении графика по горизонтальной оси откладывается объем производства в единицах изделий или в процентах использования производственной мощности, а по вертикальной - затраты на производство и доход. Затраты откладываются с подразделением на постоянные (ПОИ) и переменные (ПИ). Кроме линий постоянных и переменных издержек, на графике отображаются валовые издержки (ВИ) и выручка от реализации продукции (ВР). Точка пересечения линий выручки и валовых затрат представляет собой точку безубыточности (К). Эта точка интересна тем, что при соответствующем ей объеме производства и продаж (Вкр) у предприятия нет ни прибыли, ни убытков. Объем производства, соответствующий точке безубыточности носит название критического. При объеме производства меньше критического предприятие своей выручкой не может покрыть затраты и, следовательно, результатом его деятельности являются убытки. Если объем производства и продаж превышает критический, предприятие получает прибыль.

Точка безубыточности может быть определена и аналитическим методом.

ВР = ПОИ + ПИ + П ,

Выручку от реализации продукции определяют по выражению

где      ПОИ – постоянные издержки; ПИ – переменные издержки; П – прибыль.

ВР = ПОИ + ПИ.

Если учесть, что в точке безубыточности прибыль равна нулю, то точку критического объема производства можно найти по формуле

Выручка от реализации представляет собой произведение объема продаж и цены продукции. Общая сумма переменных издержек может быть рассчитана как произведение переменных издержек на единицу продукции и объема производства, соответствующего объему продаж. Поскольку в точке безубыточности объем производства (продаж) равен критическому, предыдущая формула принимает следующий вид:

Ц х Вкр = ПОИ + СПИ х Вкр ,

где     Ц – цена единицы продукции; СПИ – переменные расходы на единицу продукции; Вкр – критический выпуск.

Теперь можно рассчитать критический выпуск:

Вкр =

При помощи анализа безубыточности можно не только рассчитать критический объем производства, но и объем, при котором может быть получена запланированная (целевая) прибыль. Этот метод позволяет выбрать лучший вариант при сравнении нескольких технологий и т.д.

**Контрольные вопросы:**

1. Что такое эффективность?
2. Чем различаются понятия эффективность и эффект?
3. Как определяется общая экономическая эффективность затрат?
4. Назовите области применения общей и сравнительной эффективности
5. По каким признакам классифицируются факторы повышения эффективности производства?

**3.4 Ценообразование и ценовая политика предприятия**

Цена **–** это экономическая категория, означающая сумму денег, за которую продавец хочет продать, а покупатель готов купить товар. Цена **–** есть денежное выражение стоимости. С помощью цен соизмеряются затраты и результаты хозяйственной деятельности предприятия, экономически обосновываются наиболее выгодные капитальные вложения, стимулируются производство и потребление, а также качество товара.

В хозяйственной деятельности предприятия цены выполняют следующие функции:

1. Учетно-измерительная – используется в процессе учета, измерения, затрат, отдельных видов продукции. В качестве информационной базы цены используется, в основном, потребитель, который соизмеряет уровень цен и полезный эффект от использования данного товара, и принимает решение: выбрать товар или отказаться от него.
2. Распределительная. Цены должны отклоняться от затрат. Они участвуют в распределении дохода между производителем данной продукции, а также государством через систему налогообложения.
3. Стимулирующая. Используется для мотивации повышения эффективности хозяйствования.

Цена как сложная экономическая категория имеет свою структуру, основные элементы которой представлены в следующем порядке:

1. Расчетная цена предприятия: полная себестоимость + сумма прибыли от реализованной продукции. Этот показатель действует только в пределах данного предприятия и используется для расчета товарной, реализованной, валовой продукции.
2. Отпускная цена предприятия (оптовая цена реализации): определяется прибавлением к расчетной цене предприятия налога на добавленную стоимость (НДС) и акцизного сбора.

НДС – часть вновь созданного продукта, которая целенаправленно направляется в бюджет. Акцизные налоги устанавливаются на высокорентабельные виды продукции (продукция, выпускаемая одним предприятием – монополистом), а также идет в бюджет государства.

3. Отпускная цена=0 – цена франка станции отправления, т.е. включает только ту часть транспортных расходов по доставке продукции данного предприятия, которая связана с доставкой к станции отправления.

4. Цена отпускная франка – станция назначения: нужно к отпускной цене прибавить издержки, прибыль и налоги транспортных организаций.

5. Оптовая цена промышленности (реализации) рассчитывается в том случае, если процесс реализации продукции ведется через посредника, т.е. сбытовую организацию. В этом случае к отпускной цене прибавляются издержки, прибыль и налоги, которые они будут платить государству.

1. Розничные цены: отпускная цена предприятия + издержки, прибыль и налоги торгующих в розницу организаций.

В зависимости от ряда экономических признаков все цены классифицируются по следующим видам и подвидам:

1. По признаку степени свободы от воздействия государства цены делятся на:
   1. Свободные **–** складываются под воздействием спроса и предложения на рынке независимо от прямого влияния государственных органов. Государство может лишь косвенно воздействовать на эти цены: путём влияния на конъюнктуру рынка; ограничивая недобросовестную конкуренцию и монополизацию рынка (Федеральный закон «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках»: запрет на ценовую дискриминацию, на демпинг, на недобросовестную ценовую рекламу и т.д.)

2)Регулируемые цены **–** спрос и предложение оказывает на них определённое влияние, но большее влияние принадлежит государственным органам, применяющим методы прямого ограничения роста или снижения этих цен, регламентацию уровня рентабельности, заложенного в цену, установления предельных значений элементов цены.

3) Фиксированные цены **–** устанавливаются государством в лице каких-либо органов власти и управления.

Такие цены (прейскурантные, фиксированные монопольные, «замороженные» рыночные свободные цены) устанавливаются только в экстремальных условиях (войны, стихийные бедствия, кризис в экономике, дефицит товара и т.д.) В нормально же функционирующей рыночной экономике преимущественно действуют свободные и регулируемые.

1. По характеру обслуживаемого оборота выделяют:

1)оптовые цены на продукцию промышленности;

2) цены на строительную продукцию;

3) закупочные цены на сельскохозяйственную продукцию;

4) тарифы грузового и пассажирского транспорта;

5) розничные цены;

6) тарифы на коммунальные и бытовые услуги;

7) цены, обслуживающие внешнеторговый оборот.

Оптовые цены на продукцию промышленности **–** это цены, по которым реализуется и закупается продукция предприятий, организаций промышленности, независимо от форм собственности в порядке оптового оборота. Оптовые цены на промышленную продукцию формируются на основе текущих издержек производства, прибыли и налога на добавленную стоимость.

Оптовые цены на продукцию промышленности подразделяются на 2 подвида:

- оптовая цена предприятия (отпускная цена);

- оптовая цена промышленности.

Оптовая цена предприятия **–** это цена изготовителя продукции, по которой предприятие реализует произведённую продукцию оптово-сбытовым организациям или другим предприятиям.

Цоптюпр-я = Сп + Пед,,

где Сп – себестоимость единицы продукции;

Пед – прибыль, приходящаяся на единицу продукции

Эту же формулу можно записать по-другому.

Так как П = Rпр-я\*С ,

где П **–** прибыль предприятия;

Rпр-я – рентабельность, рассчитанная по себестоимости;

С **–** себестоимость единицы продукции, отсюда

Цопт.пр-я = С +R \* С = С(1+R),

Оптовая цена промышленности **–** цена, по которой предприятие и организации-потребители оплачивают продукцию оптово-сбытовым и снабженческим организациям.

Цопт.пр-ти = Цопт.пр-я + НДС + ∑ акцизов + ПРсб + ТЗсб.,

где НДС **–** налог на добавленную стоимость;

ПРсб ,ТЗсб – прибыль и расходы сбытовых организаций.

∑ акцизов – суммы акцизов, если товар подакцизный.

Государственная розничная цена **–** цена, по которой товары народного потребления и некоторые орудия и предметы труда реализуются через торговую сеть и которая отражает процесс нарастания общественно-необходимых затрат по всем последовательным стадиям производства товара.

Она представляет собой сумму оптовой цены промышленности, издержек торговых организаций и их плановой прибыли:

Цроз. = Цопт.пр-ти + Прроз. + Тзроз.

Разновидностью розничной цены является аукционная цена – цена товара, проданного на аукционе. Данная цена может быть многократно выше рыночной, так как отражает уникальные свойства товаров и зависит от уровня профессионализма лица, проводящего аукцион.

При установлении цен на промышленную продукцию товаропроизводитель должен соблюдать законодательство, он не должен требовать от торгового посредника реализации своей продукции по установленной им цене, отказывать в отгрузке продукции или задерживать её, если торговый посредник проводит свою ценовую политику.

Цены на строительную продукцию. Продукция строительства оценивается по трём подвидам цен:

- сметная стоимость **–** предельный размер затрат на строительство каждого объекта;

**-** прейскурантная цена **–** усреднённая сметная стоимость единицы конечной продукции типового строительного объекта (за 1 метр квадратный жилой площади, 1 метр квадратный полезной площади, 1 метр квадратный малярных работ и т.д.);

- договорная цена **–** устанавливается по договорённости между заказчиком и подрядчиком.

Закупочные цены на сельскохозяйственную продукцию **–** цены (всегда оптовые), по которым реализуется сельскохозяйственными предприятиями, фермерами и населением продукция растениеводства и животноводства.

Закупочные цены **–**  свободные цены, они устанавливаются в зависимости от соотношения спроса и предложения. Их отличие от других видов цен заключается в том, что в состав закупочной цены не включаются НДС и акцизы.

Тарифы грузового и пассажирского транспорта **–** плата за перемещение грузов и пассажиров, взимаемая транспортными организациями с отправителей грузов и населения.

Составные элементы тарифа **–** издержки и прибыль транспортных организаций, и НДС.

Особенностью формирования издержек в этой отрасли является то, что затраты грузового транспорта состоят из двух частей:

* Ставки затрат за начально-конечные операции (погрузка, выгрузка);
* Ставки затрат за движенческую операцию ( транспортировка груза);

Тарифы за коммунальные и бытовые услуги **–** плата за различного рода услуги, оказываемые населению бытовыми и коммунальными службами (цены на услуги прачечных, парикмахерских, химчисток, цены на ремонт одежды и обуви, а также плата за квартиру, телефон и пр.)

Цены на эти услуги включают следующие элементы:

* Себестоимость;
* Прибыль коммунальных и бытовых организаций;
* НДС

Цены, обслуживающие внешнеторговый оборот **–** экспортные и импортные цены.

Они обладают следующими специфическими чертами:

1. отражают внешнеэкономические связи государства с другими странами;
2. находятся в прямой зависимости от цен мировых рынков, отражающих условия производства и реализации мирового хозяйства.
3. В зависимости от степени новизны товара различают цены на:
4. Проектируемые товары;
5. Абсолютно новые товары;
6. Реализуемые на рынке относительно долгое время.

На стадии проектирования новых изделий цены могут быть:

- лимитные (предельно – допустимые) цены – являются исходными при определении оптовых цен на эти изделия;

- проектные и ориентировочные цены – используемые в период разработки изделий, когда ещё нет утверждённой (согласованной) цены;

При выпуске на рынок абсолютно нового товара выделяют следующие подвиды цен:

1.Цена «снятия сливок» **-** максимально высокая цена в расчёте на потребителя, готового купить этот товар по такой цене.

Цена снижается лишь после того, как спрос по максимальной цене оказывается удовлетворённым.

2. Цена «проникновения на рынок» **-** это значительно более низкая цена по сравнению с ценами на аналогичные товары конкурентов.

Использование такой цены направлено на привлечение максимального числа потребителей и увеличение доли рынка.

3. «Психологическая» цена» – учитывает психологию восприятия цены покупателем. Она обычно чуть ниже круглой суммы. Маркетологи уверены, что цена на товар должна обязательно выражаться нечётным числом. Например, 99, а не 100 руб., 599, а не 600 руб. и т.д. В результате у покупателя создаётся впечатление, во-первых, очень точного определения затрат на производство и невозможности обмана, во-вторых, более низкой цены, уступки покупателю и выигрыша для него.

4. Цена следования за лидером **–** цены устанавливаются примерно на уровне цены главного конкурента – как правило, ведущей фирмы отрасли, доминирующей на рынке. При этом цена не должна превышать цену, предлагаемую лидером, т.е. главным конкурентом.

На товары, реализуемые относительно длительное время устанавливаются следующие виды цен:

- скользящая или падающая цена **–** устанавливается почти в прямой зависимости от соотношения спроса и предложения. По мере насыщения рынка она снижается;

- долговременная цена **–** устанавливается на товары массового спроса и не подвержена изменениям на протяжении длительного промежутка времени.

- гибкая цена **–** используется при сильных колебаниях спроса и предложения в относительно короткие сроки, например в течение дня при продаже отдельных скоропортящихся продуктов (овощей, свежей рыбы, молочных продуктов, цветов и т.д.). Применение этой цены даёт эффект, когда право по принятию решения по ценам дано самому нижнему уровню управления (непосредственно продавцу).

**Особенности ценообразования при различных моделях рынка. Затратное и рыночное ценообразование.** Как известно, основу рыночных отношений составляет конкретный товар, который становится предметом купли и продажи со стороны двух совокупных субъектов – продавца и покупателя. Отрасль может формироваться значительным количеством товаропроизводителей, а может состоять из однойкрупной фирмы. Между этими двумя «полюсами» имеют место любые варианты с различной численностью товаропроизводителей.

Если отказаться от жёсткого количественного подхода, а построить дифференциацию в чисто качественном плане, то мы будем иметь следующие 4 модели рынка.

1 модель**:** отрасль состоит из большого количества мелких товаропроизводителей. Их может быть сотни и даже тысячи. Между ними возникает конкуренция, которую называют чистой или совершенной**.**

Признаки совершенной конкуренции:

* Продавцы принимают цены как данные и не могут на них осознанно влиять;
* Доступ новых продавцов на рынок ничем не ограничен;
* Продавцы не вырабатывают совместной стратегии;
* Всем участникам торговли доступна полная рыночная информация.

На конкурентном рынке действует рыночное ценообразование, в отрасли производится однородный, стандартизированный продукт.

Например**:** рынок сельскохозяйственной продукции, рынок ценных бумаг, рынок леса, рынок цветных металлов.

2 модель **–** отрасль формируется из нескольких десятков производителей, между ними существует довольно острая конкуренция. Эту модель рынка называют монополистической конкуренцией**.**

Данный тип рынка характеризуется большим разбросом цен на аналогичную продукцию, который объясняется тем, что один и тот же товар может отличаться качеством, оформлением, упаковкой и дизайном, затратами на эксплуатацию и т.д. Кроме того, на рынке производится дифференцированный товар, действует рыночное ценообразование..

Примеры: лёгкая промышленность (производство одежды, обуви), сфера бытовых услуг, пищевая .

3 модель **-** отрасль формируется из нескольких товаропроизводителей, каждый из них – довольно крупная фирма, всего их 3-4, максимум в пределах десятка. Такой тип рынка называется олигополия**.** Новому товаропроизводителю сложно преодолеть конкуренцию и войти на данный рынок, здесь царит как рыночное, так и затратное ценообразование, производится как стандартизированный продукт ( сталь, алюминий), так и дифференцированный ( производство автомобилей, электробытовой техники).

4 модель **–** отрасль представлена, как правило, одним крупным товаропроизводителем–монополистом, у него нет конкурентов, данный тип рынка называется - чистая монополия. Цены на товары устанавливаются в зависимости от целей государственной или частной монополии. Здесь господствует затратное ценообразование, рынок основан на монопольной цене, которая предусматривает установление более высоких цен для товаров собственного производства и пониженных цен на товары других товаропроизводителей. На данных рынках производится уникально сложная или не имеющая заменителей продукция, контроль над ценами значителен, неценовая конкуренция отсутствует, вход в отрасль блокирован. Примеры: производство гидротурбин, электровозов, атомных реакторов, паровых котлов и т.д.

Сам по себе анализ типа рынка не даёт готового рецепта установления цен, однако он необходим для определения механизма ценообразования, заложенного в тот или иной конкретный метод формирования цены. Этот механизм может быть затратный или рыночный.

Затратное ценообразование –в основу его заложены предстоящие затраты фирмы на производство и реализацию продукции.

Методологически затратное ценообразование строится по схеме:

«Затраты + …, где под «+» понимается некоторая величина прибыли, которая закладывается фирмой при создании нового дела в виде определённой, заранее планируемой рентабельности производства.

Такое ценообразование широко применяется фирмами при отсутствии ощутимой конкуренции со стороны производителей, выпускающих товар, аналогичного назначения.

Область применения:

1. производство и продажа товаров монополиями;
2. частичное производство и продажа товаров в условиях олигополии;
3. производство товаров на основе заказов по договорным ценам;
4. в условиях значительного дефицита продукции и неудовлетворительного спроса на неё.

Таким образом, формула для определения цены товара, записывается в следующем виде:

Ц = С + П = С + Р\*С = С (1 + Р),где

Ц **–** цена единицы товара;

С **–** себестоимость единицы продукции;

П **–** планируемая прибыль на единицу выпуска;

Р - планируемая рентабельность производства продукции.

Ограничения на рентабельность производства устанавливает Федеральная антимонопольная служба (ФАС**)** в пределах от 50 – 100%, в зависимости от характера продукции, её дефицитности, уровня спроса на неё. Однако при обосновании цены товара, с разрешения ФАС фирма может обеспечить себе и более высокую рентабельность.

При рыночном ценообразованиизатраты фирмы в качестве основы цены товара участия не принимают, они определяются фирмой, но принимаются ею как ориентир для сопоставления с действующей на рынке ценой. Главное же в рыночном ценообразовании **–** соотношение спроса и предложения товара на рынке.

Рыночное ценообразование имеет место:

1. в условиях совершенной конкуренции;
2. в условиях монополистической конкуренции;
3. частично в условиях олигопольного рынка

Ценовая политика фирмы и выбор метода ценообразования. В зависимости от типа рынка и занимаемой позиции, все фирмы можно разбить на 2 группы:

1. фирмы, формирующие цены (ценоискатели) – обладают рыночной силой, достаточной для того, чтобы установить на свои товары цены, отличные от цен конкурентов;
2. фирмы, следующие рыночным ценам (ценополучатели) – обладают слишком малой властью над рынком, чтобы проводить собственную ценовую политику, а потому им не остаётся ничего иного, как продавать свои товары по цене, уже сложившейся на рынке.

Соответственно фирмы первого типа могут и должны разрабатывать собственную ценовую политику, тогда как для фирм второго типа эта задача не актуальна – в основе их коммерческой политики лежит управление объёмами производства, качеством продукции и затратами.

Моделирование ценовой политики осуществляется поэтапно, в следующей последовательности:

1. определение цели предприятия. Наряду с максимизацией прибыли в зависимости от обстоятельств. Она может сводиться к обеспечению выживаемости, завоеванию лидерства, увеличению доли рынка, объёма продаж, максимизации темпов роста;
2. установление характера рынка, который определяется количеством и размером предприятий–конкурентов;
3. анализ покупательского спроса с выделением факторов, влияющих на него:
   * отсутствие замены или конкурентов;
   * платежеспособность потенциальных потребителей;
   * их ожидания и предпочтения;
   * потребность в данном товаре

На этом же этапе определяется эластичность спроса.

Эластичность – зависимость изменения объёма спроса от однопроцентного изменения цены на данный товар.

1. исследование уровня рыночных цен;
2. анализ издержек. Фирма определяет зависимость общих издержек от изменений объёма производства;
3. выбор метода ценообразования и установление окончательной цены.

Основные методы ценообразования:

1.Метод полных (средних) издержек – предприятие на рынке запрашивает цену товара, способную возместить затраты и обеспечить максимально возможную прибыль на основе стандартной наценки, в зависимости от вида товара.

Сущность данного метода - в суммировании постоянных и переменных затрат и надбавки в размере нормативной прибыли.

Преимущества: обеспечивается полное возмещение всех затрат, независимо от характера их происхождения. Недостатками же выступает то, что затратный механизм ценообразования обуславливает слабую заинтересованность в снижении издержек, при этом снижается конкурентоспособность товара (так как затруднён учёт факторов, влияющих на цену); наблюдаются крайне слабые связи с уровнем спроса.

2. Метод предельных затрат (метод учёта затрат и определения цены на основе сокращённых затрат) – впервые был применён в американских фирмах и получил название «direct-costing» или калькулирование по прямым затратам.

При ценообразовании учитываются только фактические переменные издержки на единицу продукции. Косвенные же затраты согласно этому методу, списывались на финансовые результаты и уменьшали валовую прибыль фирмы.

В Европе этот метод назвали методом “marginal–costing”, что означает «приростные затраты» (дополнительные затраты на каждую следующую единицу продукции при увеличении производства или снижение затрат при уменьшении производства). Другими словами данный метод рассматривает влияние изменения объёма производства на изменение затрат, т.е. предполагает калькулирование по переменным затратам.

В основе двух методов лежит затратный механизм ценообразования.

3.Метод определения цены на основе ощущаемой ценности товара – один из самых оригинальных, в основе его лежит рыночный механизм. Основным фактором выступают не издержки предприятия, а восприятие потребителя, т.е. цены призваны соответствовать ощущаемой ценности товара. Производитель исходит из того, что потребитель определяет соотношение между ценностью товара и его ценой, и сравнивает его с аналогичными показателями конкурентов.

При этом методе – чем выше степень дифференциации товаров, тем больше эластичность приемлемых для потребителя цен.

Товары могут быть дифференцированы с учётом их технических параметров, дизайна, вкусов покупателей, проводимой рекламной компании, послепродажного сервиса и других неценовых методов воздействия на покупателей.

Успешная реализация данного метода основана на исследованиях производителями моделей потребительского поведения, ценностных представлений покупателей, на том, что производитель умеет привлечь внимание к специфическим качествам своего товара и реально оценить возможности конкурентов.

Реакция покупателей на изменение цен может быть учтена посредством:

1. анализа данных предыдущего периода методом регрессивного анализа и экстраполяции полученных результатов на будущее;
2. проведения на рынке эксперимента с различными ценами на свою продукцию.

Эти способы имеют недостатки и связаны с трудностями при воплощении в жизнь. Так, при экстраполяции спроса на товар на будущее следует проявлять определённую осторожность, особенно имея дело товарами, потребление которых во многом вызвано модой. Проводя эксперименты на рынке с ценами, надо учитывать то обстоятельство, что продавать товар по высокой цене после того, как он появился на рынке по более низкой цене, достаточно сложно. Тем не менее, определённым образом сориентировать в ситуации на рынке эти методы могут.

4.Метод безубыточности или целевой прибыли – фирма стремится установить цену на свой товар, обеспечивающую ей прежде всего желаемый объём прибыли. Строятся специальные графики общих издержек (постоянных и переменных), ожидаемой выручки при различных объёмах продаж. Кривая выручки зависит от цены товара. Подбирается такое сочетание объёма выпуска и цены, которое и обеспечивает нужную прибыль.

Такой метод требует от фирмы рассмотрения различных вариантов цен, их влияния на объём сбыта, необходимый для обеспечения безубыточности (объёма производства, при котором у фирмы нет ни прибыли, ни убытка) и обеспечения целевой прибыли.

Есть менее распространённые методы, например метод дохода на капитал (основан на том, что к суммарным затратам на единицу продукции добавляется процент на вложенный капитал, что даёт возможность учесть платность финансовых ресурсов; метод установления цены на уровне текущих цен (фирмы устанавливают цены чуть выше или ниже уровня цен основных конкурентов) и другие.

**Контрольные вопросы:**

1. Охарактеризуйте состав цены с точки зрения производителя. Что такое цена произ­водства? Каково ее значение в условиях рынка?
2. Перечислите требования, предъявляемые к цене.
3. Какова роль цены в экономическом взаимоотношении между продавцами и потребителями продукции?
4. Перечислите и охарактеризуйте действующие в РК си­стемы цен в разных отраслях экономики.

**Глава 4. Финансово-экономическая деятельность предприятия**

**4.1 Организация финансов на предприятии**

Финансы - система денежных отношений, которая выражается в формировании и использовании денежных фондов, кругообороте и их использовании. Финансы предприятия имеют определяющее положение в финансовой системе государства, так как на уровне предприятия формируется преобладающая масса финансовых ресурсов.

Финансы выполняют следующие функции на предприятии:

* распределительную;
* контроля.

Распределительная функция состоит в том, что с помощью финансов формируется и используется все денежные фонды и доходы предприятия. Именно распределительная функция обеспечивает воспроизводственный процесс. Правильное распределение финансовых средств стимулирует улучшение показателей работы предприятия.

Основу контрольной функции составляет движение финансовых ресурсов и в виде фондов и в нефондовой форме. Функция реализуется через показатели финансовой, бухгалтерской, статистической, оперативной отчетности, а также через финансовое воздействие (через систему налогов, льгот, санкций и штрафов). Взаимоотношения с предприятием, банковской системой, государством, страховыми компаниями, контрагентами.

Финансовые ресурсы – денежные средства, которые имеются в распоряжении предприятия и предназначаются: для текущих затрат; затрат по развитию и расширению производства; выполнение финансовых обязательств и экономического стимулирования рабочих; содержание непроизводственной сферы; на накопление или резервирование в специальных фондах.

Формирование финансовых ресурсов идет за счет ряда источников:

1. собственные;
2. заемные.

Собственные ресурсы формируются в момент учреждения предприятия (когда происходит образование уставного капитала) за счет вкладов учредителей. Даже работающие предприятия пополняет уставной капитал, возобновляет его за счет прибыли.

Использование финансовых ресурсов осуществляется по нескольким направлениям:

* текущие затраты на производство и реализацию продукции;
* инвестирование средств в капитальные вложения и ценные бумаги;
* расчеты со страховыми организациями, бюджетными;
* образование финансовых резервов.

Структуру финансовых ресурсов предприятия целесообразно представить следующим образом:

1. Финансовые ресурсы, образуемые за счет собственных и приравненных к собственным средств:
   1. прибыль от основной деятельности;
   2. прибыль от реализации выбывшего имущества;
   3. прибыль от внереализационных операций;
   4. целевые поступления;
   5. взносы членов трудового коллектива.
2. Финансовые ресурсы, мобилизуемые на финансовом рынке.
   1. продажа собственных ценных бумаг;
   2. девидентные проценты по ценным бумагам, получаемые предприятием;
   3. получение кредитов;
3. Поступающие в порядке перераспределения.
   1. страховые возмещения;
   2. бюджетные субсидии;
   3. финансовые ресурсы, которые формируются на долевых началах.

Практика анализа финансового состояния выработала основные методы его проведения.

1. Горизонтальный (временной) анализ - сравнение каждой позиции отчетности с соответствующей позицией предыдущего периода, заключается в построении одной или нескольких аналитических таблиц, в которых абсолютные балансовые показатели дополняются относительными темпами роста (снижения).

2. Вертикальный (структурный) анализ - определение структуры итоговых финансовых показателей с выявлением влияния каждой позиции отчетности на результат в целом. Такой анализ позволяет увидеть удельный вес каждой статьи баланса в общем итоге. Обязательным элементом анализа являются динамические ряды этих величин, посредством которых можно отслеживать и прогнозировать структурные изменения в составе активов и их источников покрытия.

Горизонтальный и вертикальный анализ взаимодополняют друг друга, поэтому на практике можно построить аналитические таблицы, характеризующие как структуру отчетной бухгалтерской формы, так и динамику ее отдельных показателей.

3. Трендовый анализ - сравнение каждой позиции отчетности с позициями ряда предшествующих периодов и определение тренда, т.е. основной тенденции динамики показателя, очищенной от случайных влияний и индивидуальных особенностей отдельных периодов. С помощью тренда формируются возможные значения показателей в будущем, а следовательно, ведется перспективный, прогнозный анализ.

4. Анализ относительных показателей (коэффициентов) - расчет отношений отчетности, определение взаимосвязи показателей.

5. Сравнительный (пространственный) анализ - анализ отдельных финансовых показателей дочерних фирм, подразделений, цехов, а также сравнение финансовых показателей предприятия с показателями предприятий-конкурентов, среднеотраслевыми и средними общеэкономическими данными.

6. Факторный анализ - анализ влияния отдельных факторов (причин) на результативный показатель. Факторный анализ может быть прямым (собственно анализ), т.е. раздробление результативного показателя на составные части, и обратным (синтез), когда его отдельные элементы соединяются в общий результативный показатель.

В качестве инструментария для анализа финансового состояния предпринимательской фирмы широко используются финансовые коэффициенты - относительные показатели финансового состояния предприятия, которые выражают отношения одних абсолютных финансовых показателей к другим. Финансовые коэффициенты используются:

• для сравнения показателей финансового состояния конкрет­ной фирмы с базисными (нормативными) величинами, аналогич­ными показателями других предприятий или среднеотраслевыми показателями;

• выявления динамики развития показателей и тенденций измене­ния финансового состояния фирмы;

• определения нормального ограничения и критериев различных сторон финансового состояния предпринимательской фирмы.

В качестве базисных величин используются теоретически обосно­ванные или полученные в результате экспертных опросов величины, характеризующие оптимальные или критические, с точки зрения стабильности финансового положения предприятия, значения финансовых коэффициентов. Кроме того, базой сравнения могут служить усредненные по временному ряду значения показателей данного предприятия, относящиеся к благоприятным с точки зрения финансового состояния периодам, среднеотраслевые значения показателей, значе­ния показателей, рассчитанные по данным отчетности аналогичных предприятий. Такие базисные величины фактически выполняют роль нормативов для коэффициентов, рассчитываемых в ходе анализа финансового состояния.

Согласно классификации НА Болотова - одного из основателей балансоведения, относительные показатели финансового состояния подразделяются на коэффициенты распределения и коэффициенты координации.

Коэффициенты распределения применяются в тех случаях, когда требуется определить, какую часть от итога включающей его группы абсолютных показателей составляет тот или иной абсолютный показатель финансового состояния. Коэффициенты координации используются для выражения отношений, по существу, разных абсолютных показателей финансового состояния или их линейных комбинаций, имеющих различный экономический смысл.

Кроме того, анализ финансового состояния по субъектам его про­ведения делится на внутренний и внешний, следует отметить, что он и существенно отличаются по своим целям и содержанию. Внутренний финансовый анализ — исследование механизма формирования, разме­щения и использования капитала с целью поиска резервов укрепления финансового состояния, повышения доходности и наращивания соб­ственного капитала предприятия. Внешний финансовый анализ пред­ставляет собой процесс исследования финансового состояния пред­приятия с целью прогнозирования степени риска инвестирования ка­питала и уровня его доходности.

Общая оценка финансового состояния предприятия проводится на основе данных бухгалтерского баланса с помощью одного из следующих способов:

1) анализ непосредственно по данным баланса без предварительного изменения состава балансовых статей;

2) анализ на основе построения уплотненного аналитического баланса путем агрегирования некоторых однородных по составу элементов балансовых статей.

Анализ непосредственно по балансу - процесс довольно трудоемкий и неэффективный, так как большое количество расчетных показателей не позволяет выделить главные тенденции в финансовом состоянии организации. Однако по данным бухгалтерского баланса можно определить следующие основные финансовые показатели:

• стоимость имущества предприятия, которая выражается величиной итога бухгалтерского баланса;

• стоимость основных средств;

• величина оборотных средств,

• величина собственных средств;

• величина заемных средств - сумма показателей баланса, отражающих долго- и краткосрочные кредиты и займы.

Проще и удобнее исследовать структуру и динамику финансового состояния предприятия при помощи сравнительного аналитического баланса, в который включаются основные агрегированные показатели бухгалтерского баланса. Сравнительный аналитический балат сводит воедино и систематизирует расчеты, которые обычно осуществляет аналитик при ознакомлении с балансом. Схема аналитического баланса охватывает множество важных показателей, характеризующих статику и динамику финансового состояния предпринимательской организации, что позволяет упростить работу по проведению горизонтального и вертикального анализа основных финансовых показателей деятельности предприятия.

В ходе горизонтального анализа определяются абсолютные и относительные изменения величин различных статей баланса за отчетный период, а целью вертикального анализа является вычисление удельного веса показателей в общем итоге баланса предприятия. Сравнительный аналитический баланс можно получить из исходного баланса путем уплотнения отдельных статей и дополнения его показателями структуры: динамики и структурной динамики.

В аналитический баланс предприятия включаются следующие статьи:

АКТИВ:

I. Внеоборотные активы

1.1. Основные средства.

1.2. Нематериальные активы

1.3. Прочие внеоборотные средства

Итого по разделу I

II. Оборотные активы

2.1. Запасы

2.2. Дебиторская задолженность (срок платежа после истечения 12 месяцев)

Медленно реалируемые активы

2.3. Дебиторская задолженность (срок платежа до истечения 12 месяцев)

2.4. Краткосрочные финансовые вложения

2.5. Денежные средства

Наиболее ликвидные активы

Итого по разделу II

БАЛАНС (Стоимость имущества)

III. Капитал и резервы

3.1. Уставный капитал

3.2. Добавочный и резервный капитал

3.3. Специальные фонды и целевые финансирования

3.4. Нераспределенная прибыль

Итого по разделу III

IV. Долгосрочные обязательства

V. Краткосрочные обязательства

5.1. Краткосрочные кредиты и займы

5.2. Кредиторская задолженность

5.3. Прочие краткосрочные обязательства

Итого по разделу V

Всего заемных средств

БАЛАНС

Обязательными показателями сравнительного аналитического баланса являются:

• абсолютные величины по статьям исходного отчетного баланса на начало и конец периода;

• удельные веса статей баланса в валюте (итоге) баланса на начало и конец периода;

• изменения в абсолютных величинах и удельных весах;

• изменения в % к величинам на начало периода (темп прироста статьи баланса);

• изменения в % к изменениям валюты баланса (темп прироста структурных изменений) — показатель динамики структурных изме­нений.

Все показатели сравнительного баланса можно разделить на три группы: показатели структуры баланса; показатели динамики баланса; показатели структурной динамики баланса. Для анализа общей картины изменения финансового состояния предприятия, в первую очередь, важны показатели структурной динамики баланса. Сопоставляя в процессе анализа структуру изменений в активе и пассиве, можно узнать о источнике притока новых средств и в какие активы эти новые средства вложены.

Непосредственно из аналитического баланса предприятия можно получить ряд важнейших характеристик финансового состояния предприятия, таких как:

• общая стоимость имущества;

• стоимость внеоборотных активов;

• стоимость оборотных средств;

• стоимость материальных оборотных средств;

• величина дебиторской задолженности, включая авансы, выданные поставщикам и подрядчикам;

• сумма свободных денежных средств, включая ценные бумаги и краткосрочные финансовые вложения;

• величина собственных средств предприятия;

• величина заемных средств;

• величина долгосрочных кредитов и займов, предназначенных, как правило, для формирования основных средств, и других внеоборотных активов;

• величина собственных средств в обороте;

• величина краткосрочных кредитов и займов, предназначенных, как правило, для формирования оборотных активов.

Горизонтальный, или динамический, анализ этих показателей позволяет установить их абсолютные приращения и темпы роста, что важно для характеристики финансового состояния предприятия, однако наименьшее значение для оценки финансового состояния имеет и вертикальный (структурный) анализ актива и пассива баланса.

Анализ динамики итога баланса, структуры активов и пассивов предприятия позволяет сделать ряд важных выводов, необходимых как для осуществления текущей финансово-хозяйственной деятельности, гак и для принятия управленческих решений на перспективу. Например, уменьшение в абсолютном выражении общей величины имущества предприятия за отчетный период свидетельствует о сокращении предприятием хозяйственного оборота, что могло повлечь его неплатежеспособность. Установление факта сокращения хозяйственного оборота требует проведения тщательного анализа причин. Анализируя увеличение итога баланса за отчетный период, необходимо учитывать влияние переоценки основных средств, когда увеличение их стоимости не связано с развитием производственной деятельности. Сложнее учесть влияние инфляционных процессов, однако без этого затрудни­тельно сделать определенный вывод о том, является ли увеличение ва-i кугы баланса следствием только лишь удорожания готовой продукции под воздействием увеличения цен на сырье, материалы либо оно ука-1Ы 1иет и на расширение финансово-хозяйственной деятельности пред­приятия.

Анализ структуры пассива баланса позволяет установить одну из возможных причин финансовой неустойчивости (устойчивости) пред­приятия. В частности, увеличение доли собственных средств за счет любого источника способствует усилению финансовой стабильности предприятия. При этом наличие нераспределенной прибыли может рассматриваться как источник пополнения оборотных средств и сни­жения краткосрочной кредиторской задолженности.

Анализ изменения структуры активов предприятия также позволяет получить достаточно важную с точки зрения анализа финансового со­стояния предприятия информацию. Так, например, увеличение доли оборотных средств в имуществе может свидетельствовать:

• о формировании более мобильной структуры активов, способствующей ускорению оборачиваемости средств предприятия;

• отвлечении части оборотных активов на кредитование потребителей готовой продукции, товаров, работ и услуг предприятия, дочерних предприятий и прочих дебиторов, что свидетельствует о фактичес­кой иммобилизации этой части оборотных средств из производственного процесса;

• сворачивании производственной базы;

• искажении реальной оценки основных средств вследствие существующего порядка их бухгалтерского учета и т. д.

При анализе раздела I актива баланса следует обратить внимание на тенденции изменения такого элемента, как незавершенное строитель­ство, поскольку эта статья не участвует в производственном обороте и, следовательно, при определенных условиях увеличение ее доли может негативно сказаться на результативности финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Наличие долгосрочных финансовых вло­жений в балансе предприятия указывает на инвестиционную направ­ленность вложений.

Наличие в составе активов предприятия нематериальных активов косвенно характеризует избранную предприятием стратегию деятель­ности как инновационную, так как оно вкладывает средства в патен­ты, лицензии, другую интеллектуальную собственность. Подробный анализ эффективности использования нематериальных активов в целом достаточно важен для руководства предприятия, однако по данным бухгалтерского баланса он не может быть проведен, для него необхо­дима информация из формы № 5 и внутренняя учетная информация предприятия.

При анализе оборотных активов следует учитывать, что их рост (абсолютный и относительный) может свидетельствовать не только о расширении производства или действии инфляции, но и о замедле­нии их оборота, что объективно вызывает потребность в увеличении их массы.

В процессе анализа оборотных активов оценивают удельный вес (и динамику) следующих групп: запасы; средства в расчетах; краткосроч­ные финансовые вложения; денежные средства пр.

Структура баланса зависит от многих факторов: отраслевой принад­лежности, интенсивности производственно-хозяйственной деятельно­сти стратепш управления оборотными активами и др.

При изучении структуры запасов основное внимание целесообраз­но уделить выявлению тенденций изменения таких элементов оборот­ных активов, как сырье, материалы и другие аналогичные ценности, затраты в незавершенном производстве, готовая продукция и товары для перепродажи, товары отгруженные. Увеличение удельного веса производственных запасов может свидетельствовать:

• о наращивают производственного потенциала предприятия;

• стремлении за счет вложений в производственные запасы защи­тить денежные активы предприятия от обесценивания под воздействи­ем инфляции;

• нерациональности выбранной хозяйственной стратегии, вслед­ствие которой значительная часть текущих активов иммобилизована в запасах, чья ликвидность может быть невысокой.

Следует уделять повышенное внимание росту дебиторской задолженности предприятия, так как эти средства находятся вне предприятия и следовательно, — это актив повышенного риска. В балансе дебиторская задолженность дифференцирована по сроку погашения (до и более 12 месяцев от отчетной даты) и видам (покупатели, заказчики, учредители и т.п.). Предприятие должно работать с дебиторами, т.е. пытаться сократить размер дебиторской задолженности. Здесь возможны различные пути — от контроля за своевременностью оплаты отгруженной продукции до обращения в арбитражный суд и возбуждения дела о банкротстве. Увеличение дебиторской задолженности свидетельствует об отсутствии такой работы на предприятии.

Высокий удельный вес денежных средств, также свидетельствует о хорошем финансовом состоянии предприятия, однако, если эти средства находятся на расчетном счете или в кассе, это говорит об их неэффективном использовании. На расчетном счете они должны храниться в сумме, достаточной для финансирования текущей деятельности. Излишек целесообразно размещать на депозитном счете или вкладывать в финансовые или иные активы.

Наличие краткосрочных финансовых вложений и их рост обычно свидетельствует о хорошем финансовом состоянии предприятия.

Кроме того, анализируя сравнительный баланс, необходимо обратить внимание на изменение удельного веса величины собственного оборотного капитала в стоимости имущества, на соотношения темпов роста собственного и заемного капитала, а также на соотношение темпов роста дебиторской и кредиторской задолженности. При стабильно хорошем финансовом состоянии у предприятия должна увеличиваться в динамике доля собственного оборотного капитала, темп рос­та собственных средств должен быть выше темпа роста заемных средств, а темпы роста дебиторской и кредиторской задолженности должны уравновешивать друг друга.

Анализ финансовых результатов деятельности предприятия

В условиях рыночных отношений целью предпринимательской деятельности является получение прибыли. Финансовый результат – это обобщающий показатель анализа и оценки эффективности деятельности предпринимательской организации. К финансовым результатам относятся следующие показатели: валовая прибыль, прибыль от продаж, прибыль до налогообложения, прибыль от обычной деятельности (прибыль после налогообложения), нераспределенная прибыль.

Показатели финансовых результатов характеризуют абсолютную эффективность хозяйствования предприятия по всем направлениям его деятельности: производственной, сбытовой, снабженческой, финансовой и инвестиционной. Они составляют основу экономического развития предприятия и укрепления его финансовых отношений со всеми участниками предпринимательской деятельности.

Прибыль обеспечивает возможности самофинансирования, удовлетворения материальных и социальных потребностей собственника капитала и работников предприятия. Прибыль является также основным источником формирования доходов бюджета (федерального, республиканского, местного) и погашения долговых обязательств организации перед банками, другими кредиторами и инвесторами. Таким образом, показатели прибыли являются важнейшими в системе оценки результативности деятельности предприятия, степени его надежности и финансового благополучия.

Прибыль является конечным финансовым результатом деятельности предприятия. Предприятие может произвести большой объем продукции, однако, если она не будет реализована или реализована по цене, не обеспечивающей получение прибыли, то предприятие окажется в тяжелом финансовом состоянии. Прибыль — это показатель, который наиболее полно отражающий эффективность производства, объем и качество произведенной продукции, состояние производительности труда, уровень себестоимости. Поэтому одна из важнейших составных частей анализа финансового состояния предприятия — анализ финансовых результатов его деятельности.

Однако для пользователей бухгалтерской отчетности нужны разные показатели финансовых результатов, например: администрацию предприятия интересует полученная прибыль, ее структура и факторы, воздействующие на ее величину; налоговые органы — достоверная информация о всех слагаемых налогооблагаемой базы прибыли; потенциаль­ных инвесторов — вопросы качества прибыли, т.е. устойчивости и надежности получения прибыли в ближайшей перспективе, для выбора и обоснования стратегии инвестиций, направленной на минимизацию потерь и финансовых рисков от вложений в активы анализируемого предприятия.

Анализ финансовых результатов деятельности предприятия включает.

• исследование изменений каждого показателя за текущий анализируемый период;

• исследование структуры соответствующих показателей и их изменений;

• изучение динамики изменения показателей финансовых результатов за ряд отчетных периодов;

• выявление факторов и причин изменения показателей прибыли и их количественная оценка.

Как уже было сказано одним из финансовых результатов деятельности предпринимательской организации является валовая прибыль, которая рассчитывается как разность между выручкой от продаж и себестоимостью реализованной продукции.

Прибыль от продаж — это разность между выручкой от продаж и полной себестоимостью реализованной продукции. Полная себестоимость реализованной продукции включает:

• себестоимость реализованной продукции;

• коммерческие расходы;

• управленческие расходы.

Прибыль (убыток) от прочей реализации. У предприятия могут образоваться излишние материальные ценности в результате изменения объема производства, недостатков в системе снабжения, реализации и других причин. Длительное хранение этих ценностей в условиях инфляции приводит к тому, что выручка от их реализации окажется ниже цен приобретения. Поэтому от реализации ненужных товарно-материальных ценностей образуются не только прибыль, но и убытки.

Прибыль от реализации излишних основных фондов исчисляется как разница между продажной ценой и первоначальной (или остаточной) стоимостью фондов, которая увеличивается на соответствующий индекс, законодательно устанавливаемый в зависимости от темпов роста инфляции.

Прибыль (убыток) от внереализационных операций рассчитывается в виде разницы между доходами и расходами по внереализационным операциям. Полученная предприятием общая сумма прибыли распределяется между предприятием и федеральным, региональным и местным бюджетом путем уплаты налога на прибыль.

Прибыль до налогообложения представляет собой разность между доходами и расходами от основной производственной, финансовой или инвестиционной деятельности предпринимательской организации.

Прибыль от обычной деятельности или прибыль после налогообложения рассчитывается как разность между прибылью до налогообложения и суммой налога на прибыль.

Нераспределенная (чистая) прибыль — это разность между суммой прибыли от обычной деятельности и чрезвычайными доходами и чрезвычайными расходами предпринимательской организации. Нераспределенная прибыль является конечным финансовым результатом деятельности организации.

**Финансовое планирование и управление рисками.** Финансовый план просчитывается по результатам прогноза производства и сбыта продукции с учётом налоговых условий. Обычно, он включает в себя следующие самостоятельные разделы:

- план по себестоимости. Себестоимость продукции представляет собой стоимостную оценку используемых в процессе производства природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов и других затрат на её производство и реализацию. Затраты, образующие себестоимость продукции группируются в соответствии с их экономическим содержанием по элементам;

- план по прибыли. Различают несколько видов расчётной прибыли: валовая, балансовая, налогооблагаемая прибыль;

- прогноз объёма реализации. Данный прогноз строится на основе прогнозирования размеров продаж (по меньшей мере, на 3 года);

- баланс активов и пассивов. Данный раздел как оценочный и аналитический документ особенно важен для инвесторов и кредиторов;

- баланс денежных расходов и поступлений. Раздел позволяет определить общую сумму необходимых для реализации денежных средств, с разбивкой их по конкретным этапам реализации проекта;

- расчёт условий безубыточности. Под точкой безубыточности (под критической) понимается та точка объёмов производства, в которой затраты равны выручке от реализации всей продукции, то есть где нет ни прибыли, ни убытков. Для её вычисления используют три метода:

* метод уравнений;
* маржинальной прибыли;
* графического изображения.

Рассмотрим один из них как наиболее распространённый. Это - метод уравнений**.** В качестве исходного уравнения для анализа принимают следующее соотношение выручки, издержек и прибыли: выручка – переменные затраты – постоянные затраты = прибыль. Если выручку представить как произведение цены продажи единицы изделия и количества проданных единиц, а затраты пересчитать на единицу изделия, то в точке критического объёма производства будем иметь:

Qкрит.\*P – Qкрит.\*VC - FC =0.

Исходя из этого уравнения:

Qкрит. = FC/P-VC,

где Qкрит – объём производства продукции в критической точке (количество единиц), FC – постоянные расходы, Р – цена единицы продукции, VC – удельные переменные затраты на единицу продукции.

Предпринимателю в процессе деятельности постоянно приходится принимать решения о цене, по которой продукция будет реализована, о переменных и постоянных издержках, о приобретении и использовании ресурсов. Для этого необходимо точно и достоверно организовать уровни затрат и прибыли.

Предпринимательский риск – это вероятностная оценка возможности возникновения потерь деятельности предприятия. В экономической литературе выделяют три степени риска**:**

1. Допустимый - возникает, когда потери от риска не превышают запланированной прибыли предприятия.
2. Критический – отражает потери, величина которых превышает плановую прибыль.
3. Катастрофический – когда потери от риска превышают плановую прибыль, а товаропроизводитель должен реализовывать активы предприятия для возмещения убытков.

Риск может возникать в результате увеличения объёма производства, повышения ставки налога, изменения стоимости основных производственных фондов и оборотных средств. Каждое предприятие имеет определённые показатели риска, установленные экспертным путём, например, объём товарной и реализованной продукции, текущие издержки производства, процентная ставка кредита и т.п. Влияние каждого из этих показателей риска оценивается с помощью коэффициента чувствительности, который показывает, на сколько процентов изменится величина прибыли в отчётном году по сравнению с плановым при изменении значения одного из показателей риска на один процент при постоянном значении других показателей. Чем больше коэффициент чувствительности по данному показателю риска, тем сильнее его влияние на величину прибыли.

Различают такие виды предпринимательских рисков как производственный, сбытовой, финансовый и правовой.

Методы снижения рисков:

* самострахование (создание резервного фонда на предприятии на случай непредвиденных расходов);
* страхование рисков (необходимо в плане рисков указать какие типы страховых полюсов и на какие суммы предприятие планирует приобрести).

Государственная акционерная страховая организация и альтернативные страховые общества (акционерные, взаимные и т.д.) проводят следующие виды страхования: страхование на случай неплатежа по счетам поставщика продукции, страхование на случай снижения заранее оговоренного уровня рентабельности, страхование от простоев оборудования и т.д.

* хеджирование (страхование от возможных потерь путём проведения фьючерсных операций, то есть тех, которые не имеют целью непосредственный переход товара от продавца к покупателю, это контракт о поставке определённого количества товара к определённому сроку в будущем).
* диверсификация (вложение капитала в различные направления деятельности).

Основатель и глава корпорации «ОМРОН» Кадзума Татеиси в получившей мировую известность книге «Вечный дух предпринимательства. Практическая философия бизнесмена» писал: «Когда дело доходило до принятия решений, то я лично всегда придерживался «правила 70/30». Если я на 70% уверен в успехе дела, то даю своё согласие. Оставшиеся 30% сомнений станут стимулятором для рассмотрения мер, которые следует принять в случае неудачи. Это и называется разумным риском. Любое начинание требует мужества. Любое решение без элемента риска по сути дела не является решением. В наш стремительный век даже «правило 70/30» несколько ограничивает свободу действий. Иногда наилучшим средством служит «правило 30/70».

**Контрольные вопросы:**

1. Перечислите виды источников финансовых ресурсов предприятия.
2. Какие показатели находят отражение в финансовом плане предприятия?
3. Что такое рентабельность производства, и каково значение этого показателя в условиях рынка?
4. Какие направления включает финансовый анализ деятельности предприятия? Каковы его задачи?
5. Бухгалтерский баланс предприятия, актив и пассив. Финансовый отчёт. Отчётность предприятия.
6. Управление рисками

**4.2. Экономическая эффективность работы предприятия**

**Сущность и критерии экономической эффективности производства.** Анализ себестоимости продукции является важнейшей частью экономического анализа деятельности предприятия. Так как в себестоимости продукции отражается основная часть текущих затрат, потому что затраты, связанные с основной деятельностью предприятия: стоимость потребленных в процессе производства средств и предметов труда (амортизация, стоимость сырья, материалов, топлива, энергии и т.д.), стоимость живого труда (оплата труда), покупных из­делий и полуфабрикатов, стоимость услуг сторонних организаций. Таким образом, полная себестоимость продукции отражает совокуп­ные затраты производственных ресурсов.

Себестоимость производства единицы продукции является основой для принятия большого числа управленческих решений: формирова­ния ассортимента и определения цены на выпускаемую продукцию; производства или приобретения покупных комплектующих изделий; приобретения нового оборудования; возможности изменения техноло­гии и организации производства и др.

Поэтому анализ себестоимости продукции позволяет, с одной сто­роны, дать обобщающую оценку эффективности использования ресур­сов предприятия, с другой — выявить резервы снижения себестоимо­сти и увеличения прибыли, а также возможности снижения цены еди­ницы продукции. Последнее особенно важно для предприятий, использующих в качестве базовой в конкурентной борьбе стратегию низких издержек производства.

Анализ себестоимости продукции проводится по следующим ос­новным направлениям:

• анализ динамики и структуры затрат на производство;

• анализ себестоимости единицы продукции;

• факторный анализ по статьям калькуляции;

• анализ затрат на 1у.е. выпущенной продукции;

• анализ «затраты — объем — прибыль».

Анализ себестоимости продукции начинается с анализа сметы зат­рат на производство и реализацию продукции, в которую включаются все затраты, необходимые для производства запланированного объема продукции, объединённые по признаку однородности по характе­ру, независимо от места их применения и сферы назначения. Смета затрат по предприятию формируется на основе смет затрат ос­новных подразделений (центров затрат), при разработке которых, в свою очередь, учитывались сметы вспомогательных и обслуживающих цехов.

Элементами сметы являются: материальные затраты, затраты на оп­лату труда, отчисления на социальные нужды, амортизация и прочие затраты. Поэтому такая группировка по экономическим элементам используется для планирования снабжения производства материала­ми, анализа процесса производства, регулирования фонда оплаты труда и объема денежных средств, участвующих в расчетах предприятия.

Смета затрат на производство формируется на основе смет затрат материалов, сметы трудовых затрат и общепро­изводственных расходов. Используя данные о производственной себе­стоимости и добавив информацию об административных и коммерческих расходах, определяют общие затраты на производство и реали­зацию продукции. Выручка от продаж (бюджет продаж) за минусом затрат на производство и реализацию продукцию формируют план о прибылях и убытках, на основе которого, а также сметы денежных средств и бюджета капитальных затрат составляется прогнозный бух­галтерский баланс — конечный продукт всего процесса составления плана (бюджета).

Поэтому для принятия оптимальных решений по оперативному управлению производством и сбытом продукции, обеспечения конт­роля за затратами на производство и реализацию продукции и сниже­ния издержек как важнейшего фактора роста прибыли от продаж не­обходимо систематическое сопоставление данных о фактических зат­ратах на производство со сметными и данными за период, предшествующий отчетному.

На динамику затрат на производство оказывают влияние два фак­тора: структурные изменения в ассортименте выпускаемой продукции и изменение объема выпуска. Влияние первого фактора тем меньше, чем меньше интервал периода анализа. Поэтому наиболее эффектив­ны динамические сравнения за минимальные по длительности промежутки времени. Влияние второго фактора – изменение объемов производства – за период, предшествующий отчетному, или по сравнению со сметным может быть устранено путем корректировки затрат предшествующего периода и сметного на фактическую величину объема производства в отчетном периоде.

Расчет среднего относительного отклонения одной структуры затрат от другой на основе метода расчета средних относительных линейных отклонений:

, где

D – среднее относительное линейное отклонение;

d0; d1 – доли соответствующих элементов затрат соответственно в базисном и сравниваемом периодах;

n – число сравниваемых элементов затрат.

**Анализ себестоимости единицы продукции.**  Смета затрат на производство по экономическим элементам охва­тывает все затраты определенного периода вне зависимости от того, связана или нет некоторая их часть непосредственно с деятельностью по производ­ству продукции.

Для того чтобы определить действительную величину затрат на производство продукции, т.е. себестоимость, итоговые величины сметы затрат на про­изводство необходимо откорректировать на величину непроизвод­ственных затрат, на изменение остатка средств, а также на изменение остатков незавершенного производства. Исходя из этих корректировок полу­чим себестоимость выпуска продукции, т.е. общую сумму затрат; которые свя­занны с выпуском продукции. После соответствующей группировки и перегруппировки экономических элементов затрат по статьям каль­куляции эта общая сумма затрат может быть распределена между от­дельными видами продукции, что, позволяет исходя из данных об объемах выпуска отдельных видов продукции рассчитать себестоимость единицы продукции каждого вида, что и называется калькуляцией.

Существуют такие виды калькуляции: нормативная, сметная (плановая), отчетная. Анализ фактически достигнутых результатов проводится сравнени­ем фактической калькуляции с нормативной (сметной).

Себестоимость единицы продукции в целом по предприятию опре­деляется делением общей себестоимости продукции по смете и факту на общее количество выпущенной продукции.

На изменение себестоимости единицы продукции оказывают влияние следующие факторы:

1) структурные сдвиги в выпуске продукции;

2) себестоимость единицы продукции по каждому наименованию.

Для того чтобы оценить влияние структурных сдвигов на себестоимость еди­ницы продукции в целом по предприятию, необходимо пересчитать сметную себестоимость продукции по каждому наименованию на фактический выпуск этой продукции и полученную сумму разделить на общий объем фактически выпущенной продукции по формуле

, где

С(У1) — усредненная себестоимость единицы продукции при фактической структуре производства;

∑ Q1i — суммарный объем фактически выпущенной продукции;

CСi — себестоимость единицы продукции каждого наименования по смете.

Влияние второго фактора – себестоимости единицы продукции каждого наименования – определяется вычитанием из фактической себестоимости единицы продукции усредненной себестоимости:

**Расчет влияния факторов на себестоимость выпуска продукции.**

1. Изменение себестоимости выпуска продукции 

2. Себестоимость продукции при фактических объеме, структуре и плановой себестоимости единицы продукции 

3. Влияние объема и структуры продукции 

4. Влияние структуры выпуска продукции 

5. Влияние объема выпуска 

6. Влияние изменения себестоимости единицы продукции 

7. Совокупное влияние факторов 4+5+6

Одним из главных факторов роста себестоимости выпуска продукции является удорожание себестоимости единицы продукции. Для выявления причины роста необходимо проанализировать возникшие отклонения по статьям калькуляции.

Все отклонения по затратам делятся на три вида:

1. общие отклонения по основным материалам;

2. общие отклонения по трудовым затратам;

3. общие отклонения по общепроизводственным расходам (ОПР).

Отклонение совокупных затрат по основным материалам определяется двумя факторами – ценой материалов и их количеством, потребленных в процессе производства. Общее отклонение затрат равно разнице между нормативными и фактическими затратами основных материалов, или сумме отклонений по цене и по использованию основных материалов:

или

,

где ΔЗМ – общее отклонение затрат по материалам,

НК и ФК – нормативное и фактическое количество материала,

НЦ и ФЦ – нормативная и фактическая цены единицы материала.

Совокупное отклонение по прямым трудовым затратам зависит от двух факторов:

- цены труда (ставки заработной платы);

- количества израсходованного труда.

Совокупное отклонение трудовых затрат рассчитывается как разница между нормативными и фактическими затратами труда на произведенные единицы продукции, или сумма отклонений по ставке оплаты и по производительности труда:

или

,



где ΔЗт - совокупное отклонение трудовых затрат,

НС и ФС – нормативная и фактическая ставки 1 ч труда,

НЧ и ФЧ – нормативное и фактическое количество отработанных часов.

Совокупное отклонение по общепроизводственным (накладным) расходам (ОПР) делится на две составляющие – общее отклонение по постоянным и переменным ОПР.

Совокупное отклонение по постоянным накладным расходам зависит от двух факторов: величины фактических расходов, которые отличаются от сметных, и фактического выпуска продукции, отличного от сметного. Таким образом, совокупные отклонения по постоянным накладным расходам (ПР) определяется как сумма отклонений по постоянным накладным расходам (ПРн) и отклонений по объему (ПРо):

,

где СПР и ФПР – сметные и фактические постоянные накладные расходы,

СП и ФП – сметный и фактический выпуск продукции,

НС – нормативная ставка распределения накладных расходов.

Совокупное отклонение по переменным накладным расходам определяется аналогичным образом. Переменные расходы меняются в зависимости от времени труда основных производственных рабочих, именно поэтому они зависят от таких факторов:

- фактических расходов, отличных от сметных,

- фактического времени работы основных производственных рабочих, отличающегося от запланированного (отклонение по эффективности).

Совокупное отклонение по переменным накладным расходам определяется как сумма отклонений по переменным расходам (ПНР) и отклонений переменных расходов по производительности (ПНРЭ):

,

где СПНР и ФПНР – сметные скорректированные ПНР и фактические ПНР

НЧ – выпуск продукции в нормочасах

ФЧ – фактическое время труда на выпуск продукции

НС – нормативная ставка ПНР.

Для обнаружения отклонений по прибыли нужно также проанализировать отклонения по цене реализации и объему продаж. Отклонение по цене реализации (Цр) есть разница между фактической прибылью от продаж (ФП) и нормативной (НП) на единицу продукции, рассчитанных на базе нормативной себестоимости единицы продукции, умноженная на фактический объем продаж (ФО):

,

где ФП и НП – фактическая и нормативная прибыль на единицу продукции

ФО – фактический объем продаж.

Отклонение по объему продаж (О) определяется как разность между фактическим (ФО) и сметным (СО) объемом продаж, умноженная на нормативную прибыль единицы продукции (НП):

, где ФО и СО – фактический и сметный объемы продаж

НП – нормативная прибыль единицы продукции.

**Анализ затрат на 1 ден.ед. выпущенной продукции.** Показатель себестоимости единицы продукции используется при планировании и анализе только в том случае, если предприятие выпускает один или несколько видов продукции, либо в случаях, когда процессы производства (операции) повторяются. Но предприятия выпускают разнообразную продук­цию, которая постоянно изменяется. Тогда в этих условиях используется наи­более известный показатель затрат на 1 ден.ед. выпускаемой про­дукции, преимущество которого в том, что он может применяться в условиях быстрого и постоянного изменения ассортимента и номен­клатуры выпускаемой продукции. Затраты на 1 ден.ед. выпущенной продукции исчисляются как частное от деления себестоимости выпущенной продукции на тот же объем продукции, который рассчитан в оптовых ценах предприятия. Для правильного расчета этого показателя нужно соблюдать ряд условий:

1) в плане по себестоимости выпуска продукции и в плане продук­ции по оптовым ценам должен быть принят один и тот же объем про­изводства по составу, качеству и ассортименту;

2) необходимо обеспечить единство метода определения выпущен­ной продукции по себестоимости и в оптовых ценах.

При анализе затрат на 1 ден.ед. выпущенной продукции необходимо знать, что на этот показатель оказывают влияние три основных фактора: изменение структуры выпущенной продукции (ассортимент); изменение цен на выпущенную продукцию; изменение себестоимос­ти выпущенной продукции. Показатель затрат на 1 ден.ед.выпущенной продукции тесным образом связан с долей прибыли в отпускной цене. Поэтому данный анализ уровня затрат приемлем и для анализа показателей рентабельности продукции.

Аналогично выполняется и анализ затрат на 1 ден.ед.выручки от продаж. В расчетах используется выручка от продаж без НДС, акцизов и других платежей. Затраты на 1 ден.ед. выручки от продаж будут дополнительно зависеть от управленческих расходов, а также соотношения управленческих и коммерческих расходов.

**Анализ «затраты - объем - прибыль».** Система калькулирования себестоимости с полным распределением затрат разрешает получить представление о всех затратах на производство и реализацию единицы продукции и всего объема, а также о динамике этих затрат. Но этот метод не учиты­вает, что себестоимость изделия меняется при изменении объема выпуска продукции. При увеличении производства и реализации продукции себестоимость единицы изделия понижается, а при сокра­щении — повышается. Известно, что по отношению к объему производства затраты предприятия делятся на постоянные и переменные. Постоянные не зависят от объема производства и не изменяются при его изменении, но, рассчитанные на единицу продукции, при из­менении объема производства меняются.

Другой метод калькулирования себестоимости основан на кальку­лировании себестоимости по переменным затратам или по величине маржинального дохода.

Метод калькулирования по величине маржинального дохода пре­дусматривает расчет только переменных издержек, которые связанны с про­изводством и реализацией единицы продукции. В основе данного мето­да лежит расчет средних переменных издержек и средней величины покрытия (маржинального дохода). С помощью анализа величины маржинального дохода можно обнаружить взаимосвязи финансовых ре­зультатов от издержек и объемов производства. Именно поэтому этот метод называется анализом «затраты - объем - производство», или операци­онный анализ.

Анализ изменения величины маржинального дохода позволяет оценивать операционные прогнозы соотношений постоянных и переменных затрат, определять точку безубыточности, а также объем продаж, обосновывающий решения «производить или поку­пать», выбор машин и технологий, ценовую и ассортиментную по­литику предприятия.

Ограничение себестоимости продукции лишь переменными затра­тами позволяет упростить нормирование, планирование, учет и каль­кулирование за счет резко уменьшившегося числа статей затрат.

В случае, когда прибыль от продаж на единицу изделия является величиной отрицательной, возникает необходимость принять решение о том, чтобы сохранить это изделие в ассортименте или отказаться от его вы­пуска. Для этого нужно рассчитать прибыль от выпуска всех изделий. Для получения прибыли важно, чтобы выручка от продажи всех изделий превышала величину переменных издержек. Для этого необходимо опре­делить такие показатели, как маржинальный доход и коэффициент покрытия.

Величина покрытия (маржинальный доход) является разницей между вы­ручкой от продаж и суммой переменных затрат, или сумма постоян­ных расходов и прибыли. Расчет маржинального дохода разрешает предприятию определить, сколько нужно заработать средств, чтобы окупить постоянные расходы и получить прибыль.

Коэффициент покрытия (Кпокр ) — это доля маржинального дохода в выручке от продаж или доля среднего маржинального дохода в цене то­вара. Коэффициент покрытия определяется следующим образом:

Кпокр = Маржинальный доход / Сумма выручки.

Выручка, которая соответствует точке безубыточности, называется поро­говой выручкой, а объем производства — пороговым объемом. Для оп­ределения пороговой выручки можно использовать формулу точки безубыточности

Пороговая выручка = / Кпокр

С целью определить, насколько фактическая выручка превышает по­роговую, следует определить запас финансовой прочности (про­центное отклонение фактической выручки от пороговой) по формуле:

Запас финансовой прочности = (Фактическая выручка — Пороговая выручка/Фактическая выручка) • 100%.

Для определения влияния изменения выручки на изменение при­были необходимо рассчитать такой показатель, как эффект операционного рычага по одной из следующих формул:

1. Эффект операционного рычага = (Выручка — Переменные издержки) / Прибыль

2. Эффект операционного рычага = (Постоянные издержки + Прибыль) / Прибыль

3. Эффект операционного рычага = (1 + Постоянные издержки) / Прибыль

Чем выше эффект операционного рычага, тем более рискованным с точки зрения изменчивости прибыли является положение предприятия.

Результаты анализа «затраты-объем-прибыль» делают вывод о необходимости использования метода калькулирования себестоимости продукции по переменным издержкам для принятия следующих краткосрочных управленческих решений: опти­мизация ассортимента, принятие дополнительных заказов по ценам ниже обычных, производство либо приобретение комплектующих из­делий, определение оптимального размера партии или серии деталей (продуктов), выбор и замена оборудования и др.

**Финансовая устойчивость предприятия (платежеспособность и кредитоспособность).** Задача анализа ликвидности баланса в ходе анализа финансового состояния предприятия возникает в связи с необходимостью оценивать кредитоспособность предприятия, т.е. его способность своевременно и полностью рассчитываться по всем своим обязательствам, так как ликвидность — это способность предприятия оплатить свои краткос­рочные обязательства, реализуя свои текущие активы.

Ликвидность баланса определяется как степень покрытия обяза­тельств предпринимательской организации ее активами, срок превра­щения которых в денежные средства соответствует сроку погашения обязательств.

От ликвидности баланса следует отличать ликвидность активов, которая определяется как величина, обратная времени, необ­ходимому для превращения активов в денежные средства. Чем мень­ше время, которое потребуется, чтобы данный вид активов превратил­ся в денежные средства, тем выше их ликвидность. Предприятие, обо­ротный капитал которого состоит преимущественно из денежных средств и краткосрочной дебиторской задолженности, обычно счита­ется более ликвидным, чем предприятие, оборотный капитал которого состоит преимущественно из запасов.

Анализ ликвидности баланса заключается в сравнении средств по активу, сгруппированных по степени их ликвидности и расположен­ных в порядке убывания ликвидности, с обязательствами по пассиву, сгруппированными по срокам их погашения и расположенными в порядке возрастания сроков погашения.

Все активы предприятия в зависимости от степени ликвиднос­ти, т.е. скорости превращения в денежные средства, можно условно разделить на следующие группы.

1. Наиболее ликвидные активы (A1) — суммы по всем статьям де­нежных средств, которые могут быть использованы для выполнения текущих расчетов немедленно. В эту группу включают также краткос­рочные финансовые вложения.

2. Быстрореализуемые активы (А2) — активы, для обращения ко­торых в наличные средства требуется определенное время. В эту группу можно включить дебиторскую задолженность, платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты, прочие оборот­ные активы.

3. Медленно реализуемые активы (А3) — наименее ликвидные ак­тивы — запасы, дебиторская задолженность, платежи по которой ожи­даются более чем через 12 месяцев после отчетной даты, налог на до­бавленную стоимость по приобретенным ценностям. При этом статья «Расходы будущих периодов» не включается в эту группу.

4. Труднореализуемые активы (А4) — активы, которые предназна­чены для использования в хозяйственной деятельности в течение отно­сительно продолжительного периода времени. В эту группу включа­ются «Внеоборотные активы».

Начальные три группы активов в течение текущего хозяйственного пе­риода могут постоянно изменяться и именно поэтому относятся к текущим активам пред­приятия. Текущие активы более ликвидные, чем остальное имущество предприятия.

Пассивы баланса по степени возрастания сроков погашения обя­зательствгруппируются следующим образом.

1. Наиболее срочные обязательства (П1) — кредиторская задолжен­ность, расчеты по дивидендам, различные краткосрочные обязательства, а также ссуды, не погашенные в срок (по данным приложений к бухгал­терскому балансу).

2. Краткосрочные пассивы (П2) — краткосрочные заемные креди­ты банков и прочие займы, подлежащие погашению в течение 12 ме­сяцев после отчетной даты.

При определении I и II групп пассива для получения достоверных результатов следует знать время исполнения всех краткосрочных обязательств.

3. Долгосрочные обязательства (П3) — долгосрочные заемные кре­диты и прочие долгосрочные пассивы — статьи раздела баланса «Долгосрочные обязательства».

4. Постоянные пассивы (П4) — статьи раздела «Капитал и резер­вы» и отдельные статьи раздела «Доходы будущих периодов» и «Резервы предстоящих рас­ходов». Для сохранения баланса актива и пассива итог данной груп­пы следует сократить на сумму по статьям «Расходы будущих пери­одов».

Для определения ликвидности баланса необходимо сопоставить итоги по каждой группе активов и пассивов.

Баланс считается абсолютно ликвидным, при условии выполнения следу­ющих условий:

A1>>Π1;

A2>>Π2;

A3>>Π3;

A4<<Π4.

Если выполняются первые три неравенства, т.е. оборотные активы превышают внешние обязательства предприятия, то в любом случае вы­полняется последнее неравенство. Невыполнение какого-либо из пер­вых трех неравенств говорит о том, что ликвидность баланса в большей или меньшей степени отличается от абсолютной.

Сопоставление ликвидных средств и обязательств по­зволяет вычислить следующие показатели.

1. Текущая ликвидность (Ктл), свидетельствующая о платежес­пособности или неплатежеспособности предприятия на отчетную дату:

**Ктл = (А1+А2) – (П1+П2);**

2. Перспективная ликвидность (Кпл) — прогноз платежеспособно­сти на основе сравнения будущих поступлений и платежей:

**Кпл=А3 – П3**

Но следует отметить, что проводимый по изложенной схеме ана­лиз ликвидности баланса приближенный, более детальным является анализ платежеспособности при помощи финансовых коэффициентов.

1. Коэффициент текущей ликвидности (Ктл) показывает, достаточ­но ли у предприятия средств, которые могут быть использованы им для погашения своих краткосрочных обязательств в течение периода. Это основной показатель платежеспособности предприятия: **Ктл = (А1+А2+А3)/(П1+П2).**

В мировой практике принято считать, что значение этого коэффи­циента должно находиться в диапазоне от 1 до 2. Таким образом, суще­ствуют обстоятельства, при которых значение этого показателя может быть и больше, но, если коэффициент текущей ликвидности бо­лее 2, то, как правило, это свидетельствует о нерациональном исполь­зовании средств предприятия. Значение коэффициента текущей лик­видности ниже 1 говорит о неплатежеспособности предприятия.

2. Коэффициент быстрой ликвидности (Кбл), или коэффициент «критической оценки», показывает, насколько ликвидные средства предприятия покрывают его краткосрочную задолженность: **Кбл =(А1+А2)/(П1+П2)**.

В ликвидные активы включаются все оборотные активы предпри­ятия, не считая товарно-материальных запасов. Рекомендуемое значение данного показа­теля от 0,7—0,8 до 1,5, но необходимо иметь в виду, что достоверность выводов по результатам расчетов этого коэффициента и его динамики в значительной степени зависит от «качества» дебиторской задолжен­ности, что можно узнать только по данным внутреннего учета.

3. Коэффициент абсолютной ликвидности (Кал) показывает, какую часть кредиторской задолженности предприятие может погасить не­медленно: **Кал =А1/(П1+П2).**

4. Общий показатель ликвидности баланса (Кол), который предлагается использовать для комплексной оценки ликвидности баланса в целом, показывает отношение суммы всех ликвидных средств предприятия к сумме всех платежных обязательств (кратко-, долго- и среднесрочных) при условии, что различные группы ликвидных средств и платежных обязательств входят в указанные суммы с определенными весовыми коэффициентами, учитывающими их значимость с точки зрения сро­ков поступления средств и погашения обязательств: **Кол =(А1+0.5А2+0.3А3)/(П1+0.5П2+0.3П3)**.

Значение данного коэффициента должно быть больше или равно 1. С его помощью реализовывается оценка изменения финансовой ситу­ации на предприятии с точки зрения ликвидности. Данный показатель употребляется также при выборе наиболее надежного из множества потенциальных партнеров на основе анализа их отчетности.

5. Показатель ликвидности при мобилизации средств (Клм) характе­ризует степень зависимости платежеспособности предприятия от материально-производственных запасов и затрат с точки зрения необходи­мости мобилизации денежных средств для погашения своих краткос­рочных обязательств: **Клм =А3/(П1+П2).**

Рекомендуемые значения этого показателя от 0,5 до 1. Этот коэффициент может иметь значительные колебания в зависимости от материалоемкости производства и для каждого предприятия индивидуален. Желательно, чтобы его динами­ка не имела больших отклонений.

При неизменной кредитной политике (т.е. при стабильной сумме краткосрочных обязательств) значительный рост Клм будет го­ворить в целом об ухудшении результативности хозяйственной деятель­ности, в частности о росте незавершенного производства, затоварива­нии сырьем, готовой продукцией и т.д. При стабильном объеме мате­риальных оборотных средств в случае уменьшения значений Клм можно предположить, что на предприятии ухудшилась ситуация с краткосрочными обязательствами, т.е. либо были взяты дополнитель­ные краткосрочные кредиты, либо повысилась задолженность креди­торам, либо и то и другое вместе.

**Определение характера финансовой устойчивости предприятия.** Залогом выживаемости и основой стабильности положения пред­приятия служит его устойчивость. На устойчивость предприятия ока­зывают влияние различные факторы, такие как:

• положение предприятия на товарном рынке;

• производство и выпуск дешевой, пользующейся спросом про­дукции;

• его потенциал в деловом сотрудничестве;

• степень зависимости от внешних кредиторов и инвесторов;

• наличие неплатежеспособных дебиторов;

• эффективность хозяйственных и финансовых операций и т.п.

Такое разнообразие факторов определяет наличие нескольких ви­дов устойчивости. Так, применительно к предприятию она может быть, в зависимости от факторов, влияющих на нее, внутренней и внешней, финансовой.

Внутренняя устойчивость — это такое общее финансовое состоя­ние предприятия, при котором обеспечивается стабильно высокий результат его функционирования. В основе ее достижения лежит принцип активного реагирования на изменение внешних и внутрен­них факторов.

Внешняя устойчивость предприятия обусловлена стабильностью экономической среды, в рамках которой осуществляется его деятель­ность. Внешняя устойчивость достигается соответствующей системой управления рыночной экономикой в масштабах страны, где действу­ет предприятие.

Финансовая устойчивость есть отражение стабильного превы­шения доходов над расходами, гарантирует свободное маневрирова­ние денежными средствами предприятия и путем эффективного их использования способствует бесперебойному процессу производства и реализации продукции. Другими словами, финансовая устойчивость предприятия — это такое состояние ее финансовых ресурсов, их рас­пределения и использования, которое обеспечивает развитие предпри­ятия на основе роста прибыли и капитала при сохранении платежес­пособности и кредитоспособности в условиях допустимого уровня риска. Поэтому финансовая устойчивость формируется в процессе всей производственно-хозяйственной деятельности и является важным компонентом общей устойчивости предприятия.

К внутренним факторам, влияющим на финансовую устойчивость предприятия, относятся:

• отраслевая принадлежность субъекта хозяйствования;

• структура выпускаемой продукции (услуг), ее доля в общем пла­тежеспособном спросе;

• размер оплаченного уставного капитала;

• величина издержек, их динамика по сравнению с денежными до­ходами;

• состояние имущества и финансовых ресурсов, включая запасы и резервы, их состав и структуру.

Влияние этих факторов во многом зависит от компетенции и про­фессионализма менеджеров предприятия, их умения учитывать изме­нения внутренней и внешней среды.

К внешним факторам относят:

• влияние экономических условий хозяйствования;

• господствующую в обществе технику и технологию;

• платежеспособный спрос и уровень доходов потребителей;

• налоговую и кредитную политику;

• законодательные акты, регулирующие предпринимательскую де­ятельность фирмы;

• внешнеэкономические связи;

• систему ценностей в обществе и др.

Сущность финансовой устойчивости определя­ется продуктивным формированием, распределением и использовани­ем финансовых ресурсов, а платежеспособность выступает ее внешним проявлением.

**Платежеспособность** – это способность своевременно полностью выполнить свои платежные обязательства, вытекающие из торговых, кредитных и других операций платежного характера. Расчет платежес­пособности проводится на конкретную дату. Для подтверждения платежеспособности исследуют наличие де­нежных средств на расчетных и валютных счетах, краткосрочные финансовые вложения, причем эти активы должны иметь оптимальную величину. С одной стороны, чем значительнее размер денежных средств на счетах, тем с большей вероятностью можно утверждать, что предприятие располагает достаточными средствами для текущих рас­четов и платежей. С иной стороны, наличие незначительных остатков средств на денежных счетах не всегда значит, что предприятие непла­тежеспособно: средства имеют возможность поступить на расчетные и валютные сче­та, в кассу в течение ближайших дней, краткосрочные финансовые вложения легко обратить в наличность. Постоянное кризисное отсут­ствие наличности приводит к тому, что предприятие превращается в «технически неплатежеспособное», а это уже может рассматриваться как первая ступень на пути к банкротству.

Задача анализа финансовой устойчивости — оценка величины и структуры активов и пассивов. Это нужно, чтобы ответить на такие вопросы: насколько предприятие независимо с фи­нансовой точки зрения, растет или снижается уровень этой независи­мости и отвечает ли состояние его активов и пассивов задачам его фи­нансово-хозяйственной деятельности. Показатели, которые характери­зуют независимость по каждому элементу активов и по имуществу в целом, дают возможность измерить, достаточно ли устойчива анализи­руемая предпринимательская организация в финансовом отношении.

Финансовая устойчи­вость предприятия в долгосрочном плане характеризуется соотноше­нием его собственных и заемных средств. Обеспеченность запасов и затрат источниками формирования является основой финансовой ус­тойчивости.

Анализ финансовой устойчивости исходит из основной формулы баланса, устанавливающей сбалансированность показателей актива и пассива баланса, которая имеет следующий вид: **АВ +АО = КС + Зд + 3кр**,

где АВ — внеоборотные активы;

АО - оборотные активы;

КС - капитал и резервы предприятия, т.е. собственный капитал предприятия;

Зд - долгосрочные кредиты и займы, взятые предприятием;

3кр - краткосрочные кредиты и займы, взятые предприятием, ко­торые, как правило, используются на покрытие недостатка оборотных средств предприятия (ЗС), кредиторская задолженность предприятия, по которой оно должно расплатиться практически немедленно (КЗ), и прочие средства в расчетах (ПС).

С учетом всех разделов баланса данную формулу можно представить в следующем виде:

**АВ + (ПЗ +ДЗ) = КС + Зд + (ЗС+КЗ+ПС).**

Далее можно сгруппировать активы предприятия по их участию в процессе производства, а пассивы — по участию в формировании обо­ротного капитала предприятия, получив, таким образом, следующую формулу:

**(АВ+ПЗ) + ДЗ = (КС +ПС) + Зд + ЗС + КЗ,**

где (АВ+ПЗ) — внеоборотные и оборотные производственные фонды;

ДЗ — оборотные средства в обращении;

(КС+ПС) — собственный и приравненный к нему капитал пред­приятия, как правило, используемый на покрытие недостатка оборотных средств.

В случае, если внеоборотные и оборотные производственные средства предприятия погашаются за счет собственного и приравнен­ного к нему капитала с возможным привлечением долгосрочных и краткосрочных кредитов, а денежных средств предприятия, находя­щихся в расчетах, достаточно для погашения срочных обязательств, то можно говорить о той или иной степени финансовой устойчивости предприятия, которая характеризуется системой неравенств

**.**

При этом выполнение одного из неравенств автоматически влечет за собой выполнение другого, поэтому при определении финансовой ус­тойчивости предприятия обычно исходят из первого неравенства, преоб­разовав его исходя из того, что в первую очередь предприятие должно обеспечить капиталом имеющиеся у него внеоборотные активы, т.е.

ПЗ < (КС + ПС +КД +ЗС) - АВ.

Выполнение этого неравенства является основным условием плате­жеспособности предприятия, так как в этом случае денежные средства, краткосрочные финансовые вложения и активные расчеты покроют краткосрочную задолженность предприятия.

Таким образом, соотношение стоимости материальных оборотных средств и величин собственных и заемных источников их формирова­ния определяет устойчивость финансового состояния предприятия. Наиболее обобщающим показателем финансовой устойчивости явля­ется излишек или недостаток источников средств для формирования запасов и затрат, получаемый в виде разницы величины источников средств и величины запасов и затрат.

Для характеристики источников формирования запасов определя­ют три главных показателя.

1. Наличие собственных оборотных средств (СОС) — разница меж­ду капиталом и резервами и внеоборотны­ми активами. Увеличение данного показателя по сравнению с предыдущим периодом свидетельствует о дальнейшем развитии деятельности предприятия. Нали­чие собственных оборотных средств можно записать как: **СОС = КС-АВ**.

2. Наличие собственных и долгосрочных заемных источников форми­рования запасов (СД), определяемое путем увеличения предыдущего показателя на сумму долгосрочных пассивов: **СД =(КС +КД) - АВ= СОС + КД.**

3. Общая величина основных источников формирования запасов (ОИ), определяемая путем увеличения предыдущего показателя на сумму краткосрочных заемных средств: **ОИ = (КС+КД) - АВ + ЗС.**

Для характеристики финансовой ситуации на предприятии суще­ствует четыре типа финансовой устойчивости.

**1**. Абсолютная устойчивость финансового состояния представляет собой крайний тип финансовой устойчивости и задает­ся условием: **3<СОС**.

Данное соотношение показывает, что все запасы полностью покры­ваются собственными оборотными средствами, т.е. предприятие совер­шенно не зависит от внешних кредиторов. Однако такую ситуацию нельзя рассматривать как идеальную, поскольку она означает, что ру­ководство предприятия не умеет, не хочет или не имеет возможности использовать внешние источники финансирования основной деятель­ности.

2. Нормальная устойчивость финансового состояния предприятия, гарантирующая его платежеспособность, соответствует следующему ус­ловию: **3 = СОС + ЗС.**

Это соотношение соответствует положению, когда предприятие для покрытия запасов и затрат успешно использует и комбинирует различ­ные источники средств — как собственные, так и привлеченные.

3. Неустойчивое состояние характеризуется нарушением платежеспо­собности, когда сохраняется возможность восстановления равновесия за счет пополнения источников собственных средств и увеличения СОС: **3 = СОС + ЗС + Ио**,

где Ио - часть собственного капитала, предназначенного для обслу­живания других краткосрочных обязательств, сдерживающая финансо­вую напряженность (резервы предстоящих расходов, задолженность уча­стникам (учредителям) по выплате доходов, кредиты банков на времен­ное пополнение оборотных средств и прочие заемные средства).

Финансовая неустойчивость считается нормальной (допустимой), при условии если величина привлекаемых для формирования запасов и затрат крат­косрочных кредитов и заемных средств не превышает суммарной сто­имости производственных запасов и готовой продукции (наиболее лик­видной части запасов и затрат), т.е. выполняются следующие условия:



где Z1 — производственные запасы;

Z2—незавершенное производство;

Z3 — расходы будущих периодов;

Z4 — готовая продукция;

(ЗС – [±Ио]) — часть краткосрочных кредитов и заемных средств, участвующая в формировании запасов и затрат.

Если эти условия не выполняются, финансовая неустойчивость не является нормальной и отражает тенденцию к существенному ухудше­нию финансового состояния предприятия.

4. Кризисное финансовое состояние, или кризисная финансовая не­устойчивость: **3>СОС + ЗС.**

В двух последних случаях (неустойчивого и кризисного финансо­вого положения) устойчивость может быть восстановлена оптимизаци­ей структуры пассивов, а также путем обоснованного снижения уров­ня запасов и затрат.

**Показатели финансовой устойчивости предприятия.** В мировой и отечественной практике разработана специальная систе­ма показателей и коэффициентов.

1. Одной из важнейших характеристик устойчивости финансового состояния фирмы, ее независимости от заемных источников средств является коэффициент автономии или коэффициент финансовой неза­висимости, который определяется как отношение собственного капи­тала к величине всех активов предприятия. **К1 = КС/В.**

Он характеризует уровень общей финансовой независимости, т.е. степень независимости предприятия от заемных источников финанси­рования. Таким образом, этот коэффициент показывает долю соб­ственного капитала в общем объеме пассивов.

В мировой практике принято нормативное значение для коэффи­циента автономии, равное 0,5. Это означает, что до достижения этого предела можно пользоваться заемным капиталом. Ограничение К1 > 0,5 означает, что все обязательства фирмы могут быть покрыты ее соб­ственными средствами. Выполнение этого ограничения важно не толь­ко для предприятия, но и для ее кредиторов.

2. Финансовый рычаг (леверидж) К2: **К2 = КЗ/КС**,

где КЗ — заемные средства, привлекаемые предприятием. Взаимосвязь коэффициента автономии и финансового рычага вы­ражается формулой: **К2 =1/К1 – 1,** откуда следует, что нормальное ограничение для коэффициента соотношения заемных и собственных средств К2 < 1.

3. Коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными средствами финансирования (К3) показывает, какая часть оборотных активов финансируется за счет собственных источников: **К3 = (КС+АВ)/АО,** и характеризует наличие у предпринимательской фирмы собствен­ных оборотных средств, необходимых для ее финансовой устойчиво­сти. Нормальное ограничение для этого коэффициента, получаемое на основе статистических данных хозяйственной практики, К3 > 0,6-0,8. Это один из основных показателей при оценке несостоятельности предпринимательской фирмы.

4. Коэффициент маневренности — еще одна существенная характе­ристика устойчивости финансового состояния — равен отношению собственных оборотных средств фирмы к общей величине собствен­ных средств:

**К4 = (КС - АВ)/КС**.

Он показывает, какая часть собственных средств предприятия на­ходится в мобильной форме, которая позволяет свободно маневрировать этими средствами. Высокое значение данного коэффи­циента положительно характеризует финансовое состояние фирмы, однако устоявшихся нормативов в экономике нет. Иногда в специаль­ной литературе в качестве оптимальной величины К4 = 0,5.

5. Коэффициент покрытия инвестиций (коэффициент финансовой устойчивости) характеризует долю собственного капитала и долго­срочных обязательств в общей сумме активов предприятия:

**К5 = ((КС + Зд) – АВ)/В.**

Это более мягкий показатель по сравнению с коэффициентом ав­тономии. В мировой практике принято считать нормальным К5 = 0,9, критическим — снижение до 0,75.

Рассчитанные фактические коэффициенты отчетного периода срав­ниваются с нормой, значением предыдущего периода, аналогичными коэффициентами предприятий, и тем самым **выявляется реальное фи­нансовое состояние**, слабые и сильные стороны фирмы.

Учитывая многообразие финансовых процессов, множественность показателей финансовой устойчивости, различие в уровне их крити­ческих оценок, складывающуюся степень отклонения от них факти­ческих значений коэффициентов и возникающие в связи с этим слож­ности в общей оценке финансовой устойчивости организаций, многие отечественные и зарубежные аналитики рекомендуют производить **интегральную балльную оценку финансовой устойчивости**. Сущность этой методики заключается в классификации организа­ций по уровню риска, т.е. любая анализируемая организация может быть отнесена к определенному классу в зависимости от «набранного» количества баллов исходя из фактических значений показателей финансовой устойчивости.

*Таблица 7*

Критерии оценки показателей финансовой устойчивости предприятий

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №  п/п | Показатель финансового состояния | Рейтинг | КРИТЕРИИ | | Условия  снижения критерия |
|  |  |  | Высший | Низший |  |
| **1** | Коэффициент абсолютной ликвидности | 20 | 0,5 и выше –  20 баллов | Менее 0,1 –  0 баллов | За каждые 0,1 пункта снижения по сравнению с 0,5 сни­мается по 4 балла |
| **2** | Коэффициент критической оценки | 18 | 1,5 и выше –  18 баллов | Менее 1 –  0 баллов | За каждые 0,1 пункта снижения по сравнению с 1,5 сни­мается по 3 балла |
| **3** | Коэффициент текущей ликвидности | 16,5 | 2 и выше –  16,5 балла | Менее 1 –  0 баллов | За каждые 0,1 пункта снижения по сравнению с 2 сни­мается 1,5 балла |
| **4** | Коэффициент финансовой независимости | 17 | 0,6 и выше –  17 баллов | Менее 0,4 –  0 баллов | За каждые 0,01 пункта снижения по сравнению с 0,6 сни­мается по 0,8 балла |
| **5** | Коэффициент обеспеченности собственными источниками финансирования | 15 | 0,5 и выше –  15 баллов | Менее 0,1 –  0 баллов | За каждые 0,1 пункта снижения по сравнению с 0,5 сни­мается по 3 балла |
| **6** | Коэффициент финансовой независимости в части формиро­вания запасов | 13,5 | 1 и выше -13,5 балла | Менее 0,5 -0 баллов | За каждые 0,1 пункта снижения по сравнению с 1 сни­мается 2,5 балла |

*Таблица 8*

Группировка организаций по критериям оценки финансового состояния

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Показатели финансового состояния | ГРАНИЦЫ КЛАССОВ СОГЛАСНО КРИТЕРИЯМ | | | | | |
|  |  | I | II | III | IV | V | IV |
| **1** | Коэффициент абсолютной ликвидности | 0,5 и выше -20 баллов | 0,4 и выше -16 баллов | 0,3 –  12 баллов | 0,2 –  8 баллов | 0,1 –  4 балла | Менее 0,1 -0 баллов |
| **2** | Коэффициент критической оценки | 1,5 и выше -18 баллов | 1,4 –  15 баллов | 1,3 -  12 баллов | 1,2-1,1 –  9÷6 баллов | 1,0-3 балла | Менее 1,0-0 баллов |
| **3** | Коэффициент текущей ликвидности | 2 и выше -16,5 балла | 1,9÷1,7-  15÷12 баллов | 1,6÷1,4 -10,5÷7,5 балла | 1,3÷1,1 –  6÷3 балла | 1 –  1,5 балла | Менее 1 -0 баллов |
| **4** | Коэффициент финансовой независимости | 0,6 и выше -17 баллов | 0,59÷0,54 --16,2÷12,2 балла | 0,53÷0,43 -11,4÷7,4 балла | 0,47÷0,41 -6,6÷1,8 балла | 0,4 -1 балл | Менее 0,4 -0 баллов |
| **5** | Коэффициент обеспечен­ности собственными источни­ками финансирования | 0,5 и выше -15 баллов | 0,4-12 баллов | 0,3 - 9 баллов | 0,2 - 6 баллов | 0,1 - 3 балла | Менее 0,1 -0 баллов |
| **6** | Коэффициент финансовой независимости в части формирования запасов | 1 и выше -13,5 балла | 0,9-11 баллов | 0,8 - 8,5 баллов | 0,7 - 0,6 -6,0÷3,5 балла | 0,5 -1 балл | Менее 0,5 -0 баллов |
| **7** | Минимальное значение границы | 100 | 85,2÷66 | 63,4÷56,5 | 41,6÷28,3 | 14 | - |

**А** **класс** — предприятия, кредиты и обязательства которых под­креплены информацией, позволяющей быть уверенными в возврате кредитов и выполнении других обязательств в соответствии с догово­рами с хорошим запасом на возможную ошибку;

**Б** **класс** — предприятия, имеющие некоторый риск по задолжен­ности и обязательствам и определенную слабость финансовых показа­телей и кредитоспособности. Однако эти предприятия еще не рассмат­риваются как рискованные;

**В** **класс** — это проблемные предприятия. Вряд ли существует уг­роза потери средств, но полное получение процентов, выполнение обя­зательств представляется сомнительным;

**Г** **класс** — это предприятия особого внимания, так как при взаи­моотношениях с ними предприятия-партнеры могут столкнуться с проблемами финансового характера. Это предприятия, которые могут потерять средства и проценты даже после принятия мер к оздоровлению бизнеса;

**Д** **класс –** предприятия очень высокого риска, практически неплатежеспособные.

**Оценка банкротства предприятия.** Одна из целей анализа финансового состояния — своевременное выявление признаков банкротства предприятия. Банкротство связано с неплатежеспособностью предприятия, т.е. с таким его состоянием, при котором оно не может погашать свои обязательства. При этом не­платежеспособность предшествует банкротству предприятия.

Банкротство — это признанная судом или объявленная должником неспо­собность в полном объеме обеспечить требования кредиторов по де­нежным обязательствам и (или) выполнить обязанность по уплате обя­зательных платежей в бюджет соответствующего уровня и во внебюджетные фонды в порядке и на условиях, установленных законом.

Под денежным обязательством понимается обязанность должника выплатить кредитору определенную сумму по гражданско-правовому договору и другим основаниям, предусмотренным ГК страны. Юридическое лицо считается неспособным обеспечить требование кредиторов по денежным обязательствам и (или) выполнить обязанность по уплате обязательных платежей, если соответствующие обязательства или обязанности не исполнены им в течение трех месяцев с момента наступления даты их исполнения.

В состав денежных обязательств включаются:

• задолженность за переданные товары, выполненные работы, ока­занные услуги;

• суммы займа с учетом процентов, подлежащих уплате должником.

Не учитываются обязательства:

• перед гражданами за причинение вреда жизни и здоровью;

• по выплате авторского вознаграждения;

• перед учредителями (участниками) должника, вытекающие из та­кового участия;

• неустойки (штрафы, пени) за неисполнение или ненадлежащее исполнение денежного обязательства.

Банкротство помимо реального может быть преднамеренным или фиктивным.

Фиктивное банкротство представляет собой ситуацию, когда у должника при подаче заявления в суд имеется возможность удовлетворить требования кредиторов в полном объеме. Это делается обычно с целью получения от кредиторов отсрочки пла­тежей или скидки с долгов. Должник, который подал такое заявление, не­сет перед кредиторами ответственность за ущерб, причиненный пода­чей такого заявления.

Преднамеренное банкротство возникает по вине учредителей (уча­стников) должника и других лиц, в том числе руководителя предприя­тия, которые имеют право давать обязательные для должника указания либо другим образом определять его действия. Такое происходит, ког­да руководитель или собственник в личных или в чьих-либо интере­сах умышленно делает предприятие неплатежеспособным.

К финансовым факторам причин возникновения банкротства у предприятий относятся:

• неэффективная финансовая стратегия;

• неэффективная структура активов;

• чрезмерная доля заемного капитала;

• высокая доля краткосрочных источников привлечения заемно­го капитала;

• рост дебиторской задолженности;

• высокая стоимость капитала;

• превышение допустимых уровней финансовых рисков;

• неэффективный финансовый менеджмент.

Вероятность банкротства предприятия увеличивается в том случае, если наблюдаются: уменьшение объемов продаж, объема производства, качества и цены продукции; приближение цен на некоторые виды про­дукции к ценам на аналогичные, однако более высококачественные импор­тные; неоправданно высокие затраты; низкая рентабельность продук­ции; очень длительный цикл производства; большие долги, взаим­ные неплатежи.

Мерами по восстановлению платежеспособности должника могут быть:

• перепрофилирование производства;

• закрытие нерентабельных производств;

• ликвидация дебиторской задолженности;

• продажа части имущества должника;

• уступка прав требования должника;

• продажа предприятия (бизнеса) должника;

• иные способы восстановления платежеспособности.

Универсальный рецепт от любого банкротства — проведение сис­тематического финансового анализа предприятия. В первую очередь, это необходимо для выявления признаков банкротства предприятия и принятия правильных управленческих решений о будущем предпри­ятия.

Первые сигналы надвигающегося банкротства — задержки с пред­ставлением финансовой отчетности, наличие потерь от основной хозяйственной деятельности; недостаток оборотных средств; затруднения в получении коммерческих кредитов; снижение поступления денежных средств от хозяйственных операций; спад рыночной цены ценных бумаг, выпущенных пред­приятием; неспособность погасить срочные обязательства и др.

В соответствии с рекомендациями Комитета по обобщению прак­тики аудирования (Великобритания) признаки банкротства при мно­гокритериальном подходе обычно подразделяют на две группы. К первой груп­пе относятся показатели, свидетельствующие о возможных финансовых затруднениях и вероятности банкротства в недалеком будущем:

• повторяющиеся существенные потери в основной деятельности, выражающиеся в хроническом спаде производства, сокращении объе­мов продаж и хронической убыточности;

• наличие хронически просроченной кредиторской и дебиторской задолженности;

• низкие значения коэффициентов ликвидности и их тенденция к снижению;

• увеличение до опасных пределов доли заемного капитала в об­щей его сумме;

• дефицит собственного оборотного капитала;

• систематическое увеличение продолжительности оборота капи­тала;

• наличие сверхнормативных запасов сырья и готовой продукции;

• использование новых источников финансовых ресурсов на невы­годных условиях;

• неблагоприятные изменения в портфеле заказов;

• падение рыночной стоимости акций предприятия;

• снижение производственного потенциала и т.д.

Во вторую группу входят показатели, неблагоприятные значения которых не дают основания рассматривать текущее финансовое состо­яние как критическое, но сигнализируют о возможности его резкого ухудшения в будущем при неприятии действенных мер:

• чрезмерная зависимость предприятия от какого-либо одного конкретного проекта, типа оборудования, вида актива, рынка сырья или рынка сбыта;

• потеря ключевых контрагентов;

• недооценка обновления техники и технологии;

• потеря опытных сотрудников аппарата управления;

• вынужденные простри;

• неритмичная работа;

• неэффективные долгосрочные соглашения;

• недостаточность капитальных вложений и т.п.

Анализ и оценку структуры баланса предприятия с целью вы­явления неудовлетворительной структуры баланса предприятия можно проводить на основе:

1) коэффициента текущей ликвидности;

2) коэффициента обеспеченности собственными средствами;

3) коэффициента восстановления (утраты) платежеспособности.

Коэффициент обеспеченности собственными средствами характе­ризует наличие собственных средств у предприятия и является одним из коэффициентов, позволяющих оценить финансовую устойчивость предприятия. На основании системы кри­териев принимаются решения:

• о признании структуры баланса предприятия неудовлетворитель­ной, а предприятия неплатежеспособным;

• о наличии реальной возможности у предприятия-должника вос­становить свою платежеспособность;

• о наличии реальной возможности утраты платежеспособности предприятия, когда оно в ближайшее время не сможет выполнить свои обязательства перед кредиторами.

Струк­тура баланса предприятия является неудовлетворительной, а пред­приятие неплатежеспособным, если выполняется одно из следующих условий:

1) коэффициент текущей ликвидности на конец отчетного перио­да имеет значение менее 2;

2) коэффициент обеспеченности собственными средствами — ме­нее 0,1.

В обратном случае структура баланса предприятия является удов­летворительной.

Коэффициент восстановления платежес­пособности (Кв) рассчитывается, если структура баланса признана не­удовлетворительной и наоборот:

,

где К1тл – К0тл — коэффициенты текущей ликвидности соответ­ственно на конец и начало отчетного периода;

У — период восстановления (утраты) платежеспособности (при расчете коэффициента восстановления неплатежеспособности У = 6 месяцам, при расчете коэффициента утраты неплатежеспособности У = 3 месяцам);

Т — продолжительность отчетного периода.

Коэффициент восстановления (утраты) платежеспособности пока­зывает наличие у предприятия реальной возможности восстановить либо утратить свою платежеспособность в течение определенного пери­ода. Но, в отличие от начальных двух коэффициентов, этот коэффициент — искусственный пока­затель, по причине того, что в числителе находится прогнозное значение коэффици­ента текущей ликвидности, рассчитанного на перспективу, а в знаме­нателе — его нормативное значение.

Коэффициент восстановления платежеспособности рассчитывается сроком на 6 месяцев. Значение коэффициента больше 1 свидетель­ствует о наличии у предприятия возможности восстановить свою пла­тежеспособность.

При неудовлетворительной структуре баланса для проверки устой­чивости финансового положения предприятия рассчитывается коэф­фициент утраты платежеспособности сроком на 3 месяца. Если значе­ние этого коэффициента менее 1, то существует вероятность того, что предприятие в ближайшее время не сможет выполнять свои обязатель­ства перед кредиторами.

В международной практике для определения признаков банкротства применяется формула **Z-счета Э**.**Альтмана.** Данная модель представляет собой алгоритм интегральной оценки угрозы банкротства предприятия, основанный на комплекс­ном учете важнейших показателей, диагностирующих кризисное фи­нансовое состояние предприятия. На основе обследования предпри­ятий-банкротов Э.Альтман определил коэффициент значимости отдельных факторов в интегральной оценке вероятности банкротства. Модель Альтмана имеет следующий вид:

Z-счет = (Оборотный капитал / Все активы) • 1,2 + (Нераспределенная прибыль / Все активы ) • 1,4 + (Доход от основной деятельности / Все активы) • 3,3 + (Рыночная стоимость обычных и привилегированных акций / Все активы) • 0,6 + (Объем продаж / Все активы) • 1.

Если после произведенных расчетов окажется, что Z-счет равен или меньше 1,8, то вероятность банкротства этого предприятия очень вы­сока; при величине Z-счета от 1,8 до 2,7 — вероятность банкротства высокая; от 2,8 до 2,9 — банкротство возможно; от 3,0 и выше — ве­роятность банкротства очень низкая.

Несмотря на относительную простоту применения, в отечественных экономических условиях эта модель для оценки угрозы банкротства не допускает получить достаточно объективный результат. Это вызывает­ся различиями в учете отдельных показателей, влиянием инфляции на их формирование, несоответствием балансовой и рыночной стоимос­ти отдельных активов и другими объективными причинами, которые определяют необходимость корректировки коэффициентов значимо­сти показателей, приведенных в модели Альтмана, и учета ряда других показателей оценки кризисного состояния предприятия.

**Анализ рентабельности предприятия.** Рентабельность – это относительный показатель уровня доходности предприятия, характеризующий эффективность работы предприятия в целом, доходность различных направлений деятельно­сти (производственной, коммерческой, инвестиционной и т.д.).

Оценка рентабельности предприятия может производиться с помо­щью следующих показателей.

1. **Рентабельность продукции** (Рпр) — исчисляется как отношение прибыли от продаж продукции к полной себестоимости этой продук­ции.

где Пп — прибыль от продаж продукции, работ, услуг, у.е.;

Сп — полная себестоимость реализованной продукции, у.е.

2. **Рентабельность продаж (оборота)** — (Рп**):** **Рп = Пп/В • 100%,**

где В— выручка от продажи продукции, работ, услуг. Данный коэффициент представляет, сколько прибыли приходится на единицу реализуемой продукции. Рост показателя является свидетель­ством или роста цен на продукцию при постоянных затратах на произ­водство реализованной продукции, или уменьшения затрат на производ­ство при постоянных ценах. Соответственно снижение рентабельнос­ти продаж свидетельствует о росте затрат на производство при постоянных ценах на продукцию либо о снижении цен на реализован­ную продукцию рассматриваемого предприятия, т.е. о падении спро­са на нее.

3. **Показатели рентабельности капитала:**

а) рентабельность собственного капитала (Рск): **Рск = (Пч/Кс)·100%,**

где Пч — чистая прибыль;

Кс — средняя величина собственного капитала. Этот показатель характеризует эффективность использования соб­ственного капитала и показывает, сколько прибыли приходится на единицу собственного капитала предприятия.

б) рентабельность инвестиционного (перманентного) капитала (Pи): **Ри = Пч / Кик·100%,**

где Кик — средняя величина инвестиционного капитала, которая равна сумме средней за период величине собственного капитала и средней за период величине долгосрочных кредитов и займов. Показатель характеризует эффективность использования капитала, вложенного на длительный срок. Величину инвестиционного капитала определяют по данным бухгалтерского баланса как сумму собствен­ных средств и долгосрочных пассивов.

в) рентабельность всего капитала предприятия (Рок): **Рок=Пп/Бср·100%,**

где Бср — средний за период итог баланса-нетто. Данный коэффициент показывает эффективность использования всего капитала предприятия, т.е. рост значения коэффициента свиде­тельствует об увеличении эффективности использования имущества предприятия и наоборот. Снижение значения рентабельности всего капитала предприятия может также свидетельствовать о падении спроса на продукцию предприятия или о перенакоплении активов.

**4. Рентабельность оборотных активов** (Роб):

где АОср — средняя величина оборотных активов, у.е. Средняя величина капитала и активов определяется по данным бухгалтерского баланса как средняя арифметическая величина итогов на начало и конец периода.

5. **Рентабельность основных средств и** прочих **внеоборотных ак­тивов** (Рв)**: Рв = Пп/АВср ,**

где АВср — средняя за период величина основных средств и про­чих внеоборотных активов.

Рентабельность основных средств и прочих внеоборотных активов показывает эффективность использования внеоборотных активов, изме­ряемую величиной прибыли, приходящейся на единицу стоимости средств. Этот коэффициент взаимосвязан с коэффициентом рентабель­ности всего капитала предприятия. Так, при снижении коэффициен­та рентабельности всего капитала рост рентабельности основных средств и прочих внеоборотных активов свидетельствует об избыточ­ном увеличении мобильных средств, что может быть следствием обра­зования излишних запасов, затоваренности готовой продукцией на складах в связи с упадком спроса на нее, чрезмерного роста дебитор­ской задолженности или денежных средств.

Важным фактором роста рентабельности в современных условиях является работа предприятий по ресурсосбережению, что ведет к сни­жению себестоимости, а, следовательно, и росту прибыли. Дело в том, что развитие производства за счет экономии ресурсов на данном этапе намного дешевле, чем разработка новых месторождений и вовлечение в производство новых ресурсов. Уменьшение себестоимости должно стать главным условием роста прибыльности и рентабельности производства.

**Контрольные вопросы:**

1. Анализ финансовой устойчивости: абсолютные и относительные показатели.
2. Оценка ликвидности, платежеспособности фирмы.
3. Деловая активность, фондоотдача и эффективность использования ресурсов предприятия. Нормативные значения показателей.
4. Факторный анализ устойчивости экономического роста предприятия.
5. Неудовлетворительная структура баланса, причины, возможности преодоления.

**4.3 Инвестиционно-инновационная деятельность предприятия**

С экономической точки зрения инвестиции рассматриваются как расходы на приобретение, расширение, реконструкцию и техническое переоборудование основного капитала, вызванное этим изменением расширение оборотного капитала.

Инвестициями могут быть:

1. Денежные средства, целевые банковские вклады, акции и другие ценные бумаги;
2. Движимое и недвижимое имущество (здания, сооружения, оборудование и др. материальные ценности);
3. Имущественные права, вытекающие из авторского права, «ноу-хау», опыт и другие интеллектуальные ценности;
4. Права пользования землей и другими природными ресурсами, а также другие ценные имущественные права;
5. Другие ценности.

Инвестиционная деятельность – это совокупность практических действий граждан, юридических лиц и государство по реализации инвестиций.

Субъектами инвестиционной деятельности являются:

1. Инвесторы (частные и институциональные);
2. Наемные работники (исполнители работ);
3. Арендаторы объектов инвестирования.

Объекты инвестиционной деятельности: вновь создаваемые и модернизированные основные фонды, оборотные средства, ценные бумаги, целевые денежные вклады, интеллектуальные ценности и имущественные права, научно-техническая продукция.

Источники инвестиций:

1. Внутренние источники (собственные средства: нераспределенная прибыль, уставный капитал, амортизационный фонд, фонд накопления);
2. Внешние источники (ассигнования из различных бюджетов, иностранные инвестиции, кредиты и займы, средства от продажи акций и др.).

С точки зрения объектов вложения инвестиции классифицируются на:

1. Капиталообразующие (реальные или капиталовложения) - это сумма средств, необходимых для строительства (расширения, реконструкции, модернизации) и оснащения оборудованием инвестиционных объектов, расходы на подготовку капитального строительства и прирост оборотных средств, необходимых для нормального функционирования объекта.
2. Портфельной инвестицией является сумма средств, необходимой для приобретения различных фондовых ценностей (государственные и частные ценные бумаги), различных финансовых активов (страховые полюса, доли в уставном капитале в других предприятий, залоги и пр.), которые обеспечивают высокий текущий доход и надежное размещение (защита от обесценения средств и ликвидность).

В соответствии с целями и задачами инвестиционной деятельности, инвестиции следует группировать по следующим признакам:

1) По назначению. В соответствии с этим признаком капитальные вложения делятся на:

- производственные капиталовложения (объектом инвестирования выступают фонды производственного назначения: здания цехов, сооружения, машины, оборудование и т.д.);

- непроизводственные капиталовложения (направлены на воспроизводство непроизводственных основных фондов: объекты соцкультбыта, административного значения, детские учреждения предприятий).

2) По направлению использования:

- новое строительство;

- реконструкция;

- техническое перевооружение;

- расширение действующих предприятий. [1]

**Методы оценки инвестиционных проектов.** Инвестиционные решения принимаются в условиях, при существовании нескольких альтернативных проектов, а так же при необходимости выбора наиболее эффективный из них.

Наиболее эффективными проектами считаются:

1. Наименее рискованный;
2. С большей доходностью;
3. С наименьшим сроком окупаемости.

Величина полной конечной доходности (ПКД) является величиной, рассчитываемой с целью оценки эффективности финансовых вложений фирмы. Полная конечная доходность рассчитывается как отношение величины совокупного дохода инвестора, который он получил в результате владения ценной бумагой, к величине затрат, которые инвестор произвёл в начале операции инвестирования. Таким образом, ПКД – всегда относительная величина, выраженная в процентах:

100%,

где – доход инвестора,

- его затраты в начале операции инвестирования.

Метод определения срока окупаемости является одним из самых простых и распространенных методов оценки реальных инвестиций.

Срок окупаемости рассчитывается подсчетом числа лет, в течение которых инвестиции будут погашены за счет получаемого дохода (чистых денежных поступлений) при равномерном распределении денежных поступлений по годам.

Т - срок окупаемости, лет;

И – инвестиции, руб.

А - годовая амортизация, руб.

П – годовая чистая прибыль, руб.

Если денежные доходы поступают по годам неравномерно, то срок окупаемости равен периоду времени (числу лет), за который суммарные чистые денежные поступления превысят величину инвестиций.

Данный метод является наиболее простым с точки зрения применяемых расчетов и приемлем для ранжирования инвестиционных проектов с разными сроками окупаемости. Он также имеет и ряд недостатков.

Во-первых, у него нет различия между проектами с одинаковой суммой общих (кумулятивных) денежных доходов, но с разными распределением доходов по годам.

Во-вторых, данный метод не учитывает доходы последующих периодов, т.е. периодов времени после погашения суммы инвестиций.

В целом же, применение этого метода является целесообразным, особенно при быстрых технологических переменах в отрасли или при наличии у предприятия проблем с ликвидностью, когда основным параметром, принимаемым во внимание при оценке и выборе инвестиционных проектов, является, как раз, срок окупаемости инвестиций.

Экономическая эффективность капитальных вложений – это результат введения соответствующего мероприятия, который может быть выражен экономией от снижения себестоимости продукции, ростом или приростом прибыли. Общая эффективность капитальных вложений определяется как отношение экономического эффекта к единовременным затратам, обеспечившим этот эффект.

Мировая экономическая практика показывает систему универсальных методов оценки инвестиционных проектов, которые включают ряд показателей. Важно отметить, что время - есть фактор стоимости при оценки инвестиционных проектов, необходимо исходить из неравноценности денег, относящихся к разным моментам времени. Деньги, поступающие сегодня, даже без учета инфляции, будут ценнее денег, поступивших в будущем. Поэтому, во время оценки эффективности инвестиционных проектов используется процедура дисконтирования.

Дисконтирование – есть приведение разновременных затрат при оценке эффективности инвестиционного проекта к затратам начального или последнего периода на базе использования формулы сложных процентов (с использованием коэффициента дисконтирования):

P - исходная сумма;

S – наращенная;

i – число периода

q – ставка процента, которая выражена десятичной дробью или норма доходности в высоколиквидном банке.

Сложный процент означает процентный доход за каждый дальнейший период, который рассчитывается на сумму основного вклада + сумму накопившихся за предыдущий период процентов.

Доходы инвесторов, которые получаются в результате осуществления инвестиционного проекта подлежат поправлению на величину упущенной им выгоды, в связи с «замораживанием» денег, отказом от их употребления в других сферах. Для того, чтобы доказать уменьшение абсолютной величины чистого дохода от осуществления проекта в результате уменьшения ценности денег с течением времени, используют коэффициент дисконтирования:

q – ожидаемая прибыльность инвестиционного проекта, обычно, на практике ее приравнивают к процентной ставки в высоколиквидном банке.

Рассмотрим систему международных показателей оценки эффективности инвестиционных проектов:

1. Внутренняя норма доходности (рентабельности) - один из самых важных и наиболее распространённых показателей. Он характеризует величину чистой прибыли (чистого валового дохода), приходящуюся на единицу инвестиционных вложений, получаемую инвестором в каждом временном интервале жизненного цикла проекта.

На практике жизненный цикл проекта состоит из нескольких временных интервалов. Поэтому расчет показателя внутренней нормы доходности осуществляется по формуле, указанной ниже:

,  где

Дi - доход предприятия в i- м временном интервале;

Кi- инвестиционные вложения в i- м временном интервале, принимаемые по проекту с учетом инфляции национальной валюты;

Q - показатель внутренней нормы доходности за временной интервал в долях от 1;

I - текущий временной интервал, принимающий значения от 0 до Т;

Т- длительность жизненного цикла проекта, исчисляемая в принятых временных интервалах.

2) Показатель чистого приведенного дохода (чистой приведенной стоимости) - характеризует все, что получено предпринимателем сверх общих затрат (основных и дополнительных) и определяется по формуле:



В формуле все показатели и используемые параметры имеют тот же экономический смысл, что и в предыдущей. Можно также сказать, что показатель чистого приведённого дохода – есть разница между суммой денежных поступлений от реализации проекта, приведённых к нулевому моменту времени и суммой дисконтированных затрат, необходимых для реализации проекта.

Если Ч > 0, то в результате реализации данного инвестиционного проекта рыночная стоимость предприятия возрастает и, следовательно, данный инвестиционный проект приемлем.

3) Показатель рентабельности инвестиций – характеризует часть чистого приведенного дохода, приходящуюся на единицу дисконтированных к началу жизненного цикла проекта инвестиционных вложений. И определяется по следующей формуле:

 - 1

В формуле все показатели и параметры имеют тот же экономический смысл.

4) Расчёт показателя срока окупаемости инвестиций можно определить по следующей формуле:



Дi - доход предприятия в i- м временном интервале;

Кi- инвестиционные вложения в i- м временном интервале, которые принимаются по проекту с учетом инфляции национальной валюты;

t- количество временных интервалов функционирования проекта, за которое суммарные инвестиции сравняются с суммой доходов от эксплуатации нового дела (это и будет искомый срок окупаемости инвестиций).

Срок окупаемости инвестиций отличается от срока окупаемости объекта. Различие это обуславливается тем, что эксплуатация объекта начинается несколько позже, чем начинаются инвестиционные вложения. Следовательно, срок окупаемости объекта будет меньше срока окупаемости инвестиций.

5) Бюджетная эффективность - отражает влияние результатов реализации проекта на доходы и расходы соответствующего бюджета. Особенно важно вести расчет социально-экономической эффективности инвестиций в рамках конкретного региона, где такой эффект отображается по следующей формуле:

,

где

ЭР - годовой социально- экономический эффект от реализации всех инвестиционных проектов в регионе, вся совокупность которого должна быть больше 0;

Δ Ф - годовой прирост ВВП региона;

ФН - принятый в регионе норматив эффективности инвестиционных вложений;

∑ И - совокупные инвестиционные вложения в экономику региона в этом же году.

Проект будет целесообразным, если показатель бюджетной эффективности больше 0.

**Инновационные процессы на предприятии.** Термин "инновация" возник в отечественной экономике в связи с переходом к рынку. До этого использовалось понятие "внедрение достижений НТП".

Качественное совершенствование производства используется в виде нововведений. Инноватика – область науки, которая изучает различные теории нововведений – формирование новшеств, их распространение, факторы, противодействующие нововведениям, выработку инновационных решений Инновационная деятельность - это процесс, направленный на реализацию результатов законченных научных исследований и разработок в производственный процесс. Инновация - есть конечный результат инновационной деятельности, получившей реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта (технологического процесса), который реализуется на рынке.

Существует следующая классификация инноваций:

1. По степени новизны выделяют:
2. Базисные инновации (реализуют крупные изобретения и являются основой для формирования новых поколений и направлений развития техники);
3. Улучшающие (связаны с внедрением мелких и средних изобретений);
4. Псевдоинновации (направлены на частичное улучшение устаревших видов техники и технологии);
5. По роли в воспроизводственном процессе инновации классифицируются на:
6. потребительские;
7. инвестиционные;
8. По степени сложности:
9. простые;
10. синтетические;
11. По причинам возникновения:
12. реактивные (направлены на выживание фирмы, они появляются, как правило, как реакция на радикальные инновационные преобразования, осуществляемые конкурентами);
13. стратегические (носят упреждающий характер и направлены на получение конкурентных преимуществ в перспективе);
14. По характеру применения различают:
15. продуктовые инновации (направлены на производство и использование новых продуктов и услуг);
16. рыночные (открывающие новые сферы применения уже известных продуктов и услуг и позволяющие реализовать потребности в них на новых рынках);
17. инновации–процессы (нацелены на новые технологии, организацию процесса и управление);
18. социальные инновации (ориентированные на построение и функционирование новых социальных структур).

Понятие "инновация" используется только к тем новшествам, затраты на создание и внедрение которых окупаются в нормативные сроки. жизненным циклом инноваций называется период времени от зарождения идеи до практического внедрения новшества. Финансирование инноваций осуществляется из тех же источников, что и финансирование любых инвестиций (самофинансирование, заемные средства, привлечённые источники и др.).

Инвестиционная политика предприятий должна быть направлена на улучшение производства принципиально новых видов продукции и технологий (что в настоящее время в РФ составляет лишь 3% от общего выпуска). Инновации - это не только производство новых продуктов использование новых технологий, но и новые сферы управления, маркетинговые инструменты. Обновление продукции увеличивает вероятность получения предприятием добавочной прибыли (научно технической ренты).

**Инжиниринг и реинжиниринг на предприятии.** Термин "инжиниринг" происходит от лат. "изобретательность". Основной список инжиниринговых услуг:

1. маркетинговые исследования целесообразности проекта;
2. изучение технических возможностей его реализации;
3. надзор за изготовлением оборудования;
4. помощь в обучении персонала;
5. пуск объектов эксплуатации.

Понятие "инжиниринг" вошло в бизнес–практику с середины 80-х гг. и представляет собой инженерно-консультационные услуги, обособленные в самостоятельную сферу коммерческой деятельности.

Инжиниринговые услуги делятся на две группы:

1. услуги, связанные с подготовкой производственного процесса;
2. услуги по обеспечению нормального хода процесса производства и реализации продукции.

Цель инжиниринговой деятельности – повышение эффективности производства на основе известных науке и практике достижений в области инженерных знаний, то есть это процесс доведения научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ до стадии производства. [1]

Как показывает мировой производственный опыт, прирост конечного результата производства при использовании практики инжиниринга составляет примерно 10-20%. Более существенных результатов позволяет достигать реинжиниринг бизнес–процесса. Данное понятие введено впервые М. Хаммером и Дж. Чампи "Реинжиниринг корпораций: революция в бизнесе". Реинжиниринг представляет собой инновационный процесс, направленный на кардинальное перепроектирование бизнеса для достижения скачкообразного улучшения деятельности предприятия. Реинжиниринг рассматривается не как традиционное улучшение (усовершенствование или модернизация), а как изобретение, позволяющее увеличить некоторые показатели деятельности предприятия в среднем в 5-10 раз и более).

В экономической литературе по реинжинирингу выделяются два вида деятельности:

- кризисный реинжиниринг;

- реинжиниринг развития.

По пути кризисного реинжиниринга идут в том случае, если предприятие оказалось в чрезвычайно сложной ситуации. Реинжиниринг же развития приемлем, когда у предприятия наметились тенденции ухудшения экономических показателей и возникла угроза завоевания рынков

- стремление увеличить массу прибыли.

В 1991 г. было образованно первое профессиональное общество финансовых инженеров ("Международная ассоциация финансовых инженеров"). Финансовый инжиниринг – это разработка новых финансовых инструментов, операционных схем, поиск новых подходов к решению проблем в области финансов.

**4.4 Продукция предприятия и ее конкурентоспособность**

Сущность планирования, формирования и управления ассортиментом заключается в том, чтобы товаропроизводитель своевременно предлагал определенную совокупность товаров, которые бы соответствовали в целом профилю его производственной деятельности, наиболее полно удовлетворяли требованиям определенных категорий покупателей.

Номенклатура, или товарный ассортимент – это совокупность всех ассортиментных групп товаров, т.е. вся совокупность изделий, которую предлагает фирма и включает различные виды товаров.

Вид товара (автомобиль, телевизор, пылесос) делится на ассортиментные группы (типы) в соответствии с функциональными особенностями, качеством, ценой. Таким образом, ассортиментной группой является группа товаров, тесно связанных между собой в силу того, что их продают одним и тем же группам клиентов, или через одни и те же типы торговых заведений, или в рамках одного и того же диапазона цен.

Каждая группа состоит из ассортиментных позиций, которые образуют низшую ступень классификации. Ассортиментная позиция – это конкретная модель, марка или размер продукции, которую продает фирма.

Товарный ассортимент можно охарактеризовать:

- широтой (общей численностью ассортиментных групп товаров, выпускаемых фирмой);

- глубиной (количеством ассортиментных позиций в рамках каждой ассортиментной группы);

- насыщенностью (общее число составляющих номенклатуру отдельных товаров);

- сопоставимостью (степенью близости между товарами различных ассортиментных групп).

**Формирование ассортимента** – это проблема конкретных товаров, их отдельных серий, определения соотношений между «старыми» и «новыми» товарами, товарами единичного и серийного производства, «наукоемкими» и «обычными» товарами, овеществленными товарами и или лицензиями и «ноу-хау». При формировании ассортимента появляется проблема цен, качества, гарантий, сервиса, собирается ли производитель играть роль лидера в создании принципиально новых видов продуктов или вынужден следовать за другими изготовителями.

Формированию ассортимента предшествует разработка предприятием ассортиментной концепции. Ассортиментная концепция выражается в виде системы показателей характеризующих возможности оптимального развития производственного ассортимента данного вида товаров. К таким показателям относятся:

- разнообразие видов и разновидностей товаров (с учетом типологии потребителей);

- уровень и частота обновления ассортимента;

- уровень и соотношение цен на товары данного вида и др.

Целью ассортиментных концепций является нацеленность предприятия на выпуск товаров, наиболее соответствующих структуре и разнообразию спроса конкретных покупателей.

Основой проблемы формирования ассортимента состоит в планировании фактически всех видов деятельности, которые направлены на отбор продуктов для будущего производства и реализации на рынке и на осуществление характеристик этих продуктов, соответствующих требованиями потребителей. Формирование на основе планирования ассортимента продукции – непрерывный процесс, продолжающийся в течении всего жизненного цикла продукта, начиная с момента зарождения замысла о его создании и кончая изъятием из товарной программы.

Система формирования ассортимента включает следующие основные моменты.

1. Определение текущих и перспективных потребностей покупателей, анализ способов использования данной продукции и особенностей покупательского поведения на соответствующих рынках.

2. Оценка существующих аналогов конкурентов по тем же направлениям.

3. Критическая оценка выпускаемых предприятием изделий с позиций покупателя в том же ассортименте, что и в п.1 и п.2.

4. Решение вопросов: какие продукты следует добавить в ассортимент, а какие исключить из него из-за изменений в уровне конкурентоспособности; следует ли диверсифицировать продукцию за счет других направлений производства предприятия, выходящих за рамки его сложившегося профиля.

5. Рассмотрение предложений о создании новых продуктов, улучшение существующих, а также о новых способах и областях применения товаров.

6. Разработка спецификаций новых или усовершенствование продуктов, соответствующих требованиями покупателей.

7. Изучение возможностей производства новых или улучшенных продуктов, включающие вопросы цен, себестоимости и рентабельности.

8. Проведение испытаний (тестирование) продуктов с учетом потенциальных потребителей для выяснения их приемлемости по основным показателям.

9. Разработка специальных рекомендаций для производственных подразделений предприятия относительно качества, фасона, цены, наименования, упаковки, сервиса и т.д. в соответствии с результатами проведенных испытаний, подтверждающих приемлемость характеристик изделия или предопределивших необходимость их изменения.

10. Оценка и пересмотр всего ассортимента. Планирование и управление ассортиментом является неотъемлемой частью маркетинга. Даже хорошо продуманные планы сбыта и рекламы не могут нейтрализовать последствия ошибок, которые были допущены ранее при планировании ассортимента. В формировании ассортимента решающее слово принадлежит руководителям службы маркетинга предприятия, которые должны решать вопрос о более целесообразном вложении средства в модификацию изделия, а не нести дополнительные увеличивающиеся расходы по рекламе и реализации устаревающего товара или снижать цену на него. Именно руководитель службы маркетинга предприятия должен решать вопросы о времени внесения в ассортимент новые продукты взамен существующих или в дополнение к ним.

Товарная линия – группа товаров, которые связаны друг с другом на основании определенных критериев. Предприятие само выбирает соответствующие критерии, этот выбор зависит от его стратегии.

Еще один важный элемент ассортимента и в целом товарной политики - изъятие из программы неэффективных товаров. Изыматься могут товары, морально устаревшие и экономически неэффективные, хотя и возможно пользующиеся некоторым спросом. Принятию решения об изъятии или оставлении товара в программе предприятия предшествует оценка качества показателей каждого товара на рынке. При этом необходимо учитывать объединенную информацию со всех рынков, где они реализуются, чтобы установить реальный объем продаж и уровень рентабельности (прибыльности) в динамике, которые обеспечивает изготовителю каждый из его товаров.

Изготовитель должен организовать систематический контроль за поведением товара на рынке, за его жизненным циклом.

**Анализ жизненного цикла товара.** Только некоторая часть товаров остается без изменений на протяже­нии длительного периода времени: меняются потребности покупате­лей, конкуренты стараются улучшать производимость и выводить на рынок новые товары, которые лучше удовлетворят потребности потребителей либо при том же уровне удовлетворения продающиеся по более низким ценам.

Попав на рынок, товар живет своей особой жизнью, которая назы­вается жизненным циклом товара (ЖЦТ).

Жизненный цикл товара продолжительностью от нескольких дней до нескольких десятков лет имеет различные этапы и стадии. На каждой из них предприятие должно иметь соответствующую стратегию и тактику рыночного поведения, осуществление которых предшествует формиро­ванию производственной программы в натуральном выражении. Представим характеристики каждого этапа жизненного цикла то­вара и те задачи, которые ставятся предприятием на каждом его этапе (таблица 9).

*Таблица 9*

Анализ этапов жизненного цикла товара

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. Разработка | 2. Выведение на рынок | 3. Рост | 4. Зрелость | | 5. Насыщение рынка и упадок |
| Характеристика основных этапов | | | | | |
| Анализ возможностей | Поступление товара в | Ответная реакция | Стабилизация | | Весь рынок |
| производства продукции | продажу | конкурентов | Замедленный рост | | сокращается |
| Исследования и | Новая марка товара | Быстрорастущий рынок | продаж, затем | | Возникает излишек |
| опытно-конструкторские | имеет краткосрочные | Марка товара | прекращение роста | | мощностей |
| разработки | (монополистические) | увеличивает или | Значительное число | | Возможны слияния |
| Маркетинговые | преимущества | уменьшает свою долю | покупателей выбирает | | фирм |
| исследования, | Доработка новой | Рост потребления на | марку товара | | Появляются товары- |
| рыночные испытания | технологии | душу населения | Постепенно | | заменители. |
|  |  |  | потребление на душу | |  |
|  |  |  | населения падает | |  |
| Задачи маркетинга | | | | | |
| Маркетинговые | Создание осведомлен- | Проникновение в глубь | Отстаивание своей | | Апробация |
| исследования, | ности о товаре | Рынка | доли на рынке | | возможности отказа от |
| испытания | Работа по его приня- | Укрепление | Захват доли рынка | | производства товара |
|  | тию потребителем | приверженности к марке | слабых конкурентов | | Поиск нового |
|  | Создание предпочте- | Максимизация выгоды |  | | использования |
|  | ния к марке | от первоначального |  | | имеющегося имиджа |
|  | Максимизация | продвижения товара |  | |  |
|  | монопольного | «Устная» реклама |  | |  |
|  | преимущества |  |  | |  |
| Преимущественные типы потребителей | | | | | |
| Определяются в результате маркетинговых исследований | Не боящиеся риска законодатели мод, молодые, с высоким доходом,новаторы | Принимающие новое, как правило, лица молодого и среднего возраста с высоким и средним достатком | | Большинство с консервативными вкусами и средним и низким доходом | С низкими доходами Постепенный отказ от приобретения товара Новаторы начинают покупать марки-заменители |
| Соотношение некоторых элементов маркетинга | | | | | |
| 1. Качество 2. Реклама 3. Цена 4. Сервис | 1. Реклама 2. Качество 3. Цена 4. Сервис | 1. Цена 2. Реклама 3. Качество 4. Сервис | | 1. Упаковка и т.д. 2. Реклама 3. Качество сервиса . 4. Цена | 1. Реклама (новое потребление) 2. Качество сервиса 3. Цена |
| Финансовые цели | | | | | |
| Сокращение убытков, безубыточность | Прибыль за счет продаж | Максимальный объем прибыли за счет продаж | | Прибыль за счет сокращения издержек | Сокращение затрат при уменьшении объема продаж |

Из приведенного описания этапов жизненного цикла товара и за­дач, решаемых на каждом этапе видно, что в тот или иной момент наступает фаза упадка. Поэтому, как правило, предпри­ятие редко реализует один товар, поскольку разнообразный товарный ассортимент позволяет поддерживать производственную программу на должном уровне. Менеджеры вынуждены постоянно искать ответы на следующие вопросы:

• каким образом продлить жизненный цикл уже существующих товаров (за счет либо интенсивной рекламы, изменения упаковки, цен, реорганизации сбыта, либо выявления резервов снижения затрат на производство и сбыт, либо нахождения новой «ниши» использования данного товара)?

• что выгоднее – разрабатывать на предприятии новый товар или приобретать право на его производство?

Особо важно уточнить сроки отказа от производства товаров, ко­торые находятся на этапе упадка. Такой анализ проводится в рамках так называемых моделей ассортиментных портфелей. Одна их таких моделей анали­зирует ассортиментный портфель предприятия с учетом двух факторов: темпов роста товара на рынке и доли этого товара на товарном рынке. Каждый из товаров, выпускаемых предприятием, помещается в одном из четырех полей модели. В общих чертах они соответствуют этапам жизненного цикла товара.

Товары-«звезды», приносящие высокие доходы в результате боль­шой доли на товарном рынке, потребляют и много денежных средств из-за больших темпов роста. С этими товарами связываются надежды на будущее. Постепенно товары-«звезды» по мере знакомства с ними покупателей и их признания переходят в категорию товаров-«дойных коров», приносящих основную часть денежных доходов предприятию благодаря большой доле на рынке. За счет прибыли, получаемой от реализации этих товаров, предприятие может финансировать разработ­ки наиболее вероятных новых товаров, т.е. товаров «с вопросом», ко­торые могут стать очередными товарами-«звездами».

Товары-«собаки», то есть те товары с малой долей на рынке, которые требуют больших финансовых вложений при увеличения их продаж, ви­димо, будут исключены из портфеля заказов.

Таким образом, предприятие надежно только тогда, когда жизненные циклы товаров перекрывают друг друга. Еще до момента насыщения рынка одним товаром на рынок должен быть уже выведен новый товар.

Анализ формирования плана по номенклатуре и ассортименту

Весь комплекс маркетинговых исследований, о которых говори­лось выше, находит отражение в формировании номенклатуры и ассор­тимента продукции.

Формированием товарной номенклатуры является последний результат взаимодействия трех переменных: задач предприятия (получение при­были на инвестированный капитал, увеличение доли рынка, повыше­ние стабильности, рассредоточение риска, рост предприятия и др.); имеющихся в его распоряжении ресурсов; возможностей рынка. По­этому на первом этапе необходимо проанализировать имеющиеся у предприятия ресурсы и возможности рынка с учетом стоящих перед предприятием задач.

Оптимальная товарная номенклатура - представляет собой динамичный набор товарной номенклатуры, пользующийся спросом и решающий задачи предпри­ятия в плановом периоде исходя из имеющихся у него ресурсов.

Предпочтителен такой состав товарного ассортимента, обеспечивающий превышение прибыли над потребностями в финансовых ресурсах, необходимых для поддержания конкурентоспособности продукции. Порядок формирования оптимального товарного ассорти­мента:

1. исследование потенциальных товарных рынков: определяется возможность получения государственного заказа и заключения инициативных договоров, на основе чего формируется базовый (исходный) товарный ассортимент (БТА), т.е. тот ассортимент, который может быть обеспечен спросом и возможностя­ми предприятия к его выпуску.
2. предприятие определяет эконо­мические критерии (показатели), с ориентацией на которые оно будет осуществлять отбор ассортиментных позиций из включенных в БТА и создавать оптимальный товарный ассортимент. В качестве экономических критериев обычно используются любые экономические показатели (цена, трудоемкость, затраты на про­изводство, прибыль, рентабельность и др.). Выбор критерия зависит от конкретных условий, складывающихся на предприятии и задач, решаемых в этот период. По выбранному экономическому критерию производится ранжи­рование всех номенклатурных позиций, включенных в БТА.

Анализ возможностей выпуска на рынок нового вида товара

В результате анализа сформированного товарного ассортимента ру­ководство предприятия может найти ответы на следующие вопросы:

1) наилучшим ли образом используются ресурсы предприятия при нынешней товарной номенклатуре в данных условиях рыночной конъ­юнктуры и как все это сочетается с задачами предприятия?

2) если нет, то выпуск каких товаров надо прекратить или видоиз­менить? Скорее всего, это будут те товары, продажи которых не при­носят доход;

3) если данная номенклатура не приносит желаемого результата, то существует ли возможность выпуска на рынок новых видов товаров, удовлетворяющих новые потребности покупателей и дающие возмож­ность выигрыша в условиях конкуренции?

Новые товары с позиций маркетинга можно классифицировать как товары:

• не имеющие аналога на рынке, являющиеся итогом новых изоб­ретений и открытий;

• имеющие аналог на рынке, но отличающиеся от него лучшими качественными параметрами. Такие новые товары называют товарами-имитентами.

Существуют следующие способы выпуска нового товара предприятия:

1) приобрести со стороны, т.е. купить патент, лицензию на пра­во производства чужого нового товара;

2) разработать новый товар соб­ственными усилиями.

При принятии второго метода создание новейшего товара про­ходит ряд стадий, в том числе и этап формирования идеи, проверки ее концепции, коммерческую оценку возможности выпуска нового това­ра, НИОКР, испытания в рыночных условиях. Ранее на первых стади­ях создания нового товара анализируются возможные расходы, которые связаны с буду­щим производством новешего продукта, а также доходы от его реализации. Подобная количественная оценка делается за весь жизненный цикл това­ра.

Если принимается положительное решение, то в таком случае осуществляются сле­дующие рубежи разработки новой продукции, в том числе испытание в ры­ночных условиях начальных примеров товара: анализ реакции покупате­лей на новый товар, на его упаковку; разработка марки товара; анализ возможностей использования сети распределения товара.

При принятии решения о применении марочной имени необходимо отыскать аспект об установлении марочного названия: станет ли товар иметь марки производителя, либо посредник присвоит ему частную марку (марка посредника); марочное название будет ин­дивидуальным (в этом случае применяется многомарочный подход для одной и той же группы товаров) либо коллективным (для товарного се­мейства). Новейшая-марка товара неизбежно сопутсвуется денежными расходами, которые необходимо учитывать.

В следствии анализа испытания начальных примеров нового товара, продукт обретает более приемлемую конфигурацию и внешний вид: решены проблемы качества, упаковки, марочного названия; рассчитана и откорректирована цена; разработан план рекламной кампании; выб­раны каналы сбыта.

В рыночных условиях на фазе испытания товар сперва поставля­ют для продажи в тот регион, наиболее соотвествающий требованию репрезентативности. Итоги реализации в данном районе тщательно анализируются, и только после этого принимаются решения о выходе на общенациональный рынок, разрабатываются объемы про­даж в натуральном и стоимостном выражении. В итоге, при рыночных испытаниях проверяется, анализируется не только сам товар, а весь комплекс маркетинга.

Пороговая выручка – это выручка фирмы, соответствует точке безубыточности, то есть является объемом реализации, при котором достигает­ся равенство затрат и результатов работы предприятия.

Запас финансовой крепости демонстрирует фактическую (плановую) выручку, превышающий пороговую выручку. Обусловливается как разница, проявленная в процентах, между этими величинами, делен­ная на плановый (фактический) объем продаж.

Эффект производственного (операционного) рычага — отношение величин покрытия к прибыли предприятия. Чем меньше соотно­шение велечин, тем лучше результат.

Принятие окончательного решения об изъятии товара с проекта или о продолжении его реализации можно облегчить, если уже на стадии разработки изделия установить количественные требования к нему: уровень (норматив) окупаемости, объем продаж и/или прибыли (с учетом полных затрат ресурсов). В случае если продукция прекратит соотвествовать данным аспектам, то таком случае предопределяется и характер согласия по его изъятию.

Исчерпавший свои рыночные возможности товар, вовремя не изъятый из производственной программы, приносит большие убытки, требуя несоразмерно получаемым результатам затрат средств, усилий и времени. Поэтому, если производитель не будет иметь четкой системы критериев изъятия товаров из производственно-сбытовой программы, и не будет систематически проводить анализ изготовляемых и реализуемых товаров, то его ассортимент неизбежно окажется «перегруженным» неэффективными изделиями со всеми вытекающими отсюда отрицательными последствиями для производителя.

**Качество продукции на предприятии. Стандартизация и сертификация.**

Качество – это экономическая, социальная, политическая и историческая категория. Категория «качество» впервые была анализирована Аристотелем в III в. д.н.э. Большой энциклопедический словарь определяет качество следующим образом: «Философская категория, выражающая существующую определённость объекта, благодаря которой он является именно этим, а не иным. Качество – характеристика объектов, обнаруживающаяся в совокупности их свойств».

В 1986 г. Международной организацией ИСО были даны формулировки терминам по качеству для всех отраслей промышленности, а в 1994 г. дано следующее определение: качество – это совокупность характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленным и предполагаемым потребностям. Качество продукции – важнейший показатель деятельности предприятия. Повышение качества продукции в значительной мере определяет выживаемость предприятия в условиях рынка, темпы НТП, рост эффективности производства, экономию всех видов ресурсов.

Сфера работы, что сопряжена с численной оценкой свойства продукта, именуется квалиметрией. Численное представление 1-го либо некоторых качеств продукта, что является ее свойство, осматриваемая согласно к определённым обстоятельствам ее формирования и эксплуатации либо пользования, именуется признаком свойства продукта. Используют последующие категории характеристик: направления; бережливого применения материала, использованных материалов, горючего и энергии; надёжности (безотказности, прочности, ремонтопригодности, сохраняемости), эргономические; эстетические; технологичности; транспортабельности; типизации и унификации; патентно-законные; природоохранные; защищенности.

Показатели назначения описывают свойства продукции, котрые определяют основные функции, чтобы выполнить для которых она предназначена, и обусловливают область её применения.

Показатели экономного использования сырья, материалов, топлива и энергии характеризуют свойства изделия, отражающие его техническое совершенство по уровню или степени потребляемого сырья, материалов, топлива, энергии.

Показатели надёжности напрямую определяют затраты на ремонт и поддержание работоспособности изделий в эксплуатации. Надёжность изделий зависит от условий эксплуатации: влажности, механических нагрузок, температуры, давления и т.д.

Эргономические показатели характеризуют удобство и комфорт потребления (эксплуатации) изделия на этапах функционального процесса взаимодействия человека, изделия и внешней среды.

Эстетические показатели характеризуют информационную выразительность, рациональность формы, целостность композиции, совершенство производственного исполнения.

Показатели технологичности характеризуют свойства продукции, обусловливающие оптимальное распределение затрат, материалов, труда и времени при технологической подготовке производства, изготовлении и эксплуатации продукции.

Показатели транспортабельности характеризуют приспособленность продукции к транспортированию без её использования или потребления.

Показатели стандартизации и унификации характеризуют насыщенность продукции стандартными, унифицированными и оригинальными частями, а также уровень унификации с другими изделиями.

Патентно-правовые показатели характеризуют степень обновления технических решений, использованных в продукции, их патентную защиту.

Экологические показатели характеризуют уровень вредных воздействий на окружающую среду, возникающих при эксплуатации или потреблении продукта.

Показатели безопасности характеризуют особенности изделия, обеспечивающие безопасность человека, обслуживающего, монтирующего, транспортирующего, эксплуатирующего или потребляющего данную продукции.

**Стандартизация и сертификация.** Повышение качества продукции характеризует выживаемость предприятия в условиях рынка. Качество продукции является основным фактором повышения конкурентоспособности фирм.

Стандартизация основывается на государственную систему гос. стандартов, это деятельность по установлению норм, правил, характеристик в целях обеспечения безопасности продукции, её взаимозаменяемости. Перечень нормативных документов по стандартизации, общие требования к ним закреплены Законом РК «О стандартизации. Различают стандарты на продукцию, на услуги, на работы, на методы контроля (испытаний, измерений, анализа).

Сертификация – это процедура, посредством которой уполномоченные органы делают письменную гарантию, что продукция, процесс или услуга соответствует заданным требованиям. Орган по сертификации – это специально аккредитованный орган, который проводит сертификацию определённой продукции. Проведение работ по обязательной сертификации закон возложил на Госстандарт РК. Участниками являются: региональные органы по сертификации, испытательные лаборатории, имеющие государственную аккредитацию. Органы по сертификации выдают сертификаты соответствия и лицензии на применение знака соответствия, а также приостанавливают или отменяют действие выданных ими сертификатов. Сертификация – это конечная оценка качества готовой продукции, выполняемая третьей стороной, независимой от изготовителей и потребителей, которая гарантирует объективность. Объектами сертификации могут быть продукция производственно-технического назначения, товары народного потребления, услуги, оказываемые населению и предприятиям, системы качества, иные объекты, а также импортные товары. Существует перечень товаров, подлежащих обязательной сертификации, утверждённый Правительством.

За нарушение правил сертификации товаров (услуг) изготовитель, продавец несут ответственность в соответствии со Законом РК «О защите прав потребителей». Порядок работ по обязательной сертификации определён введённой в 1992 г. Системой сертификации ГОСТР, которая включает следующие документы:

* 1. Основные положения.
  2. Требования к органу по сертификации и порядок его аккредитации.
  3. Порядок проведения сертификации продукции. Общие требования.
  4. Требования к испытательным лабораториям и порядок их аккредитации.
  5. Правила ведения Государственного реестра Системы сертификации

**Система управления качеством продукции.** Управление качеством – действия, осуществляемые при создании продукции в целях установления, обеспечения и поддержания необходимого уровня качества. В связи со сложностью понятия «качество» им занимаются на системном уровне и первые системы управления качеством были введены в практику в 50-х годах. В соответствие с ними система качества состоит из следующих элементов: обеспечение качества, управление качеством и улучшение качества. Технический комитет международной организации по стандартизации (ИСО) разработал стандарты серии 9000, содержащие требования к системе качества и определяющие элементы, необходимые для включения в систему качеством.

Государственная система управления качеством продукции включает в себя:

1. Законы и нормативные акты, регламентирующие права и обязанности производителей и потребителей продукции в объёме разработки, создания, реализации и эксплуатации продукции;

2. Государственная система сертификации;

3. Государственная система надзора за соблюдением стандартов и состоянием измерительной техники;

4. Государственная статистическая отчётность предприятий по качеству продукции;

5. Заводские (внутрифирменные) системы управления качеством прдукции.

Обеспечение качества – это все планируемые и систематически осуществляемые виды деятельности в рамках системы качества, а также дополнительные виды (если требуется), которые необходимы для создания уверенности в том, что объект будет выполнять требования, предъявляемые к качеству.

Управление качеством – методы и виды деятельности оперативного характера, используемые для выполнения требований по качеству.

Улучшение качества является мероприятием, которое проводится для повышения эффективности и результативности деятельности, чтобы получить выгоду как для организации, так и для потребителей.

Таким образом, система качества является совокупностью организационной структуры, методик, процессов и ресурсов, необходимых для создания общего руководства качеством.

Главным элементом системы качества организации (предприятия) - это жизненный цикл продукции или «петля качества» («спираль качества»), которая является концептуальной моделью взаимосвязанных видов деятельности, влияющих на качество на различных стадиях, начиная от определения потребностей до оценки их удовлетворения. Система качества предприятия осуществляется с учётом точной деятельности предприятия, но в любом случае она должна работать на всех стадиях «петли качества» или жизненного цикла продукции:

* 1. маркетинг, поиск, изучение рынка;
  2. проектирование и разработка продукции;
  3. подготовка и разработка производственных процессов;
  4. материально-техническое снабжение;
  5. производство;
  6. контроль, проведение испытаний;
  7. упаковка и хранение;
  8. реализация и распределение продукции;
  9. монтаж и эксплуатация;
  10. утилизация использованного изделия.

**Конкурентоспособность продукта и конкурентоспособность компании: значимость маркетинга. Маркетинговая стратегия фирмы как важное звено экономической стратегии деятельности компании.** Конкурентоспособность издаваемого продукта описывается стадией удовлетворения определенной потребности по сравнению с лучшей аналогичной на данном рынке. Исследование конкурентоспособности продукта включает следующие этапы:

* + 1. Анализ рыночной ситуации и выбор наиболее конкурентоспособной продукта в виде базы для сопоставления. Сравнивать конкурентоспособность можно по изделиям, который входит в один и тот же разряд по техническим параметрам.
    2. Определение перечня групп сопоставимых параметров по товарам-конкурентам.
    3. Определение важности каждого параметра.
    4. Определение сводного параметрического индекса.
    5. Определение интегрального показателя конкурентоспособности.

Сопоставимые параметры товаров-конкурентов разделяются на 3 группы: технические, экономические, маркетинговые.

К техническим параметрам относятся:

1) показатели, которые описывают качество товара: назначение, производительность, надёжность, безопасность, ремонтопригодность и т.д.

2) нормативные показатели, описывающие соответствие стандартам, патентную чистоту и т.д.

Экономические характеристики состоят из следующих компонентов: отпускная цена, себестоимость продукции, затраты на эксплуатацию, затраты на установку и т.д.

К маркетинговым параметрам относятся: репутация компании, реклама, организация технического обслуживания, условия платежа, сроки поставки и т.д.

Для установления значимости выбранных для выпускаемых изделий параметров используются экспертные методы. По каждой группе анализируется параметрический индекс:

,где

aj – значимость параметра;

Пj– значение параметра;

n – число параметров данной группы.

Интегральный показатель конкурентоспособности может рассматриваться как

), где

Im– сводный параметрический индекс по маркетинговым характеристикам,

Jт – сводный параметрический индекс по техническим показателям,

Jэ - сводный параметрический индекс по экономическим характеристикам.

План производства и реализации продукции – обусловливающий раз­дел нынешнего и перспективного плана фирмы. Конкретнее, все без исключения разделы плана доказывают план производства и реализации продукта. С численного смысла характеристик изготовления и осуществлении продукта находится в зависимости потребление абсолютно всех типов ресурсов, а таким образом, первоначальная стоимость продукта, доход и рентабельность компании.

При создании производственной программы отражается целый комплекс маркетинговых исследований, таким образом в условиях рыночной экономики возможности продаж, т.е. запросы потребителей, будут определят количество и цену производимости. По этой причине базой разработки производственной программы является комплекс маркетинговых мероприятий, который состоит из:

* изучения и определения круга возможных показателей, а также определения сегмента рынка;
* оценки выпускаемых товаров и предлагаемых услуг;
* возможности по выпуску новых товаров;
* оценки стратегии и тактики формирования цен;
* применения скидок и надбавок;
* изучения конкурентов;
* исследования мероприятий по продвижению товаров и др.

Решение маркетинговых задач, которые осуществляется службой марке­тинга, обретает отображение в первую очередь в создании номенклату­ры и товарного ассортимента, охватываемых в план в натуральном виде согласно заключенным договорам, на базе опреде­ляемых объемом поставок в натуральном выражении по потребителям. Данный пункт производственной программы является первичным и опре­деляющим для формирования второго пункта — системы стоимост­ных показателей плана производства и осуществления продукции.

Важными задачами анализа создания товарной номенкла­туры и ассортимента продукции в натуральном виде являются:

• оценка конкурентоспособности товара, который включен в план;

• анализ жизненного цикла товара;

• оценка оптимальности состава товарной номенклатуры и ассор­тимента, которые включены в план, с точки зрения необходимости поддер­жания конкурентоспособности предприятия;

• анализ возможностей выпуска на рынок новых видов товаров.

Оценка конкурентоспособности товара.

Конкурентоспособность – характеристика товара, отражающая его отличие от товара-конкурента как по степени удовлетворения конкрет­ной общественной потребности, так и по затратам на ее удовлетворение.

Конкурентоспособность каждого товара способна определить только в следствии сопоставления и поэтому является относительным по­казателем. Для оценки конкурентоспособности товара существует перечень параметров, которые подлежат анализу. С точки зрения потребителя, они делятся на две группы – параметры ка­чества и экономические параметры.

Параметры, от которых зависит конкурентная позиция предприя­тия, называются базовыми факторами успеха (БФУ). После определя­ется удельный вес каждого фактора исходя из его важности для по­требителя. Сумма весов по всем БФУ составляет единицу. Позиция (значимость) каждого конкурента по отдельному БФУ оценивается экспертным путем исходя из принятой шкалы, например от 1 до 10, где 10 – самая слабая позиция, а 1 – наиболее высокая.

*Таблица 10*

Базовые факторы успеха предприятия

|  |  |
| --- | --- |
| КФУ | Удельный вес |
| 1. Цена на продукцию | 0,3 |
| 2. Возможности предоставления льготных условий оплаты | 0,2 |
| 3. Качество продукции | 0,15 |
| 4. Возможности постоянного сотрудничества | 0,1 |
| 5. Качество обслуживания клиентов | 0,18 |
| 6. Скорость обслуживания клиентов | 0,06 |
| 7. Дружелюбие и обходительность персонала | 0,05 |
| 8. Дополнительные услуги | 0,03 |
| 9. Доставка товара своими силами | 0,02 |
| 10.Широта ассортимента | 0,01 |
| Итого | 1,00 |

Общая оценка конкурентоспособ­ности товара осуществляется путем суммирования взвешенных рейтин­говых оценок для анализируемого предприятия и предприятий-кон­курентов.

**Маркетинговая стратегия и товарная политика фирмы.** Термин «маркетинг», который происходит от английского «Market» - «рынок», означает деятельность в сфере рынка сбыта. Маркетинг – это и есть система организации деятельности организации по разработке, производству и сбыту товаров на базе изучения запросов потребителей, чтобы получить высокой прибыли. Основной принцип маркетинга гласит: “Не пытайтесь сбывать то, что Вам удалось выпустить, а производите то, что у Вас будет безусловно куплено.”

Маркетинговая стратегии предприятия содержит в себе:

* Описание продукта компании, представляющей предметом предпринимательство-планирования
* Описание стратегии проникновения предприятия на соответствующий рынок.
* Выбор стратегии ценообразования.
* Описание стратегии развития предприятия.
* Описание каналов распространения продукции.
* Описание коммуникаций.

Товарная политика предприятия - есть основной инструмент маркетинга. Содержание товарной политики фирмы состоит из следующих элементов:

* 1. Продуктовая политика в узком смысле (продуктовые нововведения, продуктовое варьирование).
  2. Программно- ассортиментная политика.
  3. Политика обслуживания покупателей.
  4. Система гарантийного ремонта и сервисная политика.
  5. Решения, связанные с выбором торговой марки.

С точки зрения определений товарной политики существует три вида стратегий маркетинга:

1. Массовый – вид маркетинга, характеризуемая массовым производством и маркетингом одного продукта, который предназначен сразу для всех покупателей на определённом рынке.
2. Продуктно-дифференцированный – это вид маркетинга, который характеризуется производством и маркетингом нескольких продуктов с разными свойствами, рассчитанными на различный вкус потребителей.
3. Целевой маркетинг - вид маркетинга, характеризующий осуществление производство и маркетинг продуктов, которые разработаны специально для различных рыночных сегментов.

Таким образом стратегией маркетинга является комплекс товарной и ещё целого ряда стратегий (ценовой, научно- технической и т.д.), то остановимся подробнее на выборе ценовой стратегии, так как именно она составляет сердцевину экономической стратегии организации.

Есть разнообразные стратегии ценообразования, каждая из которых рекомендует свои особые комбинации решения задачи установления цен на товары, отличающиеся от равновесной цены в теории маркетинга. Такие рекомендации приведены в трудах Ф. Коттлера, Дж. Р. Эванса, Б. Бермана и многих других теоретиков маркетинга. Например:

* Скользящее ценообразование (цены последовательно снижаются с целью охвата различных уровней спроса).
* Проникающее ценообразование (установление различных цен на одинаковые продукты на локально-изолированных рынках).
* Гибкое ценообразование (установление цен с учётом изменившихся рыночных условий) и т.д.

В основе таких рекомендаций лежат частные локальные проблемы продавца, которые он пытается решать с помощью избранной стратегии маркетинга. Но они носят временный характер, и после решения проблемы происходит плановый переход к эластично равновесному ценообразованию.

С точки зрения увеличения деловой активности фирмы, то есть роста, существуют следующие базовые маркетинговые стратегии:

* 1. Стратегия совершенствования рынка (старый товар + старый рынок). Цель: увеличение потребления путём, к примеру, снижением цен, увеличения объёма упаковки и т.д.
  2. Стратегия развития рынка (старый товар + новый рынок). Цель: поиск новых рынков или новых рыночных сегментов для тех товаров, которые предприятие уже производит.
  3. Стратегия разработки товаров (новый товар + старый рынок). Эта стратегия наиболее предпочтительна с точки зрения минимизации затрат и степени риска. Предприятие разрабатывает новые продукты, расширяет номенклатуру товаров, сбывая их на хорошо известном старом рынке, отыскивая и заполняя рыночные ниши.
  4. Стратегия диверсификации (новый товар + новый рынок). Наиболее рискованная и дорогая стратегия, так как при этом главная опасность – распыление сил. Предполагает разработку новых продуктов и освоение новых рынков одновременно.

Выбор стратегии зависит от степени насыщенности рынка, ресурсов предприятия и его готовности к риску. Кроме того, стратегии крупных, средних и малых фирм имеют свои особенности.

**Контрольные вопросы:**

1. Каким образом осуществляется выбор видов деятельности, продукции, работ и услуг, производимых предприятием?
2. Дайте определение товарной политики и производственного ассортимента предприятия.
3. Опишите процесс технико-экономического обоснования производственного ассортимента промышленного предприятия.
4. Что такое товарная марка. Поясните понятие «брэндинг». Каким образом и с какой целью производится управление брэндингом?
5. Как происходит формирование ассортиментного портфеля на предприятии? В чем его особенности?
6. В чем отличие понятий «ассортимент» и «номенклатура»?
7. Значение качества продукции для развития предприятия?
8. В чем отличия понятий стандартизация и сертификация продукции?
9. В чем отличия понятий «конкурентоспособность предприятия» и «конкурентоспособность продукции»?
10. Назовите факторы и показатели конкурентоспособности продукции, выпускаемой предприятием.

**4.5 Экономическая стратегия развития предприятия**

Система управления предприятием, которая основана на стратегическом планировании, дополнена механизмом согласования текущих решений – тактических и оперативных – со стратегическими, в том числе механизмом корректировки и контроля за выполнением стратегии, называется системой стратегического управления.

Стратегическое управление - это управление организацией, опирающееся на человеческий потенциал как основу организации, ориентирующееся на производственную деятельность и на запросы потребителей, которая гибко реагирует и выполняет своевременные деформации в организации, отвечающие вызову со стороны окружения и которые позволяют добиваться конкурентных преимуществ, и все это в совокупности дает возможность организации выжить в долгосрочной перспективе, достигая при этом своих целей.

По своему содержанию (предмету) стратегическое планирование относится только к базисным процессам на предприятии и за его пределами, при этом уделяя внимание не только и не столько внешним результатам деятельности предприятия, сколько укреплению его социально-экономического потенциала.

Стратегическое планирование подразумевает собой набор действий и решений, предпринимаемых руководством, ведущие к разборке специфических стратегий и предназначенных для того, чтобы помочь организации достичь своей миссии (Питер Лоранж).

Такой тип планирования характеризуется использованием типовых классификационных группировок отдельных частных вариантов выбора направлений и характера развития. Выделение стратегий предполагает выбор одного из нескольких (обычно не более десяти) заранее выработанных вариантов в какой-либо сфере в зависимости от внешних стратегических факторов и сделанного перед этим выбора.

Стратегическое планирование – это некий инструмент, сопутствующий в принятии управленческих решений. Задачей его является обеспечить нововведения и деформации в организации в достаточной степени. Так, можно выделить четыре основных вида управленческой деятельности в рамках процесса стратегического планирования: адаптация к внешней среде, распределение ресурсов, организационное стратегическое предвидение и внутренняя координация.

Распределение ресурсов. Оно включает в себя распространение ограниченных организационных ресурсов: фонды, дефицитные управленческие таланты и управленческий опыт. (Разбивка большой компании на несколько более мелких, имеющая цель сократить число менеджеров и общефирменного персонала. На этом сэкономленные деньги вновь инвестируются в эти же отделения).

Адаптация к внешней среде. Адаптация охватывает все действия со стратегическим характером, улучшающие отношения компании с её окружением. Всем компаниям нужно адаптироваться к внешним как благоприятным возможностям, но и опасностям, и выявить соответствующие варианты и обеспечить эффективную адаптацию стратегии к окружающим условиям. Значит, создание новых благоприятных условий посредством внедрения более совершенных производственных систем путём взаимодействия с правительством и обществом в целом и т.д.

Внутренняя координация. Это координация стратегической деятельности с целью отображения сильных и слабых сторон фирмы для достижения эффективной интеграции внутренних операций. Обеспечение эффективных внутренних операций в организациях считается неотъемлемой частью управленческой деятельности.

Осознание организационных стратегий. Осуществление систематического развития мышления менеджеров путём формирования организации, которая может учиться на прошлых стратегических решениях. Обучаясь на прошлом опыте стратегических решений, работники фирмы повышают свой профессионализм, правильно меняют стратегическое направление своей организации.

Итак, к совокупности стратегического планирования возможно включить следующие элементы:

* классификацию стратегий;
* определение определенных признаков стратегических вариантов;
* определение структуры комбинации главных вариантов для их соединения для создания комплексных вариантов;
* образование основных (базисных) стратегических вариантов;
* анализ и сравнение комплексных вариантов для определения возможности реализации и эффективности;
* формирование совместных стратегических вариантов;
* определение признаков сравнения вариантов;
* выбор совокупной стратегии;
* определение параметров для пересмотра предпринятой стратегии;
* разработка плана реализации стратегии;
* разработка механизмов контроля соответствия предпринимаемых на предприятии решений избранной стратегии;
* создание простых версий выбранной стратегии для того, чтобы проинформировать различные группы заинтересованных в деятельности предприятия лиц.

Стратегическое планирование само не гарантирует успеха, и организация, создающая стратегические планы, может стать неудачной из-за ошибок в организации, мотивации и контроле. Но тем не менее, формальное планирование имеет возможность создавать ряд существенных благоприятных факторов для организации деятельности предприятия. Знание того, чего хочет достичь организация, помогает конкретизировать наиболее подходящие пути действия. При обоснованных и систематизированных плановых решенияч, руководство сни­жает риск принятия неверного решения из-за ошибочной или недосто­верной информации о возможностях организации или о внешней ситуации. Так, планирование может помочь создать единство общей цели внутри организации.

Планирование в организации берет свое начало с выделения исходных целей для ее развития и деятельности, в основу их развития многие организации ставят цели-миссии. На самом деле понятие цели-миссии, иначе основные стратегические цели считается предвидением того, какой должна быть компания или за какие именно результаты она должна бороться. В этих целях должны быть учтены интересы всех групп влия­ния (менеджеры, акционеры, сотрудники и рабочие, банки, поставщики, местные органы управления, пра­вительственные учреждения, общественные ор­ганизации и др.). Цели-миссии должны подчеркивать социальную значи­мость компании и быть средством консолидации и мотивации работников компании. Все интересы заинтересованных лиц и организаций учи­тываются, в том числе, при выработке начальных целей организации.

Исходные цели пропускаются через тройной фильтр: доступные ресурсы в стране и за границей, окружающая среда, а также внутренние возможности и результаты деятельности компании. Под последними двумя фильтрами подразумевается по существу ситуационный анализ. Результаты ситуационного анали­за часто суммируются в разделе плана маркетинга под названием «SWOT-анализ». Сюда также включаются предвидения о будущих условиях деятельности компании, а кроме того, прогнозные оценки ожидаемого спроса на потенциальных рынках на период действия плана маркетинга. Основываясь на этих предположениях и оценках, в следующих разделах плана маркетинга разрабатываются цели маркетинговой деятельности, избираются стратегии и вырабатываются программы марке­тинга.

Каждый руководитель должен иметь представление о том, каким образом должно осущест­вляться стратегическое планирование

Одним из самых важных решений при планировании является выбор цели организации. Стратегическая общая цель организации обозначается как миссия, а все остальные цели разрабатываются для осуществления главной цели. Невозможно преувеличить значение миссии. Разработанные цели служат как критерии для всего следующего процесса принятия управленче­ских решений. В случае, если руководители не знают стратегической цели организации, у них не будет логической точки отсчета для выбора эффективной альтерна­тивы. Основой могли бы служить лишь индивидуальные ценности руководителя, и это привело бы к разбросу усилий и нечеткости целей.

Эффективность деятельности предприятия, его доля на рынке главным образом зависит от выбранной им экономической стратегии.

Под стратегией понимают определённое направление развития предприятия, план достижения миссии организации. То есть экономическая стратегия, для начала, предполагает разработку ориентиров, целей, приоритетов деятельности и образование политики, которая обеспечит в перспективе их реализацию.

Цели можно сгруппировать по двум категориям:

1) Цели стабилизации – они предполагают сохранение достигнутого уровня производства, потребления, применения ресурсов либо сохранение одного состояния производственной системы.

2) Цели развития – они направлены на достижение новых, более усовершенствованных состояний системы либо на формирование дополнительных ресурсов, которыми данная система не обладает.

Цели, устанавливаемые предприятием, зависят от влияния разнообразных факторов, которые характеризуют обеспеченность предприятия своими ресурсами и от внешней среды. При постановке целей необходимо учитывать:

1. Наличие надёжных поставщиков ресурсов.
2. Наличие и объем платежеспособного спроса на продукцию предприятия.
3. Наличие развитой рыночной инфраструктуры для обслуживания данного предприятия.

Основные стратегии развития предприятия:

1. Стратегия интегрированного роста – предполагает приобретение предприятием дополнительной собственности, внутреннее развитие.
2. Стратегия концентрированного роста – подразумевает усиление позиций на данном рынке, развития рынка и продукта.
3. Стратегия сокращения – рассматривает целенаправленное и сбалансированное уменьшение бизнеса вслед за изменениями рыночных условий и макроэкономических показателей в стране.
4. Стратегия диверсифицированного роста – рассматривает производство новых продуктов.

Учеными в настоящее время разработан ряд моделей, которые могут быть применены для принятия в организации стратегических решений. К ним можно отнести матрицу “продукт-рынок” (модель Андоффа), матрицу конкуренции (модель Портера) и др.

**Тесты**

1. Внутренняя норма доходности инвестиций (IRR):

A) Показатель, определяющий максимальную ставку платы за привлеченные источники финансирования, при которой проект остается безубыточным

B) Сумма текущих эффектов за весь расчетный период, приведенная к начальному шагу

C) Отношение чистой текущей (приведенной) стоимости дохода (прибыли) к текущей (приведенной) стоимости инвестиций

D) Показатель, определяемый в процессе расчета и затем сравниваемый с требуемой инвестором нормой дохода на вкладываемый капитал

E) Норма дисконта, при которой величина дисконтированного дохода (прибыли) равна приведенным инвестиционным вложениям

2. Классификация инвестиций по периоду инвестирования:

A) Государственные

B) Краткосрочные

C) Иностранные

D) Долгосрочные

E) Среднесрочные

3. Виды постоянных затрат:

A) Арендная плата

B) Амортизация нематериальных активов

C) Расходы на материалы

D) Расходы на полуфабрикаты

E) Амортизация основных средств

4. Производственная себестоимость включает в себя:

A) Расходы на оплату труда управленческого персонала

B) Расходы на отопление здания заводоуправления

C) Потери от брака

D) Расходы на освещение здания заводоуправления

E) Расходы на содержание и эксплуатацию технологического оборудования

F) Материальные затраты

5. Негативные стороны рынка:

A) Отсутствие механизма защиты окружающей среды

B) Свобода выбора и действий предпринимателей и потребителей

C) Рынок порождает факторы, которые нарушают свободу предпринимателя

D) Возможность успешного функционирования рынка при наличии весьма  
ограниченной информации

E) В определенной мере создает саморегулирующуюся систему  
хозяйствования

F) Рынок не способен решить целый ряд социальных проблем

6. Основные функциональные задачи государственного планирования:

A) Анализ тенденций характерных для мирового бизнеса

B) Организовать выпуск продукции и ее конкурентоспособность

C) Оказание помощи физическим лицам и организациям начинающим новое дело

D) Предвидеть перспективу, в соответствии с которой национальная экономика должна и может развиваться

E) Устанавливать приоритетные внутренние и внешние социальные

экономические и политические цели

F) Организовать систему средне- и долгосрочного управления экономическим развитием

7. Цель маркетинговой философии, предприятия:

A) Низкие издержки

B) Высокая производительность

C) Удовлетворение потребностей потребителя

D) Обновление ассортимента

E) Удовлетворение потребностей покупателя

F) Удовлетворение желаний покупателя

G) Целевые объемы продаж

8. Маркетинговая стратегия:

A) Комплекс мероприятий по разработке товаров (услуг), на основе запросов потребителей

B) Комплекс мероприятий, направленных на эффективное использованиетрудовых ресурсов предприятия

C) Комплекс мероприятий по сбыту товаров (услуг) на основе запросов потребителей, направленный на максимизацию прибыли предприятия

D) Производственная программа предприятия

E) Комплекс мероприятий, направленных на максимизацию прибыли путем эффективного использования основных фондов предприятия

F) Мероприятия направленные на эффективное использование оборотных средств предприятия

G) Комплекс мероприятий по производству конкуретноспособный, отвечающий запросами потребителей, продукции, направленный на максимизацию прибыли предприятия

9. Качество продукции:

A) эталон продукции

B) отсутствие недостатков в продукции

C) совокупность свойств продукции, обусловливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением

D) совокупность характеристик объекта, которая отвечает условием потребление

E) уровень стандартизации

F) отсутствие бракованных изделий

G) общественная оценка, характеризующая степень удовлетворения потребностей в конкретных условиях потребления той совокупности свойств, выраженные или потенциально заложенные в товаре

10. Элементы системы финансового управления:

A) Финансовые отношения

B) Субсидии

C) Краткосрочные обязательства

D) Правовое, нормативное и информационное обеспечение

E) Финансовые рычаги и методы

F) Денежный оборот

G) Организационная структура финансового управления

11. Передача предприятий горно-металлургического комплекса иностранным и отечественным компаниям имело целью

A) Привлечение крупных инвестиций в национальную экономику, причем без каких-либо гарантий со стороны правительства республики

B) Привлечение оборудования в национальную экономику

C) Увеличение экспорта и импорта

D) Привлечение мелких инвестиций в национальную экономику

12. Национальная безопасность РК

A)Обеспечить развитие Казахстана как независимого суверенного государства при сохранении неполной территориальной целостности

B)Обеспечить развитие Казахстана как независимого суверенного государства при сохранении полной территориальной целостности

C) Развития социальной сферы

D) Развития промышленного рынка

E) Обеспечить развитие Казахстана как государства при сохранении зависимости от соседних государств

13. Что даст внутриполитическая стабильность и консолидация общества РК

A)Позволит Казахстану претворить в жизнь национальную стратегию в течение нынешнего и последующих десятилетии

B)Позволит Казахстану развить рынок информации

C) Увеличит внешнеторговую деятельность

D) Расширит рынок сбыта и укрепит международные связи

E)Позволит Казахстану совершенствовать инфраструктуру рынка

14. Профессиональное государство это

A)Эффективный и современный корпус государственных служащих Казахстана, преданных делу и способных выступать представителями народа в достижении наших приоритетных целей

B) Неэффективный и несовременный корпус государственных служащих Казахстана, преданных делу и способных выступать представителями народа в достижении наших приоритетных целей

C) Государственные служащие Казахстана, преданных делу и не являющимися представителями народа в достижении наших приоритетных целей

D) Состав чиновников и служащих

E) Представители народной оппозиционной власти

15. Основными положениями проекта новой системы межбюджетных отношений в среднесрочном периоде станет

A)Определение показателей, позволяющих рассчитать объективные потребности регионов в финансировании с учетом предоставления равнозначного объема и качества услуг по всей стране

B)Определение показателей, позволяющих рассчитать объективные потребности страны

C)Определение показателей, позволяющих рассчитать объективные потребности моногородов

D)Определение показателей, позволяющих определить тенденцию безработицы

E)Определение показателей, позволяющих определить уровень инфляции

16. Государственным или муниципальным предприятием признается

A) коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней собственником имущество

B) некоммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней собственником имущество

C) некоммерческая организация, представляющая добровольное объединение граждан и юридических лиц на основе членства с целью удовлетворения материальных потребностей участников

D) коммерческая организация, наделенная правом собственности на закрепленное за ней собственником имущество

E) некоммерческая организация, наделенная правом собственности на закрепленное за ней собственником имущество

17. Переход к макроуправлению экономикой вызывает необходимость

A)отказа от утверждения и доведения множества директивных плановых показателей, к повышению роли прогнозирования, усилению контроля за экономическими регуляторами

B) принятия множества директивных плановых показателей, к повышению роли прогнозирования, усилению контроля за экономическими регуляторами

C)отказа от утверждения и доведения множества рыночных показателей

D) принятия множества рыночных показателей

E) увеличение продаж и покупок

18. Система экономических регуляторов является

A)составной частью общего индикативного плана

B)составной частью общего финансового плана

C) не входит в систему прогнозирования

D)составной частью плана маркетинга

E)составной частью плана продаж

19. Генеральной целью государственного регулирования экономики является

A)экономическая и социальная стабильность и укрепление существующего строя внутри страны и за рубежом, адаптация его к изменяющимся условиям

B)экономическая и социальная нестабильность и укрепление существующего строя внутри страны и за рубежом, адаптация его к изменяющимся условиям

C) информационная стабильность и укрепление существующего строя внутри страны и за рубежом, адаптация его к изменяющимся условиям

D) развитие инфраструктуры рынка

E) совершенствование информационного рынка

20. Цель антиинфляционной политики состоит в том

A)чтобы установить над инфляцией надежный контроль и удержать сравнительно невысокий темп роста цен

B)чтобы установить над уровнем продаж надежный контроль и удержать сравнительно невысокий темп роста цен

C)чтобы удержать сравнительно высокий темп роста цен

D) чтобы разработать антикризисный план

E)чтобы установить над инфляцией надежный контроль и удержать сравнительно высокий темп роста цен

21. Результатом регулирования экономики стало

A)построение собственной модели экономического развития, основанной на высоких темпах экономического роста, внешнеэкономической открытости, социальной стабильности, развития малого и среднего бизнеса

B)построение собственной модели экономического развития, основанной на невысоких темпах экономического роста

C)построение модели экономического роста, основанной на уровне торговли

D)построение собственной модели экономического развития, основанной только на развитии малого и среднего бизнеса

E)построение собственной модели экономического развития, основанной только на социальной стабильности

22. Дивидендный выход – это

A) размер выплачиваемого дивиденда

B) отношение размера выплачиваемого дивиденда к доходу на одну акцию

C) отношение суммарного выплачиваемого дивиденда к собственному капиталу акционерного общества

D) размер накопленного дивиденда для кумулятивных акций

E) размер накопленного дивиденда для выборочных акций

23. Бюджетный дефицит возникает, как только

A) Государственные расходы превышают государственные доходы

B) Возрастают государственные расходы

C) Сокращаются налоги

D) Государственные доходы превышают государственные расходы

E)Государственные доходы равны государственным расходам

24. Экономические методы воздействия государства на предпринимательскую деятельность превалируют над административными методами в случае

A) Стабильной экономической ситуации

B) Независимо от экономической ситуации

C) Кризисной экономической ситуации

D) Предкризисной экономической ситуации

E) В период повышения экономической ситуации

25. Важными показателями эффективности производства являются

A)качество продукции, рентабельность производства

B) уровень продаж и цен

C) уровень образования и здравоохранения

D) уровень торгово-экономического баланса

E)маркетинговые исследования

26. Показатель качества продукции - это

A) способность удовлетворять человеческие потребности

B) количественная оценка одного или нескольких свойств продукции, составляющих ее качество

C) объективная особенность, которая проявляется при создании и использовании продукции

D) совокупность всех свойств, которыми обладает продукция

E) неколичественная оценка одного или нескольких свойств продукции, составляющих ее качество

27. Уровень качества продукции - это

A) относительная характеристика, полученная путем сравнения всех показателей качества конкретной продукции с аналогичными показателями базовой продукции

B) относительная характеристика, полученная путем сравнения показателей, характеризующих техническое совершенство продукции с соответствующими показателями базовой продукции

C) совокупность свойств продукции, обусловливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности

D) условная характеристика, полученная путем сравнения всех показателей качества конкретной продукции с аналогичными показателями базовой продукции

E) условная характеристика, полученная путем сравнения показателей, характеризующих техническое совершенство продукции с соответствующими показателями базовой продукции

28. Повышению эффективности производства способствуют следующие факторы:

A) научно-технические, организационно-экономические, социально-психологические, внешнеэкономические

B) только научно-технические

C) организационно-экономические и социально-психологические

D) только внешнеэкономические

E) продажи и покупки

29. Точка безубыточности характеризует

A) величину затрат на брак

B) величину затрат на предотвращение дефектов

C) в этой точке затраты на предотвращение дефектов равны затратам на брак

D) в этой точке затраты на предотвращение дефектов не равны затратам на брак

E)величину покупок

30. Идентификация продукции - это

A) умышленное изменение отдельных свойств и качества продукции, информация о которой является заведомо неполной и недостоверной

B) установление тождественности характеристик продукции ее существенным признакам

C) использование знака соответствия

D) использование знака несоответствия

E) неиспользование знака соответствия

31. С разработки какого документа начинается создание системы менеджмента качества на предприятии

A) руководство по качеству

B) программа качества

C) стандарты организации по управлению качеством

D) политика предприятия в области качества

E)шаблоны качества

32. Деление расходов на постоянные и переменные производится с целью

A) Определение для каждой конкретной ситуации объема реализации, обеспечивающего безубыточную деятельность

B) Повышения технического уровня производства

C) Выделения цеховой, производственной и коммерческой себестоимости

D) понижение технического уровня производства

E) повышение уровня продаж

33. Базой для составления производственной программы является план производства продукции

A) В натуральных измерениях

B) В стоимостных измерителях

C) В трудовых измерителях

D) В количестве

E) В качестве

34. Рассматривая модель линейной зависимости общих переменных издержек от объемов производства, можно утверждать, что от объемов производства не зависят

A) Средние переменные издержки

B) Средние постоянные издержки

C) Средние валовые издержки

D) Общие валовые издержки

E) Максимальные издержки

35. Понятие "коммерческая эффективность" инвестиционного проекта характеризует

A) Соотношение финансовых затрат и результатов от реализации проекта для его непосредственных участников

B) Результаты от осуществления проекта за расчетный период

C) Превышение доходов республиканского или местного бюджета над расходами в связи с осуществлением инвестиционного проекта

D) Финансовые, социальные, экологические последствия реализации проекта

E) Уровень продаж

36. Какой выбор стоит перед любой экономической системой

A) Как наиболее рационально распорядиться ограниченными ресурсами

B) Как сбалансировать экспорт и импорт

C)Как сбалансировать государственный бюджет

D) Как сэкономить деньги для сохранения государственного долга

E) Как увеличить экспорт

37. Экономика эффективна, если в ней достигнута

A) Полное использование производственных ресурсов

B) Полная занятость

C) Или полная занятость или полное использование остальных ресурсов

D) И полная занятость и полное использование других производственных ресурсов

E) Только занятость

38. Из-за нехватки денег вы вынуждены купить несколько дорогих, но красивых тетрадей и несколько тетрадей более дешевых. Вы столкнулись

A) С проблемой ограниченности ресурсов, необходимостью компромиссного выбора и оценкой альтернативной стоимости

B) С проблемой ограниченности ресурсов

C) С проблемой ограниченности ресурсов и необходимостью компромиссного выбора

D) С проблемой ограниченности ресурсов и оценкой альтернативной стоимости

E) С проблемой избытка ресурсов и оценкой альтернативной стоимости

39. Сырой материал, сырье - это

A)часть основных материалов, которые образуют субстанцию, материально-вещественную основу готового продукта

B)часть основных материалов, которые не образуют субстанцию, материально-вещественную основу готового продукта

C)часть вспомогательных материалов, которые образуют основу готового продукта

D)часть основных материалов, которые образуют полуфабрикаты

E) незавершенное производство предприятия

40. Сырье классифицируется на

A)промышленное и сельскохозяйственное

B)промышленное и непромышленное

C) готовое и полуфабрикаты

D) обработанное и необработанное

E) техническое и производственное

41. Сырьевая база добывающих отраслей промышленности строго привязана

A)к местам полезных ископаемых, годных в настоящее время к промышленной эксплуатации с учетом конкурентоспособности добываемого сырья

B)к местам полезных ископаемых, негодных в настоящее время к промышленной эксплуатации

C)к местам полезных ископаемых только территорий восточных регионов

D)к местам полезных ископаемых, годных в настоящее время к сельхозхозяйственной эксплуатации

E)к местам полезных ископаемых, годных в настоящее время к транспортной эксплуатации

42. Сырьевая база металлургии во многом определяется

A)состоянием горнорудной добывающей промышленности

B) состоянием сельхозхозяйственной продукции

C) состоянием торговой среды

D)состоянием угольной промышленности

E)состоянием продаж и покупок

43. Сырьевая база машиностроения определяется

A)развитием металлургии

B)развитием рынка полуфабрикатов

C)развитием драгоценных ископаемых

D)развитием торгового рынка

E)развитием пищевой промышленности

44. Важным путем расширения сырьевой базы является

A)создание и масштабное внедрение стимулирующих систем и механизмов эффективного использования сырья и расширение сырьевой базы на основе экономии самого сырья

B)создание и масштабное внедрение стимулирующих систем и механизмов неэффективного использования сырья

C)создание и внедрение использования сырья на базе химической промышленности

D) создание и внедрение систем продаж

E) создание и продвижение системы мониторинга использования сырья

45. Стандартизация и унификация - это предпосылки

A) Специализации

B)концентрации

C)кооперирование

D)комбинирование

E) продажи

46. Проблема ограниченности

A) Является принципиально неразрешимой проблемой

B) Возникает только в процессе производства товаров

C) Возникает только у потребителей товаров

D) Является временно неразрешимой проблемой

E) Не является проблемой

47. Что из перечисленного ниже мы не можем назвать экономическими ресурсами

A) Деньги

B) Капитал

C) Земля

D) Труд

E) Предпринимательство

48. К какой категории работников относятся бухгалтеры и юристы

А) рабочие

B) специалисты

C) служащие

D) руководители

E) вспомогательный персона

49. Какие из указанных категорий работников относятся к промышленно-производственному персоналу

A) Рабочие цеха, столовой и подсобного хозяйства

B) Рабочие инструментального цеха, склада и транспортного цеха

C) Рабочие цеха, работники охраны и ученики

D) Работники детского сада и дома отдыха

E) Подсобные рабочие

50. Для подбора и расстановки кадрового состава предприятия не учитываются

A) Уровень квалификации

B) Способность к обучению

C) Качество выполняемых работ

D) Стиль и методы работы

E) уровень продаж

51. К основным методам определения необходимого количества рабочих не относится

A) По нормам времени на единицу изделия

B) По нормам выработки за единицу рабочего времени

C) По нормам обслуживания

D) по нормам прибыли

E)по нормам качества

52. Понятие «производительность труда» включает

A) Затраты труда на производство единицы продукции

B) Меру количества затраченного труда

C)Продуктивность производственной деятельности кадров предприятия

D) Количество произведенной продукции за единицу рабочего времени

E) Норма продаж

53. Показателем обратным производительности труда, является

A) Трудоемкость

B) Фондовооруженность труда

C) Затраты рабочего времени на весь объем продукции

D) Прибыль

E) Доход от реализации

54. Ответственность предприятия перед наемными работниками вызывает необходимость

A)Выбора рационального метода ценообразования продукции

B)Систематической модернизации производства

C)Создания условий высокопроизводительного труда

D)Проведения маркетинговых условий

E)Проведения тренингов

К факторам, повышающим производительность труда, можно отнести

A)Совершенствование системы распределения прибыли предприятия

B)Совершенствование структуры и объемов производства

C)Совершенствование организации производства, труда и управления

D)Повышение цен на выпускаемую продукцию

E)верно B и C

55. При планировании производительности труда в первую очередь определяется

A)Процент роста производительности труда в целом по предприятию

B)Прирост производительности труда, достигнутый под влиянием конкретного фактора

C)Экономия рабочей силы от внедрения мероприятий

D)Прирост объема производства за счет роста производительности труда по предприятию

E)Снижение объема производства за счет роста производительности труда по предприятию

56. Для сдельной формы оплаты труда характерна оплата труда в соответствии с

A)количеством изготовленной (обработанной) продукции и (или) оказанных услуг

B)Количество отработанного времени

C)Должностным окладом

D) качеством произведенной продукции

E) качеством сырья поставляемого

57. Повременная форма оплаты труда предусматривает оплату труда в соответствии с количеством

A)Изготовленной (обработанной) продукции

B)Отработанного времени

C)Оказанных услуг

D)покупок

E) продаж

58. Аккордная система оплаты труда характеризуется

A)Наращиванием количества изготовляемой (обработанной) продукции

B)Улучшением качества продукции

C)Экономией времени при исполнении задания

D)Ростом производительности труда

E)верно C иD

59. Тарифная система оплаты труда работников включает

A)Тарифные ставки, тарифные сетки

B)Тарифные ставки, тарифно-квалификационный справочник

C)Тарифные ставки, тарифные сетки, тарифно-квалификационный справочник, районный справочник

D)Тарифные ставки, должностные оклады, тарифные сетки

E)Должностные оклады, премиальные положения, тарифно-квалификационно-справочник

60. Инвестиции это

A) Денежные средства государства, предприятий или физических лиц, направляемые на создание основных фондов, расширение действующих производственных мощностей, на приобретение акций, портфельных активов и других ценных бумаг

B) Денежные средства государства, предприятий или физических лиц, направляемые на создание основных фондов, расширение действующих мощностей, подготовку и переподготовку персонала и другое

C) Денежные средства государства, предприятий

D) Денежные средства физических лиц

E) Продажи покупки

**Задачи**

***Задача 1***

Численность промышленно-производственного персонала предприятия, чел.,  по категориям составляет:

|  |  |
| --- | --- |
| Основные рабочие | 930 |
| Вспомогательные рабочие | 340 |
| Руководители | 120 |
| Служащие | 70 |
| Специалисты | 185 |

Рассчитайте производительность труда одного рабочего и одного работающего, если за год выпущено продукции на 750 млн руб.

***Задача 2***

Технологическая трудоемкость изделия – 1,5 чел.·ч/шт. Годовой фонд рабочего времени для одного работника – 1 750 ч. Рассчитайте полную трудоемкость, если численность работников, чел., по категориям следующая:

|  |  |
| --- | --- |
| Основные рабочие | 50 |
| Вспомогательные рабочие | 25 |
| Руководители | 15 |
| Специалисты | 8 |
| Служащие | 2 |

***Задача 3***

На вновь созданном предприятии решается вопрос о выборе формы оплаты труда. При повременной форме оплаты труда предприятию необходимо использовать труд 100 рабочих. Годовой фонд рабочего времени одного рабочего 1 768 ч. Тарифная ставка составляет 20 руб./ч. При сдельной форме оплаты труда расценка за единицу продукции устанавливается в размере 10 руб.

Постройте график зависимости заработной платы в расчете на единицу продукции от объема выпуска и определите, какая форма оплаты труда предпочтительнее при объеме производства 100, 200, 300, 400 тыс. ед. продукции?

***Задача 4***

На  одном  из  участков  цеха  работает  10 рабочих,  которые производят 11 000 деталей при норме 10 000 деталей в месяц. Применяется сдельно-премиальная система оплаты труда. Расценка за единицу продукции – 5 руб. За каждую произведенную сверх нормы деталь доплата составляет 0,5 руб.

В связи с необходимостью увеличить объем выпуска на предприятии требуется производить не менее 12 000 деталей. Увеличение выпуска можно достигнуть за счет интенсификации труда путем введения сдельно-прогрессивной системы оплаты труда. При этом применяется следующая шкала:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Выполнение плана, % | 100,1–110 | 110,1–115 | свыше 115 |
| Повышающий коэффициент | 1,1 | 1,3 | 1,7 |

Оправдано ли введение этой системы оплаты, если дополнительная прибыль от увеличения выпуска составляет 30 тыс. руб.?

***Задача 5***

Производительность цеха составляет 2 000 тарных ящиков в месяц. В цехе работают один рабочий на дисковой пиле (месячный заработок – 1 250 руб.) и два рабочих сколачивают ящики вручную (месячный заработок каждого – 900  руб.). Кроме того, в штате цеха есть рабочий, который занимается уборкой производственных площадей (месячный заработок – 400 руб.). В цехе числятся также электрик, сантехник и механик на 0,25 ставки каждый. Полная ставка составляет 800  руб.

За месяц было израсходовано 10 м3 древесины и 100 кг гвоздей. Стоимость 1 м3 древесины – 1 650  руб. Стоимость 1 кг гвоздей – 10  руб. Стоимость дисковой пилы равна 8 500 руб., годовая норма амортизации – 12 %, потребляемая мощность – 15 кВт, фактическое время работы за месяц – 160 ч. На освещение цеха израсходовано за месяц 400 кВт, оплата за отопление и водоснабжение – 260 руб. Стоимость 1 кВт·ч – 0,18 руб. Стоимость здания цеха – 300 тыс. руб., годовая норма амортизации – 1,5 %. Составьте смету затрат на производство.

***Задача 6***

Годовой выпуск на предприятии – 500 шт. Цена единицы продукции равна 200 руб. Определите критический выпуск, если затраты на весь выпуск, руб.составили:

|  |  |
| --- | --- |
| Сырьё | 36000 |
| Вспомогательные материалы | 300 |
| Топливо и энергия | 24000 |
| Заработная плата | 15000 |
| Отчисления на социальные нужды | 5700 |
| Общепроизводственные расходы | 7400 |
| Общехозяйственные расходы | 3000 |
| Коммерческие расходы | 3600 |
| Итого | 95000 |

1. Рассчитайте критический выпуск при увеличении:

а) цены до 220 руб./шт.; б) расходов на сырьё на 10 %.

2. Рассчитайте выпуск, при котором может быть достигнута прибыль 50 тыс. руб.

***Задача 7***

За текущий месяц владелец мастерской получил доход в размере 200 тыс. руб. Из этого дохода он должен заплатить 5 тыс. руб. своему помощнику и 2,5 тыс. руб. уборщице. Стоимость затраченного на производство сырья и материалов – 170 тыс. руб.

Определите бухгалтерскую и чистую экономическую прибыль, если владелец мастерской мог бы получать заработную плату 7,5 тыс. руб. и доход на вложенные средства в размере 15 % годовых. (При организации предприятия владелец вложил в него 100 тыс. руб.)

***Задача 8***

Предприятие реализовало за период 23 475 т продукции по цене   3 750 руб./т; полная себестоимость единицы продукции равна 3 068 руб./т. В том же периоде реализовано излишнее оборудование на сумму 353 тыс. руб.; остаточная стоимость этого оборудования составила 345 тыс. руб. Сумма внереализационных доходов и расходов за рассматриваемый период – 10  тыс. руб. Налог на прибыль – 24 %.

Рассчитайте прибыль от реализации продукции, прибыль до налогообложения (валовую), чистую прибыль.

***Задача 9***

Рассчитайте среднегодовую стоимость основных средств по следующим данным:

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Группы  основных средств | Стоимость на  начало  года,  тыс. руб. | Введены | | | Выведены | |
| Месяц ввода | Коли-чество, ед. | Стоимость, тыс. руб. | Месяц  выбы-  тия | Стоимость, тыс. руб. |
| Здания | 10 000 | май | 1 | 1 000 | ноябрь | 500 |
| Сооружения | 1 000 | – | – | – | – | – |
| Оборудование | 20 000 | март | 1 | 2 000 | – | – |
| Средства транспортные | 500 | август | 2 | 50 | – | – |
| Инвентарь | 200 | – | – | – | июнь | 90 |

***Задача 10***

Установите среднегодовую стоимость основных средств, если их стоимость, тыс. руб.,  в течение года составляла:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| на 1 января | 4525 | на 1 июля | 4720 |
| 1 февраля | 4605 | 1 августа | 4740 |
| 1 марта | 4600 | 1 сентября | 4710 |
| 1 апреля | 4575 | 1 октября | 4690 |
| 1 мая | 4575 | 1 ноября | 4692 |
| 1 июня | 4560 | 1 декабря | 4730 |
|  |  | 31 декабря | 4770 |

***Задача 11***

Установите остаточную стоимость основных средств на 1 января 2003 г. по следующим данным:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Объекты | Количество единиц | Год ввода | Стоимость  единицы, ден. ед. | Норма    амортизации, % |
| Здание корпуса | 1 | 1968 | 11 047 720 | 1,7 |
| Трубопроводы стальные | – | 1978 | 402 200 | 10,0 |
| Ковш вакуумный | 6 | 1988 | 203 640 | 10,0 |
| То же | 3 | 1994 | 211 730 | 10,0 |
| Устройство ограждений | – | 1975 | 102 690 | 2,1 |
| Портальная машина | 1 | 1999 | 306 780 | 20,0 |

***Задача 12***

Стоимость основных средств предприятия, млн руб., по группам на конец года составляла:

|  |  |
| --- | --- |
| Здания | 120 |
| Сооружения | 45 |
| Машины и оборудование, в т.ч.:  энергетическое оборудование  рабочие машины и оборудование  информационное оборудование | 110  330  50 |
| Транспортные средства | 40 |
| Инвентарь | 12 |
| Прочие | 32 |

На 1 января произведена переоценка основных средств с использованием следующих коэффициентов:

|  |  |
| --- | --- |
| Здания, сооружения | 6,0 |
| Энергетическое оборудование, рабочие машины и оборудование | 7,5 |
| Информационное оборудование | 0,8 |
| Транспортные средства | 10,6 |
| Инвентарь | 8,2 |

Определите производственную структуру основных средств до и после переоценки, величину активной и пассивной частей.

***Задача 13***

Стоимость основных средств предприятия на начало года – 340  млн руб. За год введены основные средства на сумму: 45 млн руб. в июне, 9 млн руб. в сентябре; выведены – на сумму: 5,9 млн руб. в апреле, 21 млн руб. в мае. Годовой выпуск продукции составил 1 млн т, средняя цена продукции – 250 руб./т.

Рассчитайте коэффициенты выбытия и обновления основных средств, фондоемкость и фондоотдачу.

***Задача 14***

Определите коэффициенты экстенсивного использования оборудования цеха при следующих условиях:

|  |  |
| --- | --- |
| Количество смен | 2 |
| Продолжительность смены, ч. | 8 |
| Количество выходных дней в году | 104 |
| Количество праздничных дней | 11 |
| Количество агрегатов | 5 |
| Фактические простои по цеху, ч. | 887 |

***Задача 15***

Найдите коэффициенты экстенсивного, интенсивного использования электролизеров и интегральный коэффициент исходя из следующих данных:

|  |  |
| --- | --- |
| Отработано ванно-суток | 119530 |
| Календарное количество ванно-суток | 121180 |
| Выпуск металла, тыс.т | 120,2 |
| Производительность электролизёра  по технической норме, т/сут. | 1,03 |

***Задача 16***

Определите среднегодовую стоимость основных средств, используя известные вам способы. Данные для решения:

|  |  |
| --- | --- |
| Показатель | Значение, тыс. руб. |
| Стоимость на начало года  Стоимость введенных основных средств:  в марте  июне  августе  Стоимость выбывших основных средств:  в феврале  октябре | 15 000    200  150  250    100  300 |

***Задача 17***

Первоначальная стоимость группы объектов на 1 января составляла 160 тыс. руб., срок фактической эксплуатации – 3 года.

Рассчитайте остаточную стоимость и коэффициент износа на ту же дату, если амортизация начисляется а) линейным способом; б) способом уменьшаемого остатка (коэффициент ускорения 2); в) способом суммы чисел лет срока полезного использования. Для данной группы объектов определен срок полезного использования 10 лет.

***Задача 18***

Стоимость основных средств, млн руб., в соответствии с классификацией по вещественно-натуральному составу на 1 января составляла:

|  |  |
| --- | --- |
| Здания  Сооружения  Машины и оборудование  Средства транспортные  Инвентарь производственный и хозяйственный  Прочие основные средства | 30  8                      48  6  5  3 |

В феврале текущего года было сдано в эксплуатацию здание цеха стоимостью 5 млн руб.; в мае закуплено оборудование общей стоимостью 10 млн руб.; в сентябре списано морально и физически устаревшее оборудование на сумму 3 млн руб.

Определите структуру основных средств на начало и на конец года, долю активной и пассивной частей на начало и конец года, значения коэффициентов выбытия и обновления основных средств.

***Задача 19***

Стоимость основных средств на 1 января по группам составляла  тыс. руб.:

|  |  |
| --- | --- |
| Здания  Сооружения  Машины и оборудование  Средства транспортные  Инвентарь производственный и хозяйственный  Прочие основные средства | 30 000  8 000                 48 000  6 000  5 000  3 000 |

В феврале было введено новое здание цеха стоимостью 1 000 тыс. руб., а в июле приобретено оборудование на сумму 12 000 тыс. руб.  Предприятие выпустило за год 23 000 т продукции А стоимостью 1 000 руб./т и 35 000 т  продукции Б стоимостью 1 500 руб./т.

Основные сведения о работе ведущего оборудования представлены в таблице:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показатели | Оборудование для выпуска продукции | |
| А | Б |
| Количество агрегатов, ед.  Режим работы  Календарный фонд, ч  Режимный фонд, ч  Простои, ч:  фактические  плановые  Производительность  по технической норме, т/ч | 2  непрерывный  8 760  –    960  720    1,6 | 4  прерывный  8 760  4 000    520  192    3,4 |

Рассчитайте коэффициент фондоотдачи и коэффициенты использования оборудования.

***Задача 20***

В 2001 г. оборотные средства предприятия имели следующий состав:

|  |  |
| --- | --- |
| Элементы оборотных средств | Сумма, млн руб. |
| Производственные запасы,  в т.ч. сырье | 94,92  50,0 |
| Незавершенное производство | 27,64 |
| Расходы будущих периодов | 5,32 |
| Готовая продукция | 30,02 |
| Прочие | 62,1 |

В 2002 г. при производстве продукции использовалось сырье более высокого качества, цена которого выше на 30 %. Это позволило уменьшить длительность производственного цикла, в результате чего на 50 % снизилась сумма оборотных средств, вложенных в незавершенное производство. Стоимость готовой продукции выросла на 25 %.

Рассчитайте структуру оборотных средств в 2001 и 2002 г.

***Задача 21***

Остатки оборотных средств составляли, тыс. руб.:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| на 1 января | 1 235 | на  1 июля | 1 270 |
| 1 февраля | 1 245 | 1 августа | 1 266 |
| 1 марта | 1 255 | 1 сентября | 1 230 |
| 1 апреля | 1 240 | 1 октября | 1 244 |
| 1 мая | 1 278 | 1 ноября | 1 256 |
| 1 июня | 1 246 | 1 декабря | 1 265 |
|  |  | 31 декабря | 1 250 |

Рассчитайте:

1) среднеквартальные и среднегодовые остатки оборотных средств;

2) оборачиваемость оборотных средств (длительность оборота) по кварталам и за год, если объем реализованной продукции составил:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| квартал | I | II | III | IV |
| Сумма, тыс. руб. | 1 456 | 1 266 | 1 894 | 1 704 |

3) коэффициент оборачиваемости по кварталам и за год.

***Задача 22***

Объем реализованной продукции за год составил 56 000 тыс. руб., а среднегодовые остатки оборотных средств – 4 650 тыс. руб. В связи с нехваткой собственных оборотных средств предприятию потребовалось взять краткосрочный кредит в банке на сумму 3 000 тыс. руб. под 30 % годовых.

Определите экономию за год на плате за кредит, если оборачиваемость сократится на 3 дн.

***Задача 23***

Предприятие имеет двух поставщиков продукции. Первый поставщик производит отгрузку 1 раз в 10 дн., второй – 1 раз в 7 дн. Средний объем поставки для первого поставщика равен 400 т, для второго  – 450 т. Время на транспортировку от первого поставщика до предприятия – 5 дн., от второго поставщика до предприятия – 3 дн.

Рассчитайте норму запаса в днях.

***Задача 24***

Длительность производственного цикла составляет 5 дн. Себестоимость полуфабриката, поступающего на передел, – 1 125 руб./т, себестоимость конечного продукта – 3 900 руб./т.

Рассчитайте:

1) коэффициенты нарастания затрат по дням, если в первый день себестоимость увеличивается на 700 руб./т; во второй – на 625 руб./т; в третий – на 600 руб./т; в четвертый – на 450 руб./т; в пятый – на 400 руб./т;

2) общий коэффициент нарастания затрат;

3) сумму оборотных средств, вложенных в незавершенное производство.

***Задача 25***

Определите и проанализируйте структуру оборотных средств предприятий по следующим данным:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Элементы оборотных средств | Сумма, млн руб. | |
| Предприятие 1 | Предприятие 2 |
| Производственные запасы | 94,70 | 94,92 |
| Незавершенное производство | 16,15 | 27,64 |
| Расходы будущих периодов | 134,15 | 5,32 |
| Готовая продукция | 17,65 | 30,02 |
| Прочие | 87,35 | 62,1 |

***Задача 26***

Рассчитайте среднеквартальные и среднегодовые остатки оборотных средств, а также оборачиваемость оборотных средств (длительность оборота) и коэффициент оборачиваемости за год, используя следующие данные:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Остатки оборотных средств | | Объем реализованной продукции | |
| Дата | Сумма, тыс. руб. | квартал | Сумма, тыс. руб. |
| на 1 января 2002 г. | 2 500 | I | 3 000 |
| 1 апреля 2002 г. | 2 600 | II | 3 500 |
| 1 июля 2002 г. | 2 400 | III | 2 900 |
| 1 октября 2002 г. | 2 400 | IV | 3 100 |
| 1 января 2003 г. | 2 500 |

**Список источников и ссылок**

1. Гражданский кодекс Республики Казахстан. Официальный интернет-ресурс Министерства юстиции Республики Казахстан. [Электронный источник]: <http://www.adilet.gov.kz/ru/node/10172>
2. Предпринимательский кодекс Республики Казахстан, 2016. [Электронный источник]: <http://www.adilet.gov.kz>
3. Гражданский кодекс Республики Казахстан. Статья 34. Виды и формы юридических лиц. [Электронный источник]: <http://bibliotekar.kz/grazhdanskii-kodeks-respubliki-kazahstan/statja-34-vidy-i-formy-yuridicheskih-lic.html>
4. Закон Республики Казахстан «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам предпринимательства». Статья 10. Защита прав предпринимателей и потребителей. [Электронный источник]: <http://bibliotekar.kz/grazhdanskii-kodeks-respubliki-kazahstan/statja-10-zaschita-prav-predprinimatelei.html>
5. Мамыров Н.К. «Основы предпринимательства», Алматы, Экономика, 1997
6. Сборник «Предприниматель и право», Издательский дом «БИКО», Алматы, 2000.
7. Трубочкина М.И., Скамай Л.Г. Экономический анализ деятельности предприятия. Учебник. – Москва: ИНФРА-М, 2004. – 296 с.
8. Бартенев С.А. Экономические теории и школы (история и современность). – М.: БЕК, 1996.
9. Агеев А. И. Предпринимательство: проблемы собственности и культуры. -М., 1991. Введение и гл. 1,
10. Бусыгин А. Предпринимательство : Основной курс ., -М.,1997
11. Скляренко В.К., Прудников В.М. Экономика предприятия: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 528 с.
12. Карташова В.Н., Приходько А.В. Экономика организации (предприятия). – М.: Приор-издат, 2006. – 160 с.
13. Авельцов Р. Ю. Управление холдингом. – СПб., 2005.
14. Тюрина А. В. Финансово-промышленные группы Российской Федерации. – М.: Финансы. 2004 – 142 с.
15. Грибов В. Д. Экономика предприятия: учебник / В. Д. Грибов, В. П. Грузинов. - Изд. 3-е, перераб. и доп. - М.: Финансы и кредит, 2006. – 334 с.
16. Экономика предприятия / В. Я. Горфинкель, В. А. Швандар, Л. Я. Аврашков и др.; под ред. В. Я. Горфинкеля, В. А. Швандара. - Издание 4-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА , 2006. - 670 с.
17. Экономика предприятия: Курс лекций/ О.И.Волков, В.К.Скляренко. – М.: Инфра-М, 2004.
18. Грибов В.Д., Грузинов В.П. Экономика предприятия. Учебник. Практикум. – М.: Финансы и статистика, 2007. - 336 с.
19. Экономика промышленного предприятия / Ред. Кантор Е. Л., Маховикова Г. А. – М.: «Март», 2007. - 859 с.
20. Арсенова Е.В., Балыков Я.Д., Корнеева И.В. и др. Экономика организации (предприятия) / Под ред. Сафронова Н.А. Изд. 2-е, перераб. и доп. – М., 2004. – 618 с.
21. Белов А.М., Добрин Г.Н., Карлик А.Е. Экономика организации (предприятия): практикум. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 272 с.
22. Борисов В.И., Ильюхов А.А. Словарь предпринимателя. – М.: Экономика, 2004. – 219 с.
23. Ворст Й., Ревентлоу П. Экономика фирмы: Учеб. Пер. с датского - М.: Высшая школа, 1994.
24. Буров В.П. Бизнес-план фирмы. Теория и практика. Учебное пособие / В.П. Буров, А.Л. Ломакин, В.А. Морошкин. – М.: Инфра – М, 2007. – 192 с.
25. Волков А.С. Бизнес-планирование / А.С. Волков, А.А. Марченко. Уч. пособие. – М.: Изд-во РИОР, 2005. – 81 с.
26. Голяков С.М. Бизнес-планирование / С.М. Голяков. Учебное пособие. – СПб.: Изд. дом С.-Петерб. гос. ун-та, 2004. – 284 с.
27. Крутякова Ю.А Бизнес-планирование / Ю.А. Крутякова, С.Р. Юсупов. Учебно-практ. пособие. –М.: ТК Велби; Из-во Проспект, 2006. – 352 с.
28. Орлова Е.Р. Бизнес-план: методика составления и анализ типовых ошибок. – М.: Омега–Л, 2006. – 260 с.
29. Пелих А.С. Бизнес-план или как организовать собственное дело / А.С. Пелих, Т.Г. Кизилова, А.Г. Пронченко. – М., 2005. – 192 с.
30. Пивоваров К.В. Бизнес-планирование. – М.: Дашков и К, 2007. – 164 с.
31. Баранчиев В. Торговые марки и их фальсификация. // Маркетинг. – 2003. - № 1. – с. 46-63.
32. Кашини К. Торговая марка, новые перспективы роста. // Маркетинг. – 2003. - № 6. – с. 90.
33. Зайцев Н.Л. Экономика, организация и управление предприятием. М.: ИНФРА-М, 2004 г.
34. Экономика предприятия: /под ред. В. М. Семенова. - СПб. : Питер , 2006. - 383 с.
35. Муромкина И. Управление брэндингом. // Маркетинг. – 2004. - № 3. – с. 80-88.
36. Магомедов Ш. Ш. Конкурентоспособность товаров: теория, оценка / Ш. Ш. Магомедов, Г. Е. Беспалова // Методы менеджмента качества. – 2005. - № 9. – с. 30-33.
37. Басовский Л. Е., Протасьев В. Б. Управление качеством. – М.: Инфра-М, 2010. - 224 с.
38. Скляренко В.К., Прудников В.М. Экономика предприятия: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2006. – Тема 11. – С. 208–220.
39. Сафронов Н.А. Экономика организации (предприятия). Учебник для ССУЗов. – М.: Экономистъ, 2005. – 251 с.
40. Курганская Н. И., Волкова Н. В., Вишневская О. В. Планирование и анализ производственной деятельности предприятия. - М: Феникс, 2008. - 320 с.
41. Бухалков М.И. Планирование на предприятии. – М.: Инфра-М, 2008. - 416 с.
42. Практикум по экономике организации (предприятия) /Е. В. Арсенова, Г. Н. Русакова, П. В. Тальмина и др.; под ред. П. В. Тальминой, Е. В. Чернецовой. - М.: Финансы и статистика , 2006. – 478с.
43. Рыков С. Регулирование оплаты труда: региональный опыт // Человек и труд. – 2003. - № 5. – С. 81.
44. Экономика предприятия: Учебник / Под ред. А. Хрипача. – М., 2000. – 380 с.
45. Антонова З.Г. Экономика фирмы. Учебное пособие / Том.политехн. ун-т. – Томск, 2002. – 251 с.
46. Галицкая С. В. Финансовый менеджмент. Финансовый анализ. Финансы предприятий. – М.: Изд-во Эксмо, 2008. - 656 с.
47. Джозеф Синки. Финансовый менеджмент в коммерческом банке и в индустрии финансовых услуг. – М.: Альпина Бизнес Букс, Альпина Паблишерз, 2007. - 1024 с.
48. Тихомиров Е. Ф. Финансовый менеджмент. Управление финансами предприятия. – М.: Изд-во Академия, 2010. - 384 с.
49. Паршин В. Ф. Ценовая политика предприятия. – М.: Высшая школа, 2010, 336 с.
50. Тарасевич В. М. Ценовая политика предприятия. – М.: Питер, 2010. - 320 с.
51. Экономика предприятия (фирмы): практикум / под ред. О. И. Волкова, В. Я. Позднякова. - М.: ИНФРА-М , 2006. – 328с.

**Интернет-ресурсы**

1. <http://www.aup.ru/books/m152/1_4.htm>
2. <http://www.bibliotekar.ru/upravlenie-personalom-3/6.htm>
3. <http://pandia.ru/text/77/158/24166.php>
4. <http://econbooks.ru/books/part/6550>
5. Гражданский кодекс Республики Казахстан. Официальный интернет-ресурс Министерства юстиции Республики Казахстан. [Электронный источник]: <http://www.adilet.gov.kz/ru/node/10172>
6. Закон Республики Казахстан «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам предпринимательства». Статья 10. Защита прав предпринимателей и потребителей. [Электронный источник]: <http://bibliotekar.kz/grazhdanskii-kodeks-respubliki-kazahstan/statja-10-zaschita-prav-predprinimatelei.html>
7. Гражданский кодекс Республики Казахстан. Статья 34. Виды и формы юридических лиц. [Электронный источник]: <http://bibliotekar.kz/grazhdanskii-kodeks-respubliki-kazahstan/statja-34-vidy-i-formy-yuridicheskih-lic.html>
8. Предпринимательский кодекс Республики Казахстан, 2016. [Электронный источник]: <http://www.adilet.gov.kz>