

Департамент внутренней и кадровой политики Белгородской области  
Областное государственное автономное профессиональное  
образовательное учреждение  
**«ШЕБЕКИНСКИЙ ТЕХНИКУМ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ТРАНСПОРТА»**

# **КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ**

**Учебная дисциплина ОП.10 Основы экономики**

Специальность 18.02.06 Химическая технология органических веществ

**2 курс**

Разработчик: Колегаева Т.Н., преподаватель ОГ АПОУ «ШТПТ»

г.Шебекино

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Тема 1. Отрасль в системе национальной экономики	3
2. Тема 2 . Производственная структура предприятия	10
3. Тема 3. Материально-техническая база организации (предприятия)	13
4. Тема 4. Кадры организации (предприятия)	24
5. Тема 5. Оплата труда в организации (на предприятии)	29
6. Тема 6. Издержки производства и реализации продукции	40
7. Тема 7. Ценообразование в рыночной экономике	45
8. Тема 8. Планирование деятельности организации	54
9.Тема 9. Основные технико-экономические показатели деятельности организации	56
10.Тема 10. Финансы организации	58
11.Тема 11. Основы менеджмента	65
12.Тема 12. Основы маркетинга	72

## Тема 1. Отрасль в системе национальной экономики

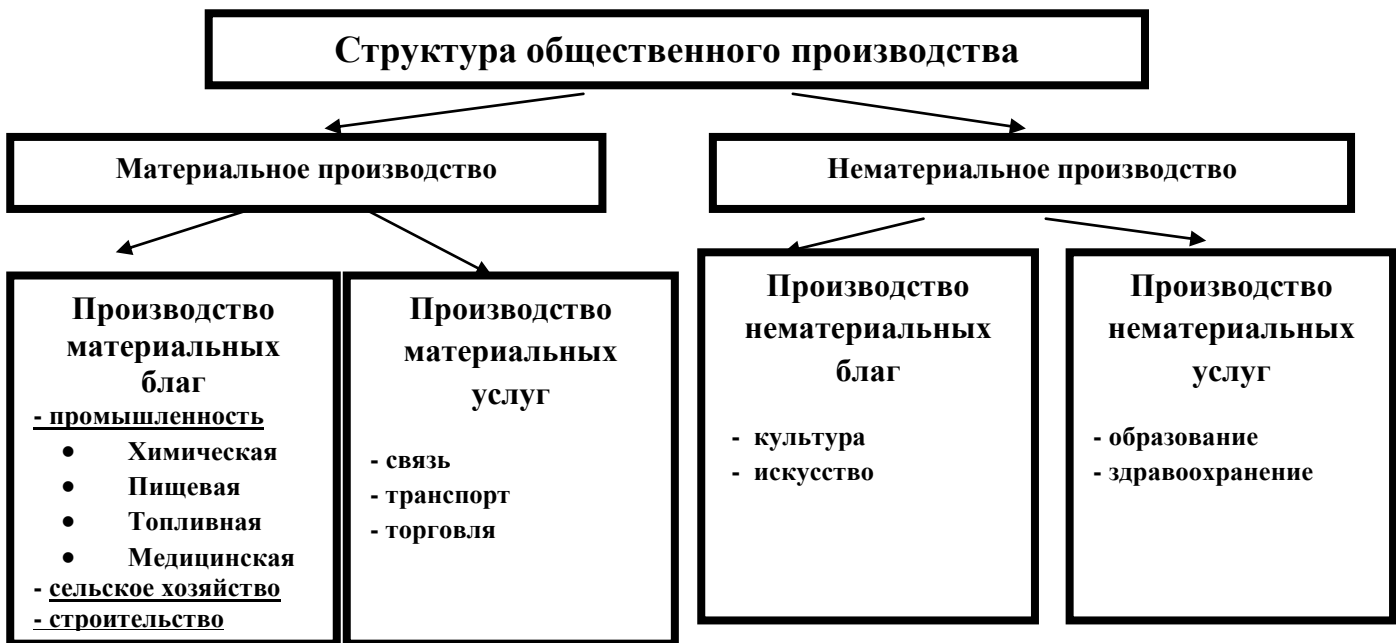
### Структура национальной экономики

Национальная экономика имеет институциональную, отраслевую и территориальную структуру, т.е. состоит из отдельных взаимосвязанных элементов.

Появление в российской экономике новых хозяйствующих субъектов привело к изменению институтов – правил, определяющих взаимодействие хозяйственных единиц, форм взаимодействия и организационной структуры экономики в целом и отдельных ее субъектов.

**Отраслевая структура** – сочетание различных по статусу и размеру фирм.

Отрасль – сумма фирм с однородным производством, использующих сходные по виду ресурсы и производящих одинаковую по назначению или близкую по технологическим методам получения продукцию (рис.1. Структура общественного производства)



Сфера материального производства включает отрасли:

Промышленность

- электроэнергетика
- топливная промышленность
- химическая и нефтехимическая промышленность
- машиностроение и металлообработка
- легкая промышленность
- пищевая промышленность
- медицинская и фармацевтическая промышленность

2. Сельское хозяйство

- растениеводство
- животноводство
- птицеводство

3. Лесное хозяйство

4. Транспорт и связь

5. Строительство

6. Рыбное хозяйство и др.

Сфера нематериального производства включает отрасли:

1. Жилищное и коммунальное хозяйство

2. Здравоохранение и физическая культура
3. Народное образование
4. Культура и искусство
5. Наука и научное обслуживание и т.д.

Развитие межотраслевых взаимодействий обеспечивается на уровне основного звена народного хозяйства – **фирм, предприятий** – основной элемент организационной структуры народного хозяйства и отрасли.

### **Основные цели и функции предприятия в условиях рынка**

Во многих учебниках и учебных пособиях указывается, что основной целью предприятия в условиях рынка является получение прибыли. На наш взгляд, это утверждение верно, но вряд ли достаточно полно. Не менее важной задачей любого предприятия в условиях рынка признается обеспечение стабильной финансовой устойчивости в работе. Данная задача состоит не только в получении, а в устойчивом получении прибыли, однако добиться этого не так-то просто.

Предприятия могут добиться устойчивого получения прибыли, если в своей работе будут придерживаться определенных принципов и выполнять необходимые функции.

Видный немецкий экономист Г. Шмален выделяет следующие «краеугольные камни» управления предприятием: экономичность, финансовая устойчивость, прибыль.

Принцип экономичности требует, чтобы достигался:

- определенный результат при наименьших затратах - принцип минимизации;
- при заданном объеме затрат наибольший результат — принцип максимизации.

Следовательно, в основе своей принцип экономичности предъясвляет свойственное всем предприятиям само собой разумеющееся требование — не тратьте даром производственные факторы (ресурсы), т.е. работать «экономично».

Принцип финансовой устойчивости означает такую деятельность предприятия, при которой оно могло в любой момент времени расплатиться по своим долгам или собственными средствами, или путем отсрочки, или за счет получения кредита.

**Высшая цель предпринимательской деятельности** - превышение результатов над затратами, т.е. достижение возможно большей прибыли или возможно высокой рентабельности. Идеальным является такое положение, когда получение максимальной прибыли обеспечивает и более высокую рентабельность.

Для достижения поставленной цели предприятия должны:

- 1) выпускать высококачественную продукцию, систематически ее обновлять и оказывать услуги в соответствии со спросом и имеющимися производственными возможностями;
- 2) рационально использовать производственные ресурсы с учетом их взаимозаменяемости;
- 3) разрабатывать стратегию и тактику поведения предприятия и корректировать их в соответствии с изменяющимися обстоятельствами;
- 4) систематически внедрять все новое и передовое в производство, в организацию труда и управление;
- 5) заботиться о своих работниках, росте их квалификации и большей содержательности труда, повышении их жизненного уровня, создании благоприятного социально-психологического климата в трудовом коллективе;
- 6) обеспечивать конкурентоспособность предприятия и продукции, поддерживать высокий имидж предприятия;
- 7) проводить гибкую ценовую политику и осуществлять другие функции.

Руководители многих предприятий считают, что для них наиважнейшей задачей на данном этапе являются реализация продукции, возможность выплаты заработной платы работникам предприятия и быть «на плаву». Остается надеяться, что этот тяжелый период для российской экономики скоро пройдет, предприятия начнут нормально работать, решать задачи и достигать цели, свойственные рыночной экономике.

### **Факторы, влияющие на эффективность функционирования предприятия в условиях рынка**

В литературе термин «фактор» (*лат.* factor - делающий, производящий) трактуется как движущая сила совершающегося процесса или одно из его необходимых условий.

В данном тексте под фактором понимается движущая сила, влияющая на эффективность функционирования предприятия в условиях рынка.

Не следует путать это определение с часто встречающимся в учебной литературе таким понятием, как «факторы производства». К ним, как известно, относятся основной и оборотный капитал, рабочая сила и др.

В условиях рыночной экономики на эффективность работы предприятия влияют самые разнообразные факторы. Их можно классифицировать по различным признакам.

В зависимости от направленности действия все факторы можно объединить в две группы: позитивные и негативные. **Позитивные** - это такие факторы, которые благотворно влияют на деятельность предприятия, а **негативные** — наоборот.

В зависимости от места возникновения все факторы можно классифицировать на внутренние и внешние. **Внутренние** факторы (внутренняя среда) зависят от деятельности самого предприятия, /т.е. само предприятие их порождает.

Например, на предприятии разработана и внедрена хорошая система материального стимулирования, которая значительно повысила мотивацию труда работников, что способствовало повышению эффективности производства. Другой пример. На предприятии с вредными условиями труда ничего не предпринималось для их улучшения, в результате резко повысились утомляемость и заболеваемость рабочих, что в конечном итоге привело к значительному браку продукции и снижению объема ее реализации.

В первом случае внутренний фактор сыграл позитивную роль, во втором — негативную.

Внутренние факторы настолько разнообразны, что для лучшего понимания, учета, анализа и выявления резервов производства их также целесообразно объединить в следующие группы:

- 1) связанные с личностью руководителя и способностью его команды эффективно управлять предприятием в условиях рынка;
- 2) связанные с ускорением НТП, с инновационной политикой предприятия;
- 3) связанные с совершенствованием организации производства и труда, управлением предприятием;
- 4) связанные с организационно-правовой формой хозяйствования;
- 5) связанные с созданием благоприятного социально-психологического климата в коллективе;
- 6) связанные со спецификой производства и отрасли;
- 7) связанные с качеством и конкурентоспособностью продукции, с управлением издержками и ценовой политикой;
- 8) связанные с амортизационной и инвестиционной политикой.

Эта классификация чисто условная, и она не отражает все многообразие факторов, но позволяет более детально представить внутренние факторы и их влияние на эффективность производства.

Кроме того, все внутренние факторы можно разделить на объективные и субъективные. **Объективные** — это такие факторы, возникновение которых не зависит от субъекта управления, например, ухудшение горно-геологических условий на горном предприятии или стихийные бедствия.

**Субъективные** факторы, а они составляют абсолютное большинство, полностью зависят от субъекта управления и должны быть всегда в поле зрения и анализа.

Эффективность работы предприятия в условиях рынка в значительной степени зависит и от **внешних** факторов (внешняя среда), которые можно классифицировать в следующие группы:

1) связанные с изменением конъюнктуры внутреннего и мирового рынка. В основном это проявляется в изменении спроса и предложения, а также в колебании цен;

2) связанные с изменениями политической обстановки как внутри страны, так и в более глобальном масштабе;

3) связанные с инфляционными процессами;

4) связанные с деятельностью государства.

В современных условиях именно от государства в значительной мере зависит эффективность деятельности российских предприятий, прежде всего создание цивилизованного рынка и правил игры на этом рынке, т. е. создание правовой основы, обеспечение надлежащего правопорядка в стране и ее национальной безопасности, стабилизация экономики, обеспечение социальной защиты и социальных гарантий, защита конкуренции, разработка, принятие и организация выполнения хозяйственного законодательства.

**Предприятие – самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный в порядке, установленном законодательством для производства продукции, оказания услуг, выполнения работ в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли.**

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

Юридические лица должны иметь самостоятельный баланс или смету (ст. 48 Гражданский Кодекс РФ).

Из этого определения следует, что всякой организации для признания ее юридическим лицом помимо формальных критериев (например, обязательная регистрация учредительных документов) должны быть присущи четыре характерные признака:

- наличие обособленного имущества;
- способность отвечать по обязательствам своим имуществом;
- способность выступать в имущественном обороте от своего имени;
- возможность предъявлять иски и выступать в качестве ответчика в суде, Арбитражном суде.

В экономике функционируют самые различные юридические лица, которые отличаются друг от друга по ряду признаков - отраслевой их принадлежности; размерам; степени специализации и масштабам производства однотипной продукции; методам организации производства и степени его механизации и автоматизации; организационно-правовым формам и др.

Признаками отраслевой принадлежности предприятия служат: характер сырья, потребляемого при изготовлении продукции; назначение и характер готового продукта; техническая и технологическая общность производства; время работы в течение года.

По *характеру потребляемого сырья* промышленные предприятия делятся на предприятия добывающей и обрабатывающей промышленности.

По *назначению готовой продукции* все предприятия делятся на две большие группы: производящие средства производства и производящие предметы потребления.

По *признаку технологической общности* различают предприятия с непрерывным и дискретным процессами производства, с преобладанием механических и химических процессов производства.

По *времени работы в течение года* различают предприятия круглогодичного и сезонного действия.

По *признаку размеров предприятия* делятся на крупные, средние и мелкие.

По *специализации и масштабам производства однотипной продукции* предприятия делятся на специализированные, диверсификационные и комбинированные.

По *методам организации производственного процесса* предприятия делятся на предприятия, в которых преобладает поточный, партионный и единичный методы организации производственного процесса.

По *признаку деятельности* различают предприятия: промышленные, торговые, инвестиционные, транспортные, в сфере услуг и т.д.

В Гражданском Кодексе РФ классификация юридических лиц основана на трех основных критериях:

1) праве учредителей (участников) в отношении юридических лиц или имущества;

2) цели экономической деятельности юридических лиц;

3) организационно-правовой форме юридических лиц.

В зависимости от того, какие права сохраняют за собой учредители (участники) в отношении юридических лиц или их имущества, юридические лица могут быть разделены на три группы:

юридические лица, в отношении которых их участники имеют обязательственные права.

К их числу относятся: хозяйственные товарищества и общества, производственные и потребительские кооперативы;

юридические лица, на имущество которых их учредители (участники) имеют право собственности, или, иначе, вещное право: государственные и муниципальные унитарные предприятия, в том числе дочерние предприятия, а также финансируемые собственником учреждения;

юридические лица, в отношении которых их учредители (участники) не могут иметь никаких имущественных прав (ни вещных, ни обязательственных): общественные и религиозные организации (объединения), благотворительные и иные фонды, объединения юридических лиц (ассоциации и союзы).

Приведенная классификация юридических лиц имеет большое практическое значение, особенно в части выделения первой группы юридических лиц, в отношении которых их участники и учредители имеют лишь обязательственные права.

В зависимости от целей деятельности всякое юридическое лицо относится к одной из двух категорий организации:

коммерческие;

некоммерческие.

**Коммерческими организациями** признаются юридические лица, преследующие извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности. Организации такого типа могут создаваться в форме товариществ и обществ, производственных кооперативов, государственных и муниципальных предприятий.

**Некоммерческие организации** не ставят своей целью получение прибыли и распределение ее между участниками.

Юридические лица, которые относятся к некоммерческим организациям, могут быть созданы в форме потребительских кооперативов, общественных или религиозных объединений, финансируемых собственником учреждений, благотворительных и иных фондов, а также в других формах, предусмотренных законом. Такие юридические лица вправе заниматься предпринимательской деятельностью лишь постольку, поскольку это необходимо для их уставных целей.

По организационно-правовой форме юридические лица, являющиеся коммерческими организациями, в соответствии с ГК РФ классифицированы следующим образом:

**хозяйственные товарищества** — полное товарищество, товарищество на вере (коммандитные товарищества);

**хозяйственные общества** — общества с ограниченной ответственностью, общества с дополнительной ответственностью, акционерные общества (открытого и закрытого типа);

**унитарные предприятия** — на праве хозяйственного ведения, основанные на праве оперативного управления; **производственные кооперативы** (артели). В ГК РФ предприятие не рассматривается в качестве субъекта предпринимательской деятельности, поскольку это политэкономическая категория, лишенная юридического смысла. Поэтому если в тексте ГК РФ упоминаются государственные и муниципальные предприятия, упор делается на их унитарный характер, т.е. на то, что их уставный фонд является неделимым и полностью принадлежит на праве собственности учредителю — государству или муниципальному образованию.

Не упоминается в ГК РФ и такая организационно-правовая форма, как смешанное товарищество, которое заменено традиционным российским товариществом на вере (коммандитным товариществом).

Однако размер этой ответственности ограничен — он касается не всего их личного имущества, что характерно для полных товарищей, а лишь его части — одинакового для всех кратного размер и сумм внесенных вкладов (например, трехкратный и т.п.) с этой точки зрения такое общество занимает промежуточное место между обществами и товариществами.

Преимущества общества с ограниченной ответственностью:

возможность быстрого аккумулирования значительных средств; может быть создано одним лицом; члены общества несут ограниченную ответственность по обязательствам общества.

Недостатки заключаются в том, что уставный капитал не может быть меньше величины, установленной законодательством. Общество менее привлекательно для кредиторов, так как члены общества несут только ограниченную ответственность по его обязательствам.

Согласно ГК РФ **акционерным обществом** признается общество, уставный капитал которого разделен на определенное число акций; участники не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им акций.

Основным учредительным документом АО является его устав.

Устав АО должен содержать: полное и сокращенное фирменное наименование АО; место нахождения; тип АО (открытое или закрытое); количество, номинал, категории акций и типы привилегированных акций, права владельцев акций каждой категории [(типа)]; размер уставного капитала; структуру и компетенцию органов управления АО и порядок принятия ими решений; порядок Подготовки и проведения общего собрания акционеров, перечень вопросов, для решения которых необходимо квалифицированное большинство голосов или единогласие; сведения о филиалах и представительствах.

АО подлежит государственной регистрации в органе, осуществляющем регистрацию юридических лиц, в соответствии с Законом о госрегистрации юридических лиц. АО считается созданным с момента регистрации.

Ответственность АО. По своим обязательствам АО несет ответственность всем принадлежащим ему имуществом и не отвечает по обязательствам акционеров. Акционеры не отвечают по обязательствам АО и несут риск убытков в пределах стоимости принадлежащих им акций.

Акционерное общество, участники которого могут отчуждать принадлежащие им акции без согласия других акционеров, признается открытым АО. Такое АО вправе проводить открытую подписку на выпускаемые им акции и их свободную продажу на условиях, устанавливаемых законом и иными правовыми актами.

Акционерное общество, акции которого распределяются только среди его учредителей или иного заранее определенного круга лиц, признается закрытым АО. Оно не вправе проводить открытую подписку на выпускаемые им акции либо иным образом предлагать их для приобретения неограниченному кругу лиц.



Открытое акционерное общество (ОАО) отличается от закрытого и по числу акционеров. В ОАО число акционеров не ограничено, а в закрытом число участников не должно быть более 50. Если число акционеров ЗАО превысит 50 человек, АО должно в течение года преобразоваться в ОАО.

Уставный капитал составляет из номинальной стоимости акций, приобретенных акционерами, и определяет минимальный размер имущества АО, гарантирующий интересы его кредиторов. При учреждении АО все акции размещаются среди учредителей. Все акции АО — именные. Количество и номинал размещенных акций каждой категории определяются уставом АО.

**Размер уставного капитала:**

ОАО - не менее 1000 минимальных размеров оплаты тру (МРОТ) на дату регистрации общества;

ЗАО - не менее 100 (МРОТ) на дату регистрации общества.

АО может выпускать обыкновенные и привилегированные акции. *Обыкновенные* акции являются голосующими, размер дивиденда и ликвидационная стоимость заранее не предусматриваются.

*Привилегированные* акции могут быть нескольких типов, каждом типе — одинаковый номинал и набор прав. Суммарный их номинал не может превышать 25% уставного фонда. Дивиденд по привилегированным акциям и их ликвидационная стоимость могут быть определены в твердой сумме, процентах или в ином порядке; если эти условия не определены, он выплачивается так же, как для обыкновенных акций.

Уставом могут быть предусмотрены кумулятивные акции, дивиденды по которым (или определенная часть дивидендов) в случае их невыплаты накапливаются и выплачиваются впоследствии.

Привилегированные акции не имеют голоса, за исключением случаев, предусмотренных в Федеральном законе об АО. Так, по вопросам реорганизации и ликвидации АО право голоса имеют все владельцы акций. Уставом АО может быть установлен порядок конвертации привилегированных акций определенного типа в акции другого типа или в обыкновенные акции.

АО имеют право создавать резервный фонд в размере, определенном уставом АО, но не менее 15% уставного капитала, он формируется путем ежегодных отчислений (не менее 5% чистой прибыли) до достижения размера, предусмотренного уставом.

Резервный фонд предназначен для покрытия убытков, погашения облигаций и выпуска акций в случае отсутствия других средств. На иные цели он не может быть использован.

**Управление АО.** Высшим органом управления АО является общее собрание акционеров.

**Государственная регистрация юридических лиц** - это решение компетентного органа власти, подтверждающее законность создания предпринимательского образования и дающее ему право осуществлять предпринимательскую деятельность.

Статус предпринимателя возникает после государственной регистрации, порядок который определяется гражданским законодательством.

Деятельность юридических лиц регулируется ГК РФ.

**Вопросы для самоконтроля:**

1. Назовите виды предпринимательской деятельности и их особенности.
2. Какие предприятия относятся к коммерческим?
3. Какая организация считается юридическим лицом?
4. Назовите организационно-правовые формы предприятий.
5. Назовите действующие в России объединения предприятий.

## Тема 2. Производственная структура предприятия

**Производство** – это процесс создания материальных благ, необходимых для существования и развития общества. Для ведения производственных и других процессов на предприятии имеются различные подразделения. Комплекс производственных подразделений, организаций по управлению предприятием и обслуживанию работников, их количество, взаимосвязи и соотношения между ними по размеру занятых площадей, численности работников и пропускной способности представляют собой **общую структуру предприятия**. Общая структура включает в себя структуру **организационную и производственную**.

**Организационная** структура предприятия – это состав и размеры его организационных единиц, их соотношение и формы построения. Все структурные звенья предприятия делятся на функциональные (отделы, службы) и производственные (цехи, участки, рабочие места) подразделения. Основной структурной производственной единицей является цех (обособленное в административном плане звено, выполняющее определённую законченную стадию работы). В составе цехов по технологическому или предметному принципу организуются участки. Участок объединяет несколько рабочих мест. Рабочее место – это часть производственной территории, оснащённая необходимыми средствами производства для выполнения определённых производственных процессов.

**Производственная** структура строится на базе производственных подразделений и включает основное, вспомогательное, побочное и подсобное производство.



Рис.2. Производственная структура предприятия

**Структура предприятия** – состав и соотношение его внутренних звеньев: цехов, отделов, лабораторий и других компонентов, составляющих единый хозяйственный объект.

Структура предприятия определяется следующими основными факторами:

1. размер предприятия
2. отрасль производства
3. уровень технологии и специализации предприятия.

К функциональным отделам относятся структурные звенья, которые выполняют организационные функции:

1. Отделы и службы, ведущие учетно-расчетную работу (бухгалтерия, отдел кадров)
2. Отделы и службы, нацеленные на организацию производства (отдел главного механика, отдел сбыта и снабжения)

**Рабочее место** – зона производственной территории, оснащенная необходимым оборудованием с учетом специфики и профиля производства.

### **Классификация рабочих мест**

1. Простое – один работник обслуживает один агрегат.
2. Многостаночное – один работник обслуживает одновременно несколько агрегатов.
3. Коллективное рабочее место – один агрегат обслуживается несколькими работниками (крупный прокатный стан).
4. Стационарное рабочее место – неподвижное, располагается на закрепленной производственной площадке и оснащается стационарными средствами труда.
5. Подвижное рабочее место – само продвигается к месту расположения предметов труда (буровая машина, самолеты, козловой кран).
6. Пространственное рабочее место – работник имеет не фиксированное рабочее место, а лишь очередное пространство, за ним закрепляется место явки.
7. Свободное рабочее место – работник может свободно использовать любую точку территории предприятия для выполнения своих обязанностей (главный инженер стройки, страховой агент).

К вспомогательным производствам относятся:

#### **1. Ремонтное производство**

Основной задачей является поддержание всех средств труда и особенно технологического оборудования в работоспособном состоянии, а это обеспечивается плано-предупредительным ремонтом, который проводится по заранее составленному плану, для предупреждения непредвиденного выхода из строя технологического оборудования, коммуникаций и средств транспорта.

Плано-предупредительные ремонты включают:

- **межремонтное обслуживание**
- **текущий ремонт** – основной вид профилактического ремонта, представляющий собой комплекс работ по сохранению оборудования и обеспечению нормальной работоспособности до очередного ремонта
- **средний ремонт** – проводится замена частей детали, трубопроводов и т.д.
- **капитальный ремонт** – восстановительный ремонт, в результате которого восстанавливаются первоначальная точность, мощность и производительность оборудования.

#### **2. Энергетическое производство**

Основные энергоносители:

- электрический ток
- горячая вода
- топливо
- пар
- сжатый воздух

Энергетические цеха:

- котельная
- электростанции
- водоносные станции
- компрессорные цеха

#### **Основные задачи энергетического производства:**

- обеспечение бесперебойного снабжения предприятия в целом и его подразделений всеми видами топлива и энергии, своевременное их распределение и подача к рабочим местам
- надзор и своевременный ремонт энерговырабатываемого и энергопотребляемого оборудования

3. **Складское производство** – является важным звеном в общем комплексе вспомогательных служб, которое должно обеспечивать сохранность сырья, материалов, топлива и т.д.

#### **4. Транспортное производство**

Процесс производства тесно связан с перемещением больших масс сырья, материалов, топлива, готовой продукции. Все эти грузы должны быть доставлены на предприятие, разгружены и размещены на складах или хранилищах, откуда их подадут в производственные и вспомогательные цеха и на протяжении всего производственного цикла подвергают многочисленным переместительным и погрузочно-разгрузочным работам.

Задачи транспортного производства:

- обеспечение эффективного обслуживания транспорта основного и вспомогательного производства
- обеспечение строгой согласованности технологических процессов и транспортных операций

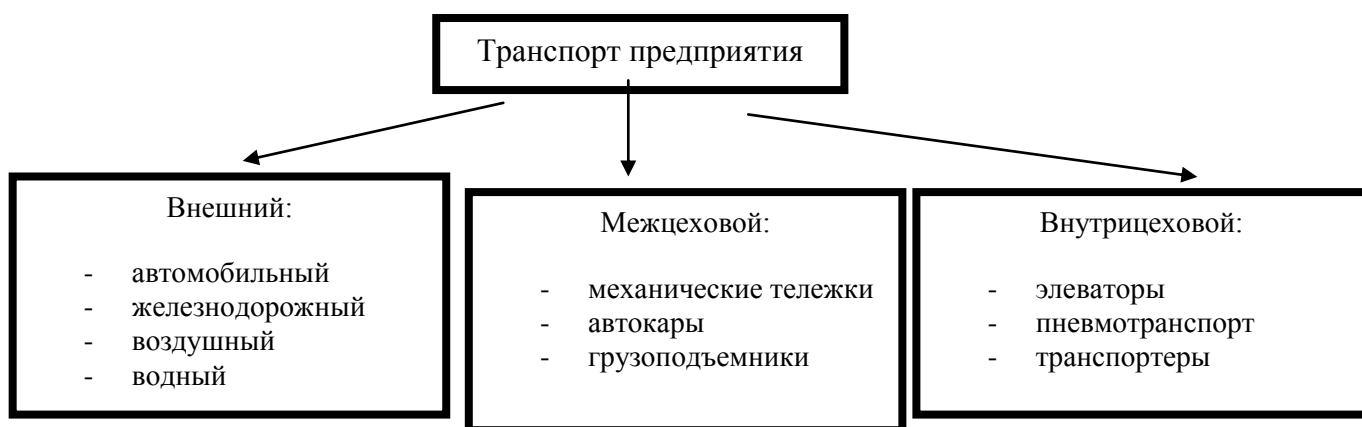


Рис 3. Структура транспортной службы

#### **Задачи вспомогательного производства:**

Обеспечение нормального и бесперебойного хода производственного процесса при оптимальных затратах труда и материальных ресурсов, т.е. вспомогательное производство занимается техническим обслуживанием основного производства.

#### **Вопросы для самоконтроля:**

1. В чем суть общей и производственной структуры предприятия?
2. Как влияют типы организации производства на общую и производственную структуру предприятия?
3. Какие факторы определяют производственную структуру?
4. Каковы пути совершенствования производственной структуры?

### Тема 3. Материально-техническая база организации (предприятия)

#### Основной и оборотный капитал

**Основные средства** — средства труда, которые неоднократно участвуют в производственном процессе, сохраняя свою натуральную форму, а их стоимость переносится на производимую продукцию частями по мере снашивания.

В соответствии с Положением по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» ПБУ 6/01 при принятии к бухгалтерскому учету активов в качестве основных средств необходимо одновременное выполнение следующих условий:

- а) использование в производстве продукции, при выполнении работ или оказании услуг либо для управленческих нужд организации;
- б) использование в течение длительного времени, т.е. срока полезного использования продолжительностью свыше 12 месяцев или обычного операционного цикла, если он превышает 12 месяцев.

**Срок полезного использования** признается период, в течение которого основные средства приносят экономические выгоды (доход) организации. Для отдельных групп основных средств срок полезного использования определяется исходя из количества продукции (объем работ в натуральном выражении), ожидаемых к получению в результате использования этих основных средств;

- в) организацией не предполагается последующая перепродажа данных активов;
- г) способность приносить организации экономические выгоды (доход) в будущем.

Объекты основных средств со стоимостью не более 10 000 руб. за единицу, а также приобретенные книги, брошюры и тому подобные издания разрешается списывать на затраты на производство (расходы на продажу) по мере отпуска их в производство или эксплуатацию. В целях обеспечения сохранности данных объектов в организации должен быть организован контроль за их движением.

Для учета, оценки и анализа основные средства (фонды) классифицируются по ряду признаков.

**1) активные** – основные фонды, которые в процессе производства непосредственно воздействуют на предмет труда (машины, оборудование, технологические линии, транспортные средства);

**2) пассивные** – это остальные основные фонды, которые создают необходимые условия для нормального функционирования производственного процесса.

**Производственная структура** – соотношение различных групп основных производственных фондов (%) по существенному натуральному составу в их общей среднегодовой стоимости.

Важнейшим показателем производственной структуры основных фондов является доля **активной части в их общей стоимости**. Это связано с тем, что объем выпуска продукции, производственная мощность предприятия, другие экономические показатели работы предприятия в значительной мере зависят от величины активной части ОПФ. Поэтому повышение ее доли до оптимального уровня является одним из направлений совершенствования производственной структуры ОПФ на предприятии.

Производственная структура ОПФ на предприятии зависит от следующих факторов: специфики предприятия; ускорения НТП; уровня концентрации, специализации, кооперирования и диверсификации производства; географического местонахождения и др.

**По принципу вещественно-натурального состава** они подразделяются на: здания, сооружения, передаточные устройства, рабочие и силовые машины и оборудование, измерительные и регулирующие приборы и устройства, вычислительная техника, транспортные средства, инструмент, производственный и хозяйственный инвентарь и принадлежности, рабочий и продуктивный скот, многолетние насаждения,

внутрихозяйственные дороги и прочие основные средства, а также земельные участки, находящиеся в собственности предприятия, учреждения.

**По функциональному назначению** основные фонды делятся п.) производственные и непроизводственные. К *производственным* основным фондам относятся те средства труда, которые непосредственно участвуют в производственном процессе (машины, оборудование и т.п.), создают условия для его нормального осуществления (производственные здания, сооружения, электросети и др.) и служат для хранения и перемещения предметов труда.

*Непроизводственные* основные фонды - основные фонды, которые непосредственно не участвуют в производственном процессе (жилые дома, детские сады и ясли, школы, больницы и др.), но находятся в ведении промышленных предприятий.

**По принадлежности** основные фонды подразделяются на собственные и арендованные.

Основные производственные фонды, в зависимости от степени их воздействия на предмет труда, разделяют на **активные и пассивные**.

К *активным* относятся такие основные фонды, которые в процессе производства непосредственно воздействуют на предмет труда, видоизменяя его (машины и оборудование, технологические линии, измерительные и регулирующие приборы, транспортные средства).

Все остальные основные фонды можно отнести к *пассивным*, так как они непосредственно не воздействуют на предмет труда, а создают необходимые условия для нормального протекания производственного процесса (здания, сооружения и др.).

**По степени использования** основные средства подразделяются на находящиеся в:

эксплуатации; запасе ;ремонте; стадии достройки, дооборудования, реконструкции, модернизации и частичной ликвидации; на консервации.

**Основные средства в зависимости от имеющихся у организации прав** на них подразделяются на:

- основные средства, принадлежащие на праве собственности (в том числе сданные в аренду, переданные в безвозмездное пользование, переданные в доверительное управление);
- основные средства, находящиеся у организации в хозяйственном ведении или оперативном управлении (в том числе сданные в аренду, переданные в безвозмездное пользование, переданные в доверительное управление);
- основные средства, полученные организацией в аренду;
- основные средства, полученные организацией в безвозмездное пользование;
- основные средства, полученные организацией в доверительное управление.

Основные средства (основной капитал) являются важнейшим фактором производства, а в условиях рыночной экономики и ускорении НТП роль этого фактора в национальной экономике существенно возрастает.

Экономическое и социальное значение основных средств на макроуровне обуславливается многими причинами.

Во-первых, основные средства признаются существенной частью национального богатства страны,

Во-вторых, от величины основных фондов, особенно их качественного состояния, в значительной степени зависят конкурентоспособность отечественной продукции и эффективность производства.

В-третьих, от количественного и качественного состояния, особенно активной части основных фондов, зависит уровень механизации и автоматизации труда со всеми вытекающими экономическими и социальными последствиями.

В-четвертых, от величины и качественного состояния основных производственных фондов в народном хозяйстве в значительной степени зависят темпы экономического роста в стране.

В-пятых, наличие достаточной величины основных фондов — это основа для экономической безопасности страны и ее обороноспособности.

### **Виды стоимостных оценок основных фондов**

**Оценка основных фондов** — это денежное выражение их стоимости. Применяются три вида их оценки: **первоначальная, восстановительная и остаточная стоимость основных средств.**

**Первоначальная стоимость основных средств** — стоимость, слагающаяся из затрат по их возведению (сооружению) или приобретению, включая расходы по их доставке и установке, а также иные расходы, необходимые для доведения данного объекта до состояния готовности к эксплуатации по назначению.

В условиях переходного периода к рыночным отношениям расширяются возможности поступления основных средств на предприятия. Поэтому в зависимости от способа поступления активных основных средств их первоначальная стоимость определяется следующим образом:

внесенных учредителями в счет их вклада в уставный капитал предприятия — по договоренности сторон;

полученных от других предприятий и лиц безвозмездно, а также в качестве субсидий правительственного органа - экспертным путем или по данным документов приемки-передачи;

долгосрочно арендуемых - по договоренности сторон.

**Основные средства принимаются к бухгалтерскому учету по первоначальной стоимости.** Стоимость основных средств, в которой они приняты к бухгалтерскому учету, не подлежит изменению, кроме случаев, установленных законодательством РФ и Положением по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» ПБУ 6/01.

Изменение первоначальной стоимости объектов основных средств, в которой они приняты к бухгалтерскому учету, допускается в случаях достройки, дооборудования, реконструкции, модернизации, частичной ликвидации и переоценки объектов основных средств.

Велика роль основных фондов на микроуровне, так как от величины их стоимости и качественного состояния в значительной мере зависят:

- производственная мощность предприятия, объем выпуска и реализации продукции;
- уровень механизации, автоматизации производства и труда;
- уровень качества и конкурентоспособности выпускаемой продукции;
- уровень себестоимости и рентабельности реализованной продукции;
- финансовое состояние предприятия на данном этапе и в перспективе.

Поэтому на каждом предприятии следует управлять не только процессом создания и обновления основного капитала, но и процессом эффективного использования.

**Восстановительная стоимость основных средств** - это стоимость их воспроизводства в современных условиях. Величина отклонения восстановительной стоимости основных фондов от их первоначальной стоимости зависит от темпов ускорения НТП, уровня инфляции и др. Своевременная и объективная переоценка основных фондов имеет очень важное значение, прежде всего для их простого и расширенного воспроизводства.

В условиях инфляции переоценка основных фондов на предприятии позволяет:

- объективно оценить истинную стоимость основных фондов;
- более правильно и точно определить затраты на производство и реализацию продукции;
- более точно определить величину амортизационных отчислений, достаточную для простого воспроизводства основных фондов;
- объективно устанавливать продажные цены на реализуемые основные фонды и арендную плату (в случае сдачи их в аренду).

Переоценка объектов основных средств производится с целью определения реальной стоимости объектов основных средств путем приведения первоначальной стоимости объектов основных средств к их рыночным ценам и условиям воспроизводства на дату переоценки.

В целях проведения переоценки объектов основных средств в организации должна быть проведена подготовительная работа по осуществлению переоценки объектов основных средств, в частности, проверка наличия объектов основных средств, подлежащих переоценке.

Решение организации о проведении переоценки по состоянию на начало отчетного года оформляется соответствующим распорядительным документом, обязательным для всех служб организации, которые будут задействованы в переоценке основных средств, и сопровождается подготовкой перечня объектов основных средств, подлежащих переоценке.

В перечне рекомендуется указать следующие данные об объекте основных средств: точное название; дату приобретения, сооружения, изготовления; дату принятия объекта к бухгалтерскому учету.

Исходными данными для переоценки объектов основных средств являются: первоначальная стоимость или текущая (восстановительная) стоимость (если данный объект переоценивался ранее), по которой они учитываются в бухгалтерском учете по состоянию на 31 декабря предыдущего отчетного года; сумма амортизации, начисленной за все время использования объекта *по состоянию на указанную дату; документально подтвержденные данные о текущей (восстановительной) стоимости переоцениваемых объектов основных средств по состоянию на 1 января отчетного года.*

Переоценка объекта основных средств производится путем пересчета его первоначальной стоимости или текущей (восстановительной) стоимости, если данный объект переоценивался ранее, и суммы амортизации, начисленной за все время использования объекта.

Результаты проведенной по состоянию на 1-е число отчетного года переоценки объектов основных средств подлежат отражению в бухгалтерском отчете обособленно. Результаты переоценки не включаются в данные бухгалтерской отчетности предыдущего отчетного года и принимаются при формировании данных бухгалтерского баланса на начало отчетного года.

**Остаточная стоимость** представляет собой разницу между первоначальной или восстановительной стоимостью и суммой износа, т.е. это та часть стоимости основных средств, которая еще не перенесена на производимую продукцию.

Оценка основных средств по их остаточной стоимости необходима прежде всего для того, чтобы знать их качественное состояние, в частности, определить коэффициенты годности и физического износа при составлении бухгалтерского баланса.

Основные фонды оцениваются по ликвидационной стоимости, по которой оценивается объект основных средств при реализации. Для ее определения необходимо к остаточной стоимости прибавить расходы по ликвидации и вычесть стоимость реализованных материалов от разборки.

Стоимостная оценка основных фондов необходима для их учета, анализа и планирования, а также для определения объема и структуры капитальных вложений.

### **Амортизация и износ основных средств**

Физический износ основных средств. *Основные средства, участвующие в процессе производства, постепенно утрачивают свои первоначальные характеристики вследствие их эксплуатации и естественного снашивания. Под физическим износом понимается потеря средствами труда своих первоначальных качеств.*

Уровень физического износа основных средств зависит от:

- первоначального качества основных фондов; степени их эксплуатации;
- уровня агрессивности среды, в которой функционируют основные фонды;
- уровня квалификации обслуживающего персонала;
- своевременности проведения ППР и др.

Учет этих факторов в работе предприятий может в значительной мере повлиять на физическое состояние основных фондов.

Коэффициент физического износа основных фондов может быть определен по отдельным инвентарным объектам и по данным о фактическом сроке их службы.



Для объектов, фактический срок службы которых ниже нормативного, расчет ведется по формуле

$$I_{\text{физ}} = T_{\text{факт}}/T_{\text{норм}} \times 100\% (\%) \quad (1)$$

где  $T_{\text{ф}}$  и  $T_{\text{н}}$  - фактический и нормативный сроки службы данного инвентарного объекта.

За последние годы уровень физического износа основных фондов все время возрастает и практически достиг критической величины и это наблюдается во всех отраслях народного хозяйства. Особенно большой износ имеется у машин и оборудования, а также транспортных средств.

Моральный износ основных фондов. Наряду с физическим износом основные фонды претерпевают моральный износ (обесценивание). Сущность морального износа состоит в том, что средства труда обесцениваются, утрачивают стоимость до их физического износа, до окончания срока своей физической службы.

На каждом предприятии процесс физического и морального износа основных фондов должен управляться. Основная цель этого управления — недопущение чрезмерного физического и морального износа основных фондов, особенно их активной части, так как это может привести к негативным экономическим последствиям для предприятия. Управление этим процессом происходит через проведение определенной политики воспроизводства основных фондов.

**Амортизация** — процесс переноса основными фондами своей стоимости на выпускаемую продукцию с целью их простого воспроизводства.

**Амортизационные отчисления** — результат процесса амортизации, т. е. это исчисленная сумма амортизационных отчислений за какой-либо период. Амортизационные отчисления называются еще отчислениями на потребление капитала.

Амортизация (амортизационные отчисления) как экономическая категория выполняет следующие функции:

- денежного возмещения износа основных фондов;
- инвестирования на простое и расширенное воспроизводство;
- формирования издержек на производство и реализацию продукции;
- определения налогооблагаемой прибыли;
- экономического обоснования инвестиций;
- предотвращения чрезмерного морального и физического износа основных фондов;
- развития и ускорения темпов НТП и др.

#### **Амортизационные группы. Особенности включения амортизируемого имущества в состав амортизационных групп**

Амортизируемое имущество распределяется по амортизационным группам в соответствии со сроками его полезного использования. Сроком полезного использования признается период, в течение которого объект основных средств или объект нематериальных активов служит для выполнения целей деятельности налогоплательщика. Срок полезного использования определяется налогоплательщиком самостоятельно на дату ввода в эксплуатацию данного объекта амортизируемого имущества в соответствии с положениями настоящей статьи и с учетом классификации основных средств, утверждаемой Правительством Российской Федерации (в ред. Федерального закона от 29.05.2002 № 57-ФЗ).

#### **Показатели эффективности использования основных фондов**

Обобщающим показателем, характеризующим использование основных фондов на предприятии, является показатель фондоотдачи ( $\Phi_0$ ).

Он рассчитывается по формуле

**1) фондоотдача** – показывает, сколько продукции в натуральном и денежном выражении дает каждый рубль, вложенный в основные фонды.

$$f_0 = \Pi / \Phi_{\text{осн}} \text{ (руб/руб, т/руб, м/руб, шт/руб)} \quad (2)$$

где  $\Pi$  – планируемый годовой объем производства.

$\Phi_{\text{осн}}$  – стоимость основных фондов;

Величина фондоотдачи на предприятии зависит от следующих факторов:

- соотношения темпов роста объема реализации и среднегодовой стоимости ОПФ;
- уровня механизации и автоматизации производства, использования прогрессивной технологии и модернизации действующего оборудования;
- увеличения времени работы машин и оборудования (повышение коэффициента сменности);
- улучшения использования производственной мощности предприятия;
- увеличения доли активной части основных производственных фондов;
- уровня квалификации кадров;
  - уровня цен на реализуемую продукцию и др.

**2) фондоемкость** – показывает, сколько средств необходимо вложить в основные фонды, чтобы получить одну единицу продукции.

$$f_e = \Phi_{\text{осн}} / \Pi \text{ (руб/руб, руб/м, руб/шт, руб/т)} \quad (3)$$

*Обратным показателем фондоотдачи является фондоемкость продукции:*

где  $f_e$  – фондоемкость продукции.

Из этой формулы следует, что фондоемкость продукции зависит от фондоотдачи. Снижение фондоемкости на предприятии имеет большое значение, так как в этом случае требуется меньше основных средств для нормального обеспечения производственного процесса, а следовательно, и капитальных вложений в производственные фонды.

Фондоемкой продукцией считается такая продукция, в себестоимости которой большая доля амортизационных отчислений. К фондоемкой продукции относится продукция черной и цветной металлургии, тяжелого машиностроения, химической промышленности и др.

Показатель фондоотдачи чаще всего измеряется в стоимостном выражении, а на предприятиях, выпускающих однородную продукцию, может измеряться как в стоимостном, так и в натуральном выражении.

Пример. На предприятии за отчетный период объем выпуска и реализации продукции в натуральном выражении составил 700 т, в стоимостном выражении - 1 400 000 руб. Среднегодовая стоимость ОПФ составила 700 000 руб.

Определите фондоотдачу в натуральном и стоимостном выражении.

Решение.

Вычислим величину фондоотдачи в натуральном выражении:

$$f_0 = \Pi / \Phi_{\text{осн}} = 700000 / 700000 = 1 \text{ кг/руб.}$$

*Рассчитаем фондоотдачу в стоимостном выражении:*

$$f_0 = \Pi / \Phi_{\text{осн}} = 1400000 / 700000 = 2 \text{ руб/руб.}$$

*В данном случае фондоотдача в натуральном выражении ( $f_0 = 1 \text{ кг/руб.}$ ) или стоимостном ( $f_0 = 2 \text{ руб/руб.}$ ) означает, что с каждого рубля среднегодовой стоимости основных производственных фондов получено 1 кг продукции в натуральном исчислении или на 2 руб. в стоимостном исчислении.*

О степени использования оборудования можно судить по следующим показателям: коэффициенты сменности, интенсивный, экстенсивный и интегральный.

**3) Коэффициент сменности** - показывает, во сколько смен работает оборудование:

$$K_{\text{см.}} = (N_1 + N_2 + N_3) / N_{\text{общее}} \quad (4)$$

где  $N$  – количество оборудования, работающее в первую, во вторую и в третью смену и общее количество оборудования.

**4) Интенсивный коэффициент** показывает уровень использования производственной мощности основного оборудования:

$$K_{\text{инт}} = \Pi / M \leq 1 \quad (5)$$

где М – производственная мощность

**5). Экстенсивный коэффициент** показывает уровень использования времени работы оборудования:

$$K_{\text{экт.}} = T_{\text{эфф.об.}} / T_{\text{ном.об.}} \leq 1 \quad (6)$$

**6). Интегральный коэффициент** показывает уровень использования оборудования с учётом всех факторов, влияющих на его работу:

$$K_{\text{ингр.}} = K_{\text{инт.}} \times K_{\text{экс.}} \leq 1 \quad (7)$$

#### Основные пути улучшения использования основных фондов:

- Освобождение предприятия от излишнего оборудования или сдача его в аренду;
- Приобретение нового высококачественного оборудования, механизация, автоматизация производства;
- Своевременная модернизация и реконструкция производства;
- Совершенствование организации и повышение качества капитальных ремонтов;
- Повышение интенсивности производства, повышение коэффициента сменности оборудования;
- Совершенствование организации производства;
- Повышение уровня квалификации кадров на всех уровнях производства и др.

#### Производственная мощность предприятия (цеха, участка), методика ее расчета

Важнейшей характеристикой потенциальных возможностей и степени использования ОПФ является производственная мощность участка, цеха, предприятия. Под **производственной мощностью** понимается максимально возможный годовой (суточный) объем выпуска продукции при заданных номенклатуре и ассортименте с учетом наилучшего использования всех ресурсов, имеющихся на предприятии.

Производственная мощность предприятия определяется, как правило, в расчете на год по мощности основных (ведущих) цехов, участков или агрегатов, т.е. тех из них, которые выполняют основные технологические операции по изготовлению продукции.

На плановый период производственная мощность рассчитывается исходя из номенклатуры и ассортимента, установленных в плане. Наличная мощность за отчетный период рассчитывается в номенклатуре и ассортименте, соответствующих фактическому выпуску продукции.

Производственная мощность предприятия зависит от следующих факторов: количества и качества действующего оборудования; максимально возможной производительности каждой единицы оборудования и пропускной способности площадей в единицу времени; принятого режима работы (сменность, продолжительность одной смены, прерывное, непрерывное производство и т.п.); номенклатуры и ассортимента продукции; трудоемкости производимой продукции; пропорциональности (сопряженности) производственных мощностей отдельных цехов, участков, агрегатов, групп оборудования; уровня внутриводской и межзаводской специализации и кооперирования; уровня организации труда и производства.

**Производственная мощность** – максимально возможный объем выпуска в год в натуральном выражении.

$$M = m \cdot n \cdot T_{\text{эфф.об.}} \quad (8)$$

( так в непрерывных аппаратурных производствах мощность можно определить, исходя из часовой производительности основного оборудования)

где М - часовая производительность основного оборудования,

n- количество единиц основного оборудования,

$T_{\text{эфф.об.}}$ - эффективный годовой фонд работы оборудования (час)

$$T_{\text{ном.об.}} = T_{\text{календ}} - T_{\text{вых.}} - T_{\text{праздн.}} \text{ (дни)} \quad (9)$$

$$T_{\text{эф.об.}} = T_{\text{ном}} - T_{\text{рем.}} = (T_{\text{ном.}} - T_{\text{рем.}}) * t_{\text{см.}} * n_{\text{см.}}; \text{ (час)} \quad (10)$$

Для производства периодического, прерывного

$$M = m^1 \times n \times T_{\text{эф.}} / t_{\text{процесса}} \quad (11)$$

где  $m^1$  – разовая производительность единица основного оборудования,  $n$  – количество единиц этого оборудования,  $T_{\text{эф.}}$ - годовой эффективный фонд времени работы оборудования,  $t$  процесс – длительность одного производственного процесса. **При расчёте производственной мощности цеха, участка** приходится учитывать изменение мощности в течение планируемого периода, связанное с выбытием или установкой оборудования, изменением графика работы и т.д. В этих случаях определяется среднегодовая производственная мощность

$$M_{\text{ср.}} = M_{\text{нач.}} + (M_{\text{ввода}} \times n_{\text{исп.}} / 12) - (M_{\text{выб.}} \times n_{\text{выб.}} / 12) \quad (12)$$

где  $M$  – мощность на начало года, мощность введённая, мощность выбывшая;

$n_{\text{исп.}}$ - количество месяцев до конца года использования введённой мощности;

$n_{\text{выб.}}$  – количество месяцев до конца года от момента выбытия мощностей.

На основе производственной мощности определяется производственная программа (П) – планируемый объём производства продукции в пределах производственной мощности.

Для установления степени соответствия мощностей различных цехов (участков, агрегатов) определяется коэффициент сопряженности ведущего звена предприятия и остальных производственных звеньев.

**Коэффициент сопряженности** определяется отношением мощности ведущего цеха (участка, агрегата) к мощности остальных цехов (участков, агрегатов), в том числе к пропускной способности вспомогательных и обслуживающих производств. Этот коэффициент позволяет выявить «узкие» места и разработать меры по их устранению.

### Экономическая сущность, состав и структура оборотных средств

Оборотные средства наряду с основными и рабочей силой являются важнейшим элементом (фактором) производства. Недостаточная обеспеченность предприятия оборотными средствами парализует его деятельность и приводит к ухудшению финансового положения.

Различают два понятия: оборотные средства и оборотные фонды.

Под **оборотными фондами** понимается часть средств производства, которые единожды участвуют в производственном процессе и свою стоимость сразу и полностью переносят на производимую продукцию.

К оборотным фондам относятся: сырье, основные и вспомогательные материалы, комплектующие изделия, не законченная производством продукция, топливо, тара и другие предметы труда.

Оборотные средства как экономическая категория шире, чем оборотные фонды. Оборотные средства складываются из оборотных фондов и фондов обращения.

К **фондам обращения** относятся средства, обслуживающие процесс реализации продукции: готовая продукция на складе, товары, отгруженные заказчиком, но еще не оплаченные ими, средства в расчетах, денежные средства в кассе предприятия и на счетах в банках.

Таким образом, оборотные средства — это денежные средства предприятия, предназначенные для образования оборотных производственных фондов и фондов обращения.

Для изучения состава и структуры оборотные средства группируются по следующим признакам: 1) сферам оборота; 2) элементам; 3) охвату нормированием; 4) источникам финансирования и др. По сферам оборота оборотные средства подразделяются на оборотные производственные фонды (сфера производства) и фонды обращения (сфера обращения).

Оборотные средства функционируют одновременно в сфере производства и в сфере обращения, проходя три стадии кругооборота: снабжение, производство и сбыт (реализация). На денежные средства (Д) предприятие приобретает все необходимые предметы труда для

производства продукции, которые приобретают форму производственных запасов (ПЗ), затем идет непосредственно процесс производства (П), в результате которого получается готовая продукция (ГП), она реализуется, и предприятие за нее получает определенные денежные средства (Д<sup>1</sup>). Таким образом, средства совершают один оборот, затем все повторяется вновь.

Отдельные части оборотных средств имеют различное назначение и по-разному используются в производственно-хозяйственной деятельности, поэтому они классифицируются по следующим элементам.

Представляет собой **предметы труда и средства труда (МБП)**

Второй очень важной составляющей производственных фондов являются оборотные средства - это активы предприятия, которые в результате его хозяйственной деятельности полностью и сразу переносят свою стоимость на готовый продукт, принимают однократное участие в процессе производства, изменяя при этом натурально-вещественную форму. В каждом кругообороте оборотные средства проходят три стадии: денежную (приобретение сырья и других предметов труда), производственную (производственные запасы превращаются в продукцию) и товарную (происходит процесс реализации продукции).

Д-ПЗ...П...ГП-Д'(Стадии кругооборота оборотных средств)

**Оборотные средства классифицируются по четырём признакам:**

1. **по сферам оборота** оборотные средства состоят из оборотных фондов (функционируют в сфере производства: сырьё, материалы, топливо и др.) и фондов обращения ( функционируют в сфере обращения: готовая продукция, средства в расчётах и др.);
2. **по элементам** : производственные запасы
  - незавершённое производство и полуфабрикаты,
  - расходы будущих периодов,
  - готовая продукция на складе и отгруженная покупателям,
  - средства в расчётах,
  - денежные средства на расчётном счёте и в кассе.
3. **по охвату нормированием**: нормируемые (производственные запасы и готовая продукция на складе) и ненормируемые : средства в расчётах, товары отгруженные, денежные средства);
4. **по источникам финансирования**: собственные, заёмные (кредиты), привлечённые (фактически не принадлежат предприятию, но постоянно находятся в его обороте: постоянная задолженность по заработной плате, по платежам в бюджет).  
(временно находящиеся в распоряжении предприятия средства, например, задолженность по заработной плате)

1) **Производственные запасы** – это предметы труда, который еще не вступили в производственный процесс, но находится на предприятии в размере, обеспечивающие непрерывность производственного процесса (сырьё, материалы, запчасти)

2) **Незавершенное производство** – это предметы труда, которые подверглись обработке, но не представляют собой законченный продукт в данном цехе.

3) **Расходы будущих периодов** – это затраты произведенные в данном периоде, по которому будут отнесены на себестоимость продукции в последующем периоде (расходы на подготовку и освоение новых производств, в кусковые расходы).

Под **структурой оборотных средств** понимается соотношение отдельных элементов во всей их совокупности.

Знание и анализ структуры оборотных средств на предприятии имеют очень важное значение, так как она в определенной характеризует финансовое состояние на тот или иной момент работы предприятия. Например, чрезмерное увеличение доли дебиторской задолженности, готовой продукции на складе, незавершенного производства свидетельствует

об ухудшении финансового состояния предприятия. Дебиторская задолженность характеризует отвлечение средств из оборота данного предприятия и использование их дебиторами, должниками в своем обороте. Повышение доли незавершенного производства, готовой продукции на складе указывает на отвлечение оборотных средств из оборота, снижение объема реализации, следовательно, и прибыли. Все это свидетельствует о том, что на предприятии оборотными средствами необходимо управлять с целью оптимизации их структуры и повышения их оборачиваемости.

Структура оборотных средств на предприятии непостоянна и изменяется в динамике под влиянием многих причин.

Структура оборотных средств на предприятиях различных отраслей промышленности далеко не одинакова и зависит от:

- ✚ **специфики предприятия.** На предприятиях с длительным производственным циклом (например, в судостроении) велика доля незавершенного производства; на предприятиях горного профиля большая доля расходов будущих периодов. На тех предприятиях, у которых процесс производства продукции скоротечный, как правило, наблюдается большой удельный вес производственных запасов;
- ✚ **качества готовой продукции.** Если на предприятии выпускается продукция низкого качества, которая не пользуется спросом у покупателей, то резко повышается доля готовой продукции на складах;
- ✚ **уровня концентрации, специализации, кооперирования и комбинирования производства;**
- ✚ **ускорения научно-технического прогресса.** Этот фактор влияет на структуру оборотных средств разнопланово и практически на соотношение всех элементов. Если на предприятии внедряются топливосберегающая техника и технология, безотходное производство, то это сразу влияет на снижение доли производственных запасов в структуре оборотных средств.

Влияют на структуру оборотных средств и другие факторы. При этом необходимо иметь в виду, что одни факторы носят долговременный характер, другие – кратковременный.

Предприятие использует в производстве, кроме покупных полуфабрикатов, полуфабрикаты собственного производства, которые по своей природе близки к незаконченной продукции.

Затраты на освоение новой продукции, подготовительные и другие работы, рассчитанные на длительное время, составляют расходы будущих периодов и списываются на себестоимость продукции в будущих периодах.

Наличие собственных и заемных средств в обороте предприятия объясняется особенностями организации производственного процесса. Постоянная минимальная сумма средств для финансирования потребностей производства обеспечивается собственными оборотными средствами. Временная потребность в средствах, возникшая под влиянием зависящих и не зависящих от предприятия причин, покрывается кредитом и другими источниками.

Оборотные средства классифицируются и по другим признакам. В зависимости от ликвидности (скорости превращения в денежные средства) оборотные средства подразделяются на абсолютно ликвидные средства; быстро реализуемые оборотные средства, медленно реализуемые оборотные средства. Например, абсолютно ликвидным относятся денежные средства в кассе и на расчетном счете. К быстро реализуемым можно отнести готовую продукцию на складе, дебиторскую задолженность.

### **Показатели эффективности использования оборотных средств:**

Оборотные средства постоянно находятся в движении, совершая кругооборот. Из сферы обращения он переходят в сферу производства, а затем из сферы производства вновь поступают в сферу обращения и т.д.

Деньги → Производственные запасы → Продукция → Деньги<sup>1</sup> (причём «Деньги<sup>1</sup>» включают затраты на производство и прибыль, т. е.  $BP = C + P$ )

Время, в течение которого оборотные средства совершают полный кругооборот, т.е. проходят период производства и период обращения, называется периодом оборота оборотных средств.

Основными показателями эффективности использования оборотных средств являются коэффициент оборачиваемости и длительность одного оборота.

1. **коэффициент оборачиваемости** показывает сколько оборотов в течение года, квартала, месяца совершают вложенные в производства оборотные средства.

$$K_{об.} = РП / ОС \text{ (оборот)} \quad (13)$$

где РП - объем реализованной продукции, ОС – средний остаток оборотных средств.

2. **продолжительность одного оборота оборотных средств** определяется числом дней, затраченных на один оборот.

$$T_{об} = T_{календ} / K_{об} \text{ (дни)} \quad (14)$$

где  $T_{календ}$  – календарное время.

Повышение коэффициента оборачиваемости и снижение длительности одного оборота приводят к высвобождению оборотных средств из оборота, которое может быть абсолютным (полученным только от изменения оборачиваемости) и относительным (когда влияет и изменение объема реализации продукции).

**Ускорение оборачиваемости оборотных средств** является одной из основных задач предприятия. **Основными путями повышения** эффективности использования оборотных средств являются:

- на стадии создания производственных запасов – внедрение экономически обоснованных норм запаса; приближение поставщиков всего необходимого производству к потребителям; совершенствование складского и транспортного хозяйства; использование прямых длительных связей с поставщиками и др.;
- на стадии незавершенного производства – ускорении НТП; совершенствование организации производства, снижение брака, простоев и др. сбоев в производстве;
- на стадии обращения – совершенствование работы маркетинговой службы; приближение потребителей к производителям, совершенствование системы расчетов; совершенствование организации работы подразделений по сбыту продукции: упаковка, доставка, оформление, реклама и т.д.

#### **Вопросы для самоконтроля:**

1. Какие существуют виды стоимостных оценок основных производственных фондов и для чего они применяются?
2. Что понимается под структурой оборотных средств? Какие факторы влияют на ее изменение?
3. Какова сущность и значение нормирования оборотных средств?

## Тема 4. Кадры предприятия (организации)

Известно, что к основным факторам производства на предприятии относятся: средства труда, предметы труда и кадры. Основная роль принадлежит кадровому потенциалу на предприятии. Именно кадры играют первую скрипку в производственном процессе, именно от них зависит, насколько эффективно используются средства производства и насколько успешно работает предприятие в целом. Поэтому на каждом предприятии должна разрабатываться и осуществляться **кадровая политика**, направленная на достижение следующих целей:

- создание здорового и работоспособного коллектива;
- повышение уровня квалификации работников предприятия;
- создание трудового коллектива, оптимального по половой и возрастной структуре, а также по уровню квалификации;
- создание высокопрофессионального руководящего звена, способного гибко реагировать на изменяющиеся обстоятельства, чувствовать и внедрять все новое и передовое и умеющего смотреть далеко вперед.

Кадровая политика на предприятии включает:

- отбор и продвижение кадров;
- подготовку кадров и их непрерывное обучение;
- наем работников в условиях неполной занятости;
- расстановку работников в соответствии со сложившейся системой производства;
- стимулирование труда;
- совершенствование организации труда;
- создание благоприятных условий труда для работников предприятия и др.

Необходимо отметить, что управление персоналом является составной частью управления предприятием в целом.

Процесс управления предприятием можно разбить на следующие составляющие: управление техникой, экономикой, кадрами.

Если первые две составляющие процесса управления для специалиста не представляют особой трудности, то наиболее сложным является управление кадрами. Это связано с тем, что каждый член трудового коллектива имеет свои потенциальные трудовые возможности, свои черты характера, в своем плане он неповторим. Поэтому руководители различного уровня обязаны знать психологию каждого подчиненного им работника и на этой основе так воздействовать на него, чтобы полностью раскрылись и реализовались его потенциальные возможности на работе.

Для анализа, планирования, учета и управления персоналом все работники предприятия классифицируются по ряду признаков. В зависимости от участия в производственном процессе весь персонал предприятия делится на две категории: промышленно-производственный (ППП) и непромышленный.

К **промышленно-производственному персоналу** относятся работники, непосредственно связанные с производством и его обслуживанием.

**Непромышленный персонал** включает работников, которые непосредственно не связаны с производством и его обслуживанием. В основном это работники жилищно-коммунального хозяйства, детских и врачебно-санитарных учреждений, принадлежащих предприятию.

В свою очередь, ППП в зависимости от выполняемых им функций классифицируется на следующие категории: рабочие; руководители; специалисты; служащие.

К **рабочим** относятся работники предприятия, непосредственно занятые созданием материальных ценностей или оказанием производственных и транспортных услуг. Рабочие, в свою очередь, подразделяются на основных и вспомогательных. К **основным** относятся рабочие, которые непосредственно связаны с производством продукции, к **вспомогательным** - рабочие, занимающиеся обслуживанием производства. Это деление чисто условное, и на практике иногда их трудно разграничить.



**Специалисты** на предприятии: бухгалтеры, экономисты, техники, механики, психологи, социологи, художники, товароведы, технологи и др.

**Служащие** на предприятии: агенты по снабжению, машинистки, секретари-машинистки, кассиры, делопроизводители, табельщики, экспедиторы и др.

Кроме общепринятой классификации ППП по категориям существуют классификации и внутри каждой категории. Например, **руководителей** на производстве в зависимости от возглавляемых ими коллективов принято подразделять на линейных и функциональных. К **линейным** относятся руководители, возглавляющие коллективы производственных подразделений, предприятий, объединений, отраслей, и их заместители; к **функциональным** — руководители, возглавляющие коллективы функциональных служб (отделов, управлений), и их заместители.

По уровню, занимаемому в общей системе управления народным хозяйством, все руководители подразделяются на руководителей низового звена, среднего и высшего звена.

К **руководителям низового звена** принято относить мастеров, старших мастеров, прорабов, начальников небольших цехов, а также руководителей подразделений внутри функциональных отделов и служб.

**Руководителями среднего звена** считаются директора предприятий, генеральные директора всевозможных объединений и их заместители, начальники крупных цехов.

К **руководящим работникам высшего звена** относятся руководители финансово-промышленных групп (ФПГ), генеральные директора крупных объединений, руководители функциональных управлений министерств, ведомств и их заместители.

Наукой и практикой уже давно установлено, что эффективность работы предприятия на 70—80% зависит от его руководителя. Именно руководитель подбирает для себя команду и определяет кадровую политику на предприятии. От того, как он это делает, зависит очень многое. Если на предприятии нет перспективного плана развития предприятия, если нет стратегии на дальнюю и ближнюю перспективу, значит, нет всего этого и в голове руководителя. В этом случае считайте, что у предприятия плохое будущее. Поэтому на каждом предприятии основным стержнем в кадровой политике должны быть подбор и расстановка в первую очередь руководителей различного звена.

Эффективность использования рабочей силы на предприятии в определенной мере зависит и от структуры кадров предприятия — состава кадров по категориям и их доли в общей численности.

На структуру ППП влияют следующие факторы:

- уровень механизации и автоматизации производства;
- тип производства (единичный, мелкосерийный, крупносерийный, массовый);
- размеры предприятия;
- организационно-правовая форма хозяйствования; сложность и наукоемкость выпускаемой продукции; отраслевая принадлежность предприятия и др. Кадровая политика на предприятии должна быть направлена на оптимальное сочетание категорий ППП.

Процесс управления персоналом требует, чтобы на каждом предприятии определялась и анализировалась структура ППП по половому и возрастному составу, а также по уровню квалификации. Это необходимо для того, чтобы своевременно готовить замену кадров, а также для достижения наиболее приемлемой для предприятия структуры кадров по половому и возрастному составу, по уровню квалификации и другим признакам.

Персонал фирмы и его изменения имеют определенные **количественные, качественные и структурные характеристики**, которые могут быть с меньшей или большей степенью достоверности измерены и отражены следующими абсолютными и относительными показателями:

- списочная и явочная численность работников фирмы и/или ее внутренних подразделений, отдельных категорий и групп на определенную дату;

- доля работников определенных категорий с высшим, средним специальным образованием в общей их численности;
- среднесписочная численность работников фирмы и/или ее внутренних подразделений за определенный период;
- удельный вес работников отдельных подразделений (групп, категорий) в общей численности работников фирмы;
- темпы роста (прироста) численности работников фирмы за определенный период;
- средний разряд рабочих предприятия
- удельный вес служащих, имеющих высшее или среднее специальное образование в общей численности служащих и/или работников предприятия;
- средний стаж работы по специальности руководителей и специалистов фирмы;
- текучесть кадров;
- фондовооруженность труда работников и/или рабочих на фирме и др.

Совокупность перечисленных и ряда других показателей может дать представление о количественном, качественном и структурном состоянии персонала фирмы и тенденциях его изменения для целей управления персоналом, в том числе планирования, анализа и разработки мероприятий по повышению эффективности использования человеческих ресурсов предприятия.

**Количественная характеристика персонала** фирмы, в первую очередь, измеряется такими показателями, как списочная, явочная и среднесписочная численность работников. **Списочная численность** работников фирмы — это показатель численности работников списочного состава на определенную дату с учетом принятых и выбывших за этот день работников. **Явочная численность** — расчетное количество работников списочного состава, которые должны явиться на работу для выполнения производственного задания. Разница между явочным и списочным составом характеризует количество целодневных простоев (отпуска, болезни, командировки и т. д.).

Для определения численности работников за определенный период используется показатель **среднесписочной численности**. Он применяется для исчисления производительности труда, средней заработной платы, коэффициентов оборота, текучести кадров и ряда других показателей.

Среднесписочная численность работников за месяц определяется путем суммирования численности работников списочного состава за каждый календарный день месяца (включая праздничные и выходные дни) и деления полученной суммы на число календарных дней месяца. Среднесписочная численность работников за квартал (год) определяется путем суммирования среднесписочной численности работников за все месяцы работы предприятия в квартале (году) и деления полученной суммы на три (12).

#### **Определение потребности в персонале**

**Потребность в персонале** — это совокупность работников соответствующей структуры и квалификации, объективно необходимых фирме для реализации стоящих перед ней целей и задач согласно избранной стратегии развития.

**Определяют общую и дополнительную потребность** в персонале. **Общая потребность** — это вся численность персонала, необходимая фирме для выполнения запланированного объема работ.

**Дополнительная потребность** характеризует дополнительное количество персонала, необходимое в планируемом периоде к уже имеющейся численности работников на начало периода.

При определении потребности в персонале необходимо учитывать следующие обстоятельства:

- ✓ потребность в высвобождении персонала в связи с ростом производительности труда, сокращением объема производства, простоями и др.;
- ✓ потребность в увеличении численности персонала, связанного с расширением производства;

- ✓ потребность в замещении персонала по годам планируемого периода в связи с увольнениями, уходом на пенсию, переходом на инвалидность и др.

С учетом изменения производительности труда в плановом периоде численность работников может быть вычислена по следующей формуле:

$$N_{пл.} = N_6 * J_v + \Delta; \quad (15)$$

где  $N_{пл.}$  — среднесписочная плановая численность работающих;

$N_6$  — среднесписочная численность работающих в базисном периоде;

$J_v$  - индекс объема производства в плановом периоде;

$\Delta$  — общее изменение (уменьшение — «минус», увеличение — «плюс») исходной численности работающих.

Наиболее распространены следующие основные методы определения потребности в рабочих кадрах по: трудоемкости работ; нормам выработки; рабочим местам на основании норм обслуживания машин и агрегатов и контроля за технологическим процессом.

При планировании численности основных рабочих рассчитывается **явочный и среднесписочный состав**. Явочное число основных рабочих в смену ( $\text{Ч}$ ) — это нормативная численность рабочих для выполнения производственного сменного задания по выпуску продукции:

$$\text{Ч}_{яв} = T_p / T_{см} * D_n * S * K_{вн}; \quad (16)$$

где  $T_p$  — трудоемкость производственной программы, нормо-часов;

$T_{см}$  — продолжительность рабочей смены или сменный фонд рабочего времени одного рабочего, часов;

$S$  - число рабочих смен в сутках;

$D_n$  — число суток работы предприятия в плановом периоде;

$K_{вн}$  - плановый коэффициент выполнения норм.

Для расчета требуемого среднесписочного числа рабочих могут быть применены два основных метода — расчет по коэффициенту среднесписочного состава и по планируемому проценту невыходов на работу:

**1) Явочная численность** - показывает, сколько работников необходимо иметь, чтобы в течение суток занять все рабочие места. Она зависит от количества рабочих мест и от того, во сколько смен работают работники на каждом из рабочих мест.

$$\text{Ч}_{яв} = n_{раб. мест.} * n_{рабочих / месте} \text{ (чел.)} \quad (17)$$

**2) Списочная численность** - \_ показывает общее количество работников в данном подразделении с учётом того, что люди могут отсутствовать на работе по различным законным причинам и их рабочие места должны быть заняты другими работниками.

$$\text{Ч}_{спис.} = \text{Ч}_{яв} * K_{явок} \text{ (чел.)} \quad (18)$$

где  $\text{Ч}_{яв}$  — явочная численность,  $K_{явок}$  — коэффициент, показывающий во сколько раз списочная численность должна быть больше явочной, чтобы оборудование могло работать бесперебойно.

Для непрерывного графика работы  $K_{явок} = T_{эф.обор.} / T_{эф.раб.} * n_{смен}$  (19)

Для прерывного графика  $K_{явок} = T_{ном.рабочих} / T_{эф.рабочих}$  (20)

Где  $T_{эф.обор.}$  —Эффективный фонд времени работы оборудования в год

$$T_{эф.обор.} = T_{номин. обор.} - T_{ремонтв} \quad (21)$$

$$T_{ном.обор.} = T_{календ.} - T_{выход.} - T_{праздн.} \quad (22)$$

$T_{эф.раб.}$  — эффективный фонд времени работы одного среднесписочного рабочего.

$$T_{эф.раб.} = (T_{ном. раб.} - T_{отпусков} - T_{больнич.} - T_{прочих}) * t_{смены} \quad (23)$$

$$T_{ном.раб.} = T_{календ.} - T_{выходн.} - T_{праздн.} \quad (24)$$

$T_{ном.рабоч.}$  — номинальный фонд времени работы среднесписочного рабочего.

$N_{смен}$  — количество смен в сутках.

Существует два метода определения численности:

1. по нормам обслуживания, когда явочная численность определяется путём перемножения количества рабочих мест на количество смен по каждому рабочему месту:

$$Ч_{яв.} = \sum n_{раб.мест} \times n_{смен.} \quad (25)$$

2. по трудоёмкости, при котором явочная численность определяется для сдельщиков, для работ, которые точно нормируются:

для сдельщиков:

$$Ч_{яв} = П / Н_{выр.} \quad (26)$$

где П- производственная программа в натуральном выражении, Нвыр.- норма выработки.

для нормируемых работ:

$$Ч_{яв.} = Q / T_{эф.} \times K_{вып.смен.} \quad (27)$$

где Q – объём работ в нормо-часах,

$T_{эф.}$  –эффективный фонд времени работы одного рабочего, K вып.- коэффициент выполнения норм

**3 )Среднесписочная численность** - это расчётная численность, которая определяется как среднеарифметическая за месяц, квартал, год.

#### Вопросы для самоконтроля:

1. Кто входит в состав кадров предприятия?
2. В чем различия явочного и списочного состава кадров?
3. В чем заключается процесс подбора персонала?
4. Назовите принципы управления персоналом.
5. Назовите основные направления организации труда персонала.

## Тема 5. Оплата труда в организации (на предприятии)

Политика в области оплаты труда является составной частью управления предприятием, и от нее в значительной мере зависит эффективность его работы, так как заработная плата - один из важнейших стимулов в рациональном использовании рабочей силы.

При разработке политики в области заработной платы и ее организации на предприятии необходимо учитывать **следующие принципы при оплате труда:**

- ✚ справедливость, т.е. равная оплата за равный труд;
- ✚ учет сложности выполняемой работы и уровня квалификации труда;
- ✚ учет вредных условий труда и тяжелого физического труда; стимулирование за качество труда и добросовестное отношение к труду;
- ✚ материальное наказание за допущенный брак и безответственное отношение к своим обязанностям, приведшее к каким-либо негативным последствиям;
- ✚ опережение темпов роста производительности труда по сравнению с темпами роста средней заработной платы;
- ✚ индексация заработной платы в соответствии с уровнем инфляции;
- ✚ применение прогрессивных форм и систем оплаты труда, которые в наибольшей степени отвечают потребностям предприятия.

С переходом на рыночные отношения произошли довольно существенные изменения в организации заработной платы на предприятиях. Расширены права предприятия в распределении заработанных ими средств. Государство оставляет за собой только регулирование минимальной заработной платы, ее корректировку по мере инфляции и создание равных возможностей для предприятий по зарабатыванию средств на оплату труда.

Кроме того, предприятия при оплате труда должны честно соблюдать Трудовой кодекс РФ и Налоговый кодекс РФ.

Все остальные вопросы, связанные с организацией оплаты труда, переданы в компетенцию коммерческих организаций.

**Оплата труда** — система отношений, связанная с обеспечением установления и осуществления работодателем выплат работникам за их труд в соответствии с законом, иными нормативными правовыми актами, коллективными договорами, соглашениями, локальными актами и трудовыми договорами [ст. 129 ТК РФ].

Для оплаты труда работников могут применяться следующие системы оплаты труда:

- тарифная;
- бестарифная;
- смешанные.

**Тарифная система** - совокупность нормативов, с помощью которых осуществляется дифференциация заработной платы работников различных категорий в зависимости от:

- сложности выполняемой работы;
- условий труда (в том числе отклоняющихся от нормальных); природно-климатических условий, в которых выполняется работа;
- интенсивности труда (совмещение профессий, руководство бригадой и т.п.); характера труда.

К числу основных нормативов, образующих тарифную систему оплаты труда, относятся: тарифно-квалификационные справочники, тарифные ставки и сетки, схемы должностных окладов и нормы труда.

**Тарифно-квалификационный справочник** - это сборник, в котором содержатся сгруппированные по производствам и видам работ подробные характеристики основных видов работ (профессий, должностей) с указанием требований, предъявляемых к квалификации работника. На основе тарифно-квалификационных справочников производятся тарификация (определение степени сложности) работ и присвоение разрядов работникам.

**Тарификация работы** — отнесение видов труда к тарифным разрядам или квалификационным категориям в зависимости от сложности труда.

**Квалификационный разряд** — величина, отражающая уровень профессиональной подготовки работника.

В настоящее время действует Единый тарифно-квалификационный справочник работ и профессий рабочих (ЕТКС), включающий отдельные выпуски по отраслям производств. **В каждом выпуске перечислены профессии и приведены их квалификационные характеристики:**

❖ в разделе «Характеристика работ» перечислены основные виды работ, которые **должен выполнять рабочий** соответствующей квалификации (разряда);

❖ в разделе «Должен знать» указано, какими **минимальными знаниями** об используемом оборудовании, о свойствах применяемых веществ и материалов и т.п. должен обладать работник.

Тарифно-квалификационные характеристики (требования) по общеотраслевым должностям служащих утверждены постановлением Минтруда России от 06.06.96 № 32.

Тарифно-квалификационные характеристики являются нормативным документом, обеспечивающим рациональное разделение труда, правильный подбор, расстановку и использование кадров, единство в определении должностных обязанностей служащих и предъявляемых к ним квалификационных требований.

Тарифно-квалификационные характеристики служат основой при разработке должностных инструкций по соответствующим должностям служащих, а также дифференциации в уровне оплаты труда этих работников на основе Единой тарифной сетки (ЕТС).

Тарифно-квалификационные характеристики по каждой должности состоят из трех разделов: «Должностные обязанности», «Должен знать» и «Требования к квалификации по разрядам оплаты»:

- раздел «**Должностные обязанности**» содержит основные функции, которые могут быть поручены полностью или частично служащему, занимающему данную должность; необходим для разработки должностных инструкций непосредственно в организациях, закрепляющих конкретные обязанности, права и ответственность служащего;

- раздел «**Должен знать**» включает основные требования, предъявляемые к служащему в отношении специальных знаний, также знаний законодательных актов, положений, инструкций, других руководящих и нормативных документов, методов и средств, которые должны применяться при выполнении должностных обязанностей;

- раздел «**Требования к квалификации по разрядам оплаты**» определяет уровень профессиональной подготовки служащего, необходимый для выполнения возложенных на него обязанностей, и требуемый стаж работы.

В тарифно-квалификационных характеристиках приведен перечень основных работ, составленный исходя из сложившихся и отраслях экономики разделения и кооперации труда.

**Тарифная ставка (оклад)** — фиксированный размер оплаты труда за выполнение нормы труда (трудовых обязанностей) определенной сложности (квалификации) за единицу времени.

**Тарифные ставки применяются при определении как размера оплаты** за отработанное время работникам, получающим повременную оплату, так и **размера сдельных расценок**, на основании которых оплачивается труд рабочих-сдельщиков.

В любом случае размер заработной платы конкретного работника при прочих равных условиях зависит от тарифной ставки. Чем выше сложность работы, тем выше тарифная ставка.

Требуемый при выполнении той или иной работы уровень квалификации определяется разрядом.

**Тарифный разряд** — величина, отражающая сложность труда и квалификацию работника.

Более высокий разряд соответствует работе большей сложности.

Заработная плата от разряда к разряду дифференцируется тарифной сеткой.

**Тарифная сетка** — совокупность тарифных разрядов работ (профессий, должностей), определенных в зависимости от сложности работ и квалификационных характеристик работников с помощью тарифных коэффициентов.

Как правило, тарифная сетка представляет собой таблицу, устанавливающую соответствие между разрядами оплаты труда и коэффициентами оплаты труда. Чем выше разряд, тем выше тарифный коэффициент.

Соотношение между квалификационным уровнем работников, отнесенных к различным разрядам, устанавливается посредством тарифных коэффициентов.

**Тарифный коэффициент каждого разряда вычисляется** делением тарифной ставки этого разряда на тарифную ставку первого разряда.

Таким образом, **тарифный коэффициент показывает**, во сколько раз тарифная ставка определенного разряда превышает размер тарифной ставки первого разряда. При этом тарифный коэффициент первого разряда всегда равен **единице**.

Соотношение между тарифным коэффициентом, соответствующим последнему (наибольшему) разряду, и тарифным коэффициентом первого разряда называется **диапазоном тарифной сетки**.

Очевидно, что при построении тарифной сетки необходимо прежде всего определить величину минимальной тарифной ставки, соответствующей первому тарифному разряду. Увеличивая диапазон тарифной сетки, можно повышать заинтересованность работников в повышении квалификации, выполнении более сложных видов работ и т.д.

К числу важнейших показателей, характеризующих затраты труда, относятся **нормы труда**, в том числе:

*норма выработки* - количество продукции, которое работник определенной квалификации должен произвести в единицу рабочего времени;

*норма времени* - количество рабочего времени (часы, минуты), которое должен затратить работник определенной квалификации на производство единицы продукции (работ, услуг);

*норма обслуживания* - количество объектов (единиц оборудования, производственных площадей, рабочих мест и т.д.), которые работник должен обслужить в единицу времени (за час, за рабочий день, рабочую смену, рабочий месяц);

*норма численности* — количество работников соответствующей квалификации, необходимое для выполнения определенного объема работ (производственной, управленческой функции);

*нормированное задание* - суммарный объем работы (в часах или натуральных показателях), который работник (группа работников) должен выполнить за единицу рабочего времени (час, рабочий день, рабочую смену, рабочий месяц). Нормированные задания устанавливаются работникам, получающим повременную оплату.

### **Формы тарифной системы оплаты труда**

Приоритетными формами тарифной системы оплаты труда являются повременная и сдельная.

Основным различием между повременной и сдельной формами оплаты труда является лежащий в их основе способ учета затрат труда:

- ✓ при повременной - учет проработанного времени;
- ✓ при сдельной — учет количества произведенной работником продукции надлежащего качества либо учет количества выполненных работником операций.

При **повременной оплате труда** заработная плата работника определяется в соответствии с его **квалификацией и количеством отработанного рабочего времени**.

Такая оплата труда применяется, как правило, в тех случаях, когда труд работника невозможно нормировать или выполняемые работы не поддаются обоснованному учету. Повременно оплачивается труд руководящего и административно-хозяйственного персонала, дежурного персонала (слесари, сантехники, электрики), рабочих на ремонте и обслуживании машин и т.д.

Работникам, труд которых оплачивается повременно, устанавливается:

**должностной оклад** (руководителям, служащим, техническим исполнителям) — размер заработной платы за полностью отработанный месяц;

**тарифная ставка** (рабочим) — размер заработной платы за единицу времени.

**При простой повременной форме оплаты** труда оплачивается фактически проработанное время исходя из тарифной ставки. В зависимости от способа учета рабочего времени используются месячные тарифные ставки (оклад), дневные и часовые тарифные ставки.

Размер заработной платы работника, для которого установлена месячная тарифная ставка (оклад), не зависит от количества рабочих часов или дней в конкретном месяце. В случае, если все дни в расчетном периоде проработаны полностью, заработная плата начисляется в размере месячной тарифной ставки.

Повременная оплата труда может применяться в сочетании с положением о премировании, в котором устанавливаются конкретные показатели и условия начисления премиальных сумм.

**Повременную систему оплаты труда наиболее выгодно применять**, если:

- на предприятии функционируют поточные и конвейерные линии со строго заданным ритмом;
- функции рабочего сводятся к наблюдению и контролю за ходом технологического процесса;
- затраты на определение планового и учет произведенного количества продукции относительно велики;
- количественный результат труда не может быть измерен и не является определяющим;
- качество труда важнее его количества;
- работа является опасной;
- работа неоднородна по своему характеру и нерегулярна по нагрузке;
- на данный момент увеличение выпуска продукции (работ, услуг) на том или ином рабочем месте является нецелесообразным для предприятия;
- увеличение выпуска продукции может привести к браку или снижению ее качества.

**Сдельная форма оплаты труда** применяется в тех случаях, когда есть реальная возможность фиксировать количественные показатели результата труда и нормировать его путем установления норм: выработки, времени и др.

**При сдельной форме труд работника оплачивается** по сдельным расценкам в соответствии с количеством произведенной продукции (выполненной работы, оказанной услуги).

Сдельные расценки определяются следующим образом:

-делением часовой (дневной) тарифной ставки, соответствующей разряду выполняемой работы, на часовую (дневную) норму выработки;

-умножением часовой (дневной) тарифной ставки, соответствующей разряду выполняемой работы, на установленную норму времени в часах (днях).

Таким образом, сдельная форма оплаты труда является видоизмененной формой почасовой оплаты, хотя на первый взгляд может показаться, что оплата производится только исходя из результатов труда.



В зависимости от наличия дополнительных условий, влияющих на порядок исчисления размера заработной платы, различают следующие виды сдельной оплаты труда:

При **прямой сдельной оплате труда** заработная плата определяется умножением сдельной расценки на количество произведенной продукции (выполненных операций).

*Сдельно-прогрессивная* форма оплаты труда предполагает, что произведенная в пределах установленных норм продукция оплачивается по действующим на предприятии сдельным расценкам, а произведенная сверх норм продукция оплачивается по повышенным расценкам.

Обязательное условие для работника - обеспечение исходного уровня выработки, называемого *нормой*.

Сдельные расценки могут повышаться постепенно в зависимости от уровня перевыполнения норм в соответствии с принятой на предприятии шкалой расценок.

Данная форма оплаты труда стимулирует работников увеличивать выпуск продукции, что и обусловило ее распространение прежде всего в сырьевых и добывающих отраслях.

Для еще большей заинтересованности работника в увеличении производительности труда устанавливают прогрессивную шкалу расценок: чем выше процент перевыполнения нормы, тем больше каждая последующая расценка отличается от предыдущей.

Особенно эффективной сдельно-прогрессивная форма оплаты труда может быть там, где перевыполнение установленной нормы во многом зависит от индивидуальных способностей работника.

В то же время сдельно-прогрессивная форма оплаты труда обладает и рядом недостатков. Прежде всего, к ним следует отнести трудности в выборе исходного размера задания — нормы. Кроме того, отсутствует четкая взаимосвязь между количеством, качеством труда и размером его оплаты.

*Сдельно-премиальная* форма оплаты труда означает, что заработная плата работника складывается из двух частей: сдельного заработка, исчисленного исходя из сдельных расценок и количества произведенной продукции, и премии, размер которой, как правило, устанавливается в процентном отношении к заработной плате. Показатели премирования устанавливаются с учетом особенностей производства и выпускаемой продукции (качества работы, срочности ее выполнения, отсутствия обоснованных жалоб со стороны заказчиков, экономии материалов и др.).

Сдельно-премиальная форма в отличие от простой сдельной формы или сдельно-прогрессивной формы, когда размер заработной платы тем выше, чем больше продукции произведено работником, стимулирует работника не к перевыполнению задания, а к выполнению *качественных* показателей при условии, что задание выполнено полностью.

Данная форма оплаты труда, как правило, применяется при оплате труда производственных рабочих.

**Сдельную систему оплаты труда на предприятии наиболее целесообразно применять в следующих случаях:**

- ✓ имеется возможность точного учета объемов выполняемых работ;
- ✓ имеются значительные заказы на производимую продукцию, а численность рабочих ограничена;
- ✓ одно из структурных подразделений предприятия (цех, участок, рабочее место) является «узким» местом, т. е. сдерживает выпуск продукции в других технологически взаимосвязанных подразделениях;
- ✓ применение этой системы отрицательно не отразится на качестве продукции;
- ✓ существует острая необходимость в увеличении выпуска продукции в целом по предприятию.

**Сдельную оплату труда не рекомендуется использовать** в том случае, если:

- ухудшается качество продукции;
- нарушаются технологические режимы;
- ухудшается обслуживание оборудования;

- нарушаются требования техники безопасности;
- перерасходуются сырье и материалы.

В последние годы некоторые крупные зарубежные предприятия, используя новый управленческий подход, отказываются не только от индивидуальной сдельной, но и от повременной системы оплаты труда. При этом система материального стимулирования ориентируется на **фактическую квалификацию работника** (на основании не диплома, а уровня выполняемой работы). На таких предприятиях работники получают фиксированное жалование за квалификацию, а не за число человеко-часов, проведенных на рабочем месте. Под *фактической квалификацией* понимается также способность работника не только выполнять свои непосредственные обязанности, но и участвовать в решении производственных проблем, разбираться в любом аспекте хозяйственной деятельности предприятия.

Применение *косвенно-сдельной формы оплаты* труда целесообразно в том случае, когда от темпа и качества работы рабочего (например, вспомогательного) напрямую зависит выработка обслуживаемых им основных рабочих.

*Косвенно-сдельная форма оплаты* труда основана на том, что размер заработной платы вспомогательного рабочего (наладчика, комплектовщика и т.п.) определяется в процентах заработка обслуживаемых им основных производственных рабочих.

*Косвенная сдельная расценка* рассчитывается делением тарифной ставки на количество продукции, запланированной к выпуску рабочим-сдельщиком.

Однако данная форма оплаты труда может применяться и для других категорий работников, в том числе для инженерно-технического и управленческого состава, при условии, что в организации создаются коллективы смешанного типа.

Так, при наличии коллективов, объединяющих как рабочих, так и ИТР и управленческих работников, введение косвенно-сдельной формы оплаты труда обеспечивает повышение материальной заинтересованности последних в конечных результатах работы всего коллектива, поскольку результаты труда рабочих зависят от инженерного обеспечения и творческой активности специалистов, руководителей и служащих.

*Аккордная система оплаты труда* — это разновидность сдельной оплаты труда, сущность которой заключается в том, что расценка устанавливается на весь объем подлежащих выполнению работ с указанием срока их выполнения.

**Данная форма оплаты** труда получила широкое распространение, например в **строительстве**. Характерная особенность данной отрасли — необходимость выполнять комплекс различных работ к определенному сроку. Для выполнения строительно-монтажных, ремонтных или иных работ часто создаются бригады из рабочих различных специальностей или коллективы смешанного типа.

На предприятии **наиболее целесообразно применять аккордную оплату труда** в следующих случаях:

- ✓ предприятие не укладывается в срок с выполнением какого-либо заказа, и при его невыполнении оно обязано будет заплатить значительную сумму штрафных санкций в связи с условиями договора;
- ✓ при чрезвычайных обстоятельствах (пожаре, обвале, выходе из строя основной технологической линии по серьезной причине), которые приведут к остановке производства;
- ✓ при острой производственной необходимости выполнения отдельных работ или внедрении нового оборудования на предприятии.

На большинстве предприятий основой для начисления заработной платы является тарифная система, особенно такие элементы, как тарифная ставка и тарифные сетки.

Аккордный заработок, рассчитанный исходя из оценки аккордного задания, распределяется на условиях, определенных бригадой:

- пропорционально отработанному времени;
- в соответствии с коэффициентом трудового участия;

- пропорционально квалификации работников,
- в зависимости от сложности выполняемых работ;
- другими способами, предусмотренными в коллективном договоре, положении об оплате труда на предприятии и т.п. или в договоре на выполнение работы, заключенном с работником.

Аналогично может определяться размер оплаты труда каждого члена бригады и в случае, когда на предприятии применяется тарифная система оплаты труда. Полагается, что все члены бригады имеют одинаковый тарифный разряд и выполняют работы одинаковой сложности.

Если члены бригады имеют различные разряды оплаты труда, то это должно быть учтено при распределении заработка.

Для количественной оценки личного вклада каждого члена бригады в конечный результат могут применяться коэффициенты трудового участия (КТУ).

Порядок определения и применения КТУ устанавливается коллективом бригады в соответствии с действующим на предприятии положением об оплате труда.

Применение КТУ наиболее целесообразно в условиях использования тарифной системы оплаты труда.

*Аккордно-премиальная* форма оплаты труда основана на том, что помимо основного заработка работникам выплачивается премия, например, за повышение качества работы, сокращение сроков ее выполнения.

Использование данной формы оплаты труда требует, чтобы на предприятии использовались эффективные нормы труда и лимиты затрат.

Общая сумма заработка и премии при аккордно-премиальной форме оплаты труда, так же как и при простой аккордной форме оплаты труда, распределяется между членами бригады на основании КТУ или коэффициента мастерства.

**Особенности оплаты труда руководителей, специалистов и служащих.** Особый порядок расчета заработной платы может быть установлен для этих категорий работников, т. е. для тех, кто не относится к администрации предприятия, но непосредственно в производственном процессе участия не принимает (руководители структурных подразделений предприятия, их заместители, специалисты и служащие, др.).

Заработная плата этих категорий работников рассчитывается из средней заработной платы по предприятию умножением ее на коэффициент, утвержденный руководителем предприятия по согласованию с бухгалтерией и профсоюзным органом (если он есть на предприятии).

При этом средняя по предприятию заработная плата рассчитывается делением годового фонда заработной платы на среднесписочную численность всех работников предприятия.

Формы оплаты труда могут быть также разделены на индивидуальные и коллективные.

Коллективные формы оплаты труда, как правило, рассматриваются как действенный инструмент стимулирования заинтересованности работника выполнять задание большим количеством и качественно. Считается, что воздействие на каждого конкретного работника со стороны других членов коллектива (бригады) во многих ситуациях оказывается более сильным по сравнению с мерами административного характера.

Например, потеря коллективной доплаты или премии из-за нерадивости одного члена коллектива обернется для него мощным давлением со стороны остальных членов коллектива (бригады).

В то же время, по оценкам некоторых специалистов, развитие рынка труда приводит к снижению эффективности коллективных (бригадных) форм оплаты труда, поскольку каждый работник стремится самостоятельно определять условия вознаграждения за свой труд. Во многих случаях даже при объединении работников в бригады базовая оплата труда каждого из них устанавливается индивидуально - в зависимости от вклада каждого работника в общий результат, определяются только размеры премий.

При использовании бестарифной системы оплаты труда заработок работника зависит от конечных результатов работы предприятия в целом, его структурного подразделения, в котором он работает, и объема средств, направляемых работодателем на оплату труда.

При бестарифной системе оплаты труда присвоение работнику определенного квалификационного уровня не подразумевает установления соответствующей тарифной ставки или оклада. Конкретный уровень оплаты труда заранее работнику не известен. Каким будет этот уровень, он может лишь предполагать исходя из своего предыдущего опыта.

Поскольку данная система оплаты труда ставит заработок работника в полную зависимость от конечных результатов работы трудового коллектива (подразделения), то применять ее можно только там, где трудовой коллектив полностью несет ответственность за эти результаты.

Формула расчета коэффициента квалификационного уровня работника через заработную плату выглядит следующим образом:

$$\text{ККУ} = \text{ЗП}_j / \text{ЗП}_{\min} \quad (28)$$

где  $\text{ЗП}_j$  - средняя заработная плата  $j$ -го работника за достаточно продолжительный период (6 мес, 1 год и т.д.), предшествующий введению «бестарифной» системы оплаты труда, руб.;

$\text{ЗП}_{\min}$  - средняя заработная плата работника с самым низким уровнем оплаты труда за тот же период, руб.

При расчете средней заработной платы работника для определения ККУ следует отбросить случайные выплаты.

**Целесообразно учитывать следующие основные выплаты:**

- оплату по сдельным расценкам (тарифным ставкам) - для рабочих, оплату по должностным окладам - для специалистов, служащих, руководителей, а также отдельных рабочих (для которых установлены оклады вместо тарифных ставок);

- премии за основные результаты деятельности, выплаченные работникам по действующим системам премирования;

- надбавки за работу в многосменном режиме (если работники систематически работают посменно);

- доплаты за совмещение профессий, расширение зон обслуживания и аналогичные им выплаты;

- доплаты за повышенную интенсивность труда;

- доплаты за руководство бригадой;

- доплаты за условия труда (если они не включены в тарифные ставки и расценки и учитываются отдельно);

- оплату за выслугу лет и за стаж работы в районах Крайнего Севера и приравненных к ним районах.

Все остальные выплаты - оплата сверхурочных работ, оплата простоя и брака не по вине работника, доплаты за отклонения от условий работы, предусмотренных технологическим процессом, и аналогичные им выплаты - не должны учитываться при исчислении коэффициента квалификационного уровня. Среднюю заработную плату работников целесообразно исчислять с учетом среднечасового заработка. В этом случае она будет наиболее сопоставимой по всем группам работающих.

Коэффициенты квалификационного уровня, полученные через сопоставление индивидуальных заработков, могут не использоваться непосредственно в расчетах заработка. При этом они служат основой для анализа и группировки по квалификационным должностным группам.

Во втором случае основой для установления коэффициентов квалификационного уровня служит совокупность ряда показателей, используемых при оценке трудового вклада при любой системе оплаты. Количественные значения этих показателей могут быть легко выведены из действующих условий оплаты.

**Например**, одна из методик расчета показателей квалификационного уровня рабочих и специалистов рекомендует при оценке квалификационного уровня рабочих **учитывать пять показателей:**

- сложность работы;
- фактические условия труда на рабочем месте;
- сменность; интенсивность труда;
- профессиональное мастерство.

Первые три показателя характеризуют рабочее место, два других учитывают индивидуальные качества работника.

Количественное значение показателя квалификационного уровня определяется исходя из установленных условий оплаты, в частности:

**коэффициенты сложности работ** (КСР) определяются делением месячных тарифных ставок по всем разрядам на тарифную ставку первого разряда с тяжелыми и вредными условиями труда;

**коэффициент оценки фактических условий труда** (КУТ) измеряется на каждом рабочем месте либо в соответствии с Положением об оценке условий труда на рабочих местах и порядке применения отраслевых перечней работ, на которых могут устанавливаться доплаты рабочим за условия труда, либо экспертно;

**коэффициент оценки сменности на рабочем месте** (КСМ) определяется по каждому разряду отношением суммы доплат за работу в две либо в три смены к базовой величине;

**коэффициент интенсивности труда** (КИТ) устанавливается в пределах фактически сложившихся размеров выплат за совмещение профессий и расширение зон обслуживания (от 30 до 50% тарифной ставки);

**коэффициент профессионального мастерства** (КПМ) повышает коэффициент квалификационного уровня работника на 15-40%, исходя из сложившихся средних размеров доплат за профессиональное мастерство.

Трудовое участие оценивается с помощью КТУ работника в текущих результатах деятельности подразделения, который является вторым элементом бестарифной системы оплаты труда.

Набор показателей, учитываемых при определении КТУ работника, может быть самым различным. Важно, чтобы он не дублировал показатели, учитываемые при определении коэффициента квалификационного уровня. При этом показатели, учитываемые при определении КТУ, могут действовать как в сторону повышения КТУ, так и в сторону его снижения. При разработке конкретных значений показателей, определяющих величину КТУ, необходимо помнить, что с помощью КТУ целесообразно корректировать коэффициент квалификационного уровня в пределах до 10-20%.

Показателями, **повышающими значение КТУ**, могут быть: участие в выполнении особо важных заданий в срок и с высоким качеством; существенное перевыполнение установленного производственного задания; экономия материальных ресурсов по сравнению с предыдущим периодом или обоснованными нормами и т.п.

Показателями, **понижающими значение КТУ**, могут быть: нарушение правил эксплуатации и содержания оборудования; несоблюдение техники безопасности и других показателей производственной и технологической дисциплины; невыполнение производственных заданий; невыполнение указаний бригадира, мастера, начальника цеха (участка); перерасход материальных ресурсов и т.п.

В практике организации заработной платы можно встретить варианты бестарифной модели, в которых вместо двух коэффициентов (ККУ и КТУ) определяется один - свободный коэффициент оплаты труда (СКТ), механизм расчета которого учитывает как факторы квалификационного уровня работника, так и факторы результативности его работы и отношения к труду в конкретном расчетном периоде.

**Смешанные системы оплаты труда.** В последние годы наряду с тарифной и бестарифной системами применяется так называемые смешанные системы оплаты труда, имеющие признаки одновременно и тарифной, и бестарифной систем, индивидуальных и коллективных форм оплаты труда.

К числу смешанных систем оплаты труда можно отнести систему плавающих окладов, комиссионную форму оплаты труда, дилерский механизм.

**Система плавающих окладов** строится на том, что при условии выполнения задания по выпуску продукции в зависимости от результатов труда работников (роста или снижения производительности труда, повышения или снижения качества продукции (работ, услуг), выполнения или невыполнения норм труда и т.д.) происходит периодическая корректировка тарифной ставки (должностного оклада).

**Комиссионная форма оплаты труда**, как правило, применяется для работников отделов сбыта, внешнеэкономической службы предприятия, рекламных агентов и т.п.

Существует множество разновидностей комиссионной формы, увязывающих оплату труда работников с результативностью их деятельности. Выбор конкретного метода зависит от того, какие цели преследует предприятие, а также от особенностей реализуемого товара, специфики рынка, культурных особенностей страны и других факторов.

Например, если предприятие стремится к максимальному увеличению общего объема продаж, то, как правило, комиссионные устанавливаются в виде фиксированного процента от объема реализации.

Если предприятие имеет несколько видов продукции и заинтересовано в усиленном продвижении одного из них, оно может устанавливать более высокий комиссионный процент для этого вида изделий.

Если предприятие стремится увеличить загрузку производственных мощностей, то необходимо ориентировать работников на реализацию максимального количества единиц продукции, для чего может быть установлена фиксированная денежная сумма за каждую проданную единицу.

Если необходимо максимизировать прибыль в данный конкретный момент без увеличения количества продаваемой продукции, то работнику может быть установлен фиксированный процент от маржи по контракту.

Для обеспечения стабильной работы всего предприятия труд сотрудников отдела реализации может оплачиваться в виде фиксированного процента базовой заработной платы при выполнении плана по реализации.

Дилерский механизм заключается в следующем. Работник за свой счет закупает часть продукции предприятия, которую затем сам же и реализует. Разница между фактической ценой реализации и ценой, по которой работник рассчитывается с предприятием, представляет собой его заработную плату.

Иногда работник получает продукцию бесплатно и рассчитывается за нее с предприятием после реализации по заранее оговоренной цене. В этом случае можно говорить о выплате аванса в натуральной форме с последующим перерасчетом.

**Заработная плата** - это выраженная в денежной форме часть национального дохода, которая распределяется по количеству и качеству труда, затраченного каждым работником, поступает в его личное потребление.

Заработная плата представляет собой вознаграждение за труд в зависимости от квалификации работника, сложности, количества, качества и условий выполняемой работы, а также выплаты помощи социального и стимулирующего характера. Заработная плата - денежное вознаграждение, выплачиваемое работодателем за выполненный работником труд.

Можно сказать и так, что **заработная плата** - это часть издержек на производство и реализацию продукции, идущая на оплату труда работников предприятия.

Каждое из этих определений раскрывает сущность заработной платы с определенной стороны, они как бы дополняют друг друга и поэтому имеют право на существование.

**Различают минимальную, номинальную и реальную заработную плату.** **Минимальная** заработная плата — законодательно установленный уровень оплаты труда, ниже которого работодатель не имеет право устанавливать фактическую заработную плату или социальный норматив.

Минимальная заработная плата (минимальный размер оплаты труда) — гарантируемый федеральным законом размер месячной заработной платы за труд неквалифицированного работника, полностью отработавшего норму рабочего времени при выполнении простых работ в нормальных условиях труда [ст. 129 ТК РФ].

**Номинальная** заработная плата — начисленная и полученная работником заработная плата за его труд за определенный период.

**Реальная** заработная плата — количество товаров и услуг, которые можно приобрести за номинальную заработную плату; **реальная заработная плата** — это «покупательная способность» номинальной заработной платы.

Вполне очевидно, что реальная заработная плата зависит от величины номинальной заработной платы и цен на приобретаемые товары и услуги. Например, при повышении номинальной заработной платы на 15% и инфляции за этот период на уровне 10% реальная заработная плата увеличится только на 5%. Таким образом, превышение инфляции по сравнению с ростом номинальной заработной платы приводит к снижению реальной заработной платы, и наоборот. При отсутствии инфляции рост номинальной заработной платы означает такой же рост и реальной заработной платы.

Кроме того, необходимо иметь в виду, что если цены не в полной мере учитывают качество продукции, то реальная заработная плата находится в прямой зависимости от качества продукции. Поэтому система оплаты труда на каждом предприятии должна учитывать происходящие инфляционные процессы.

#### **Вопросы для самоконтроля:**

1. Что такое тарифная система, и какова ее структура?
2. Как устанавливается часовая тарифная ставка?
3. Как составляют штатное расписание?
4. Назовите формы и системы оплаты труда.
3. Какие виды заработной платы различают в экономике?
4. Какие факторы оказывают влияние на размер заработной платы?
5. Какие принципы организации оплаты труда вы знаете?
6. Что составляет основу организации заработной платы?
7. Что понимается под тарифным нормированием заработной платы?
8. В чем состоит особенность норм оплаты труда?
9. Что такое минимальный размер оплаты труда и что он обеспечивает?
10. Что такое прожиточный минимум и какие существуют его виды?
11. Перечислите основные элементы организации оплаты труда?
12. Что такое тарифная ставка и как она рассчитывается?
13. Какие факторы влияют на размер тарифных ставок?
14. Какие существуют формы оплаты труда?
15. Каковы условия применения сдельной и повременной оплаты труда?
16. Каково назначение сдельной расценки и как она определяется?
17. Что такое бестарифная система оплаты труда?
18. Как рассчитывается коллективная сдельная расценка?
19. Что положено в основу оплаты труда руководителей, специалистов и служащих?
20. Какие способы стимулирования труда вы знаете?
21. Какие существуют системы вознаграждения?

## Тема 6. Издержки производства и реализации продукции

### Понятие и виды издержек производства

Издержки, затраты, себестоимость – являются важнейшими экономическими категориями, уровень которых во многом определяет рентабельность предприятия.

При ведении производства предприятие вкладывает средства в производственные факторы, которые представлены двумя видами: расходы (приобретение оборудования, инструментов, сырья и др. средств производства) и платежи (выплата денег их кассы и расчётного счёта). Использование производственных факторов и является издержками производства. **Издержки** на производство - это более широкое понятие, чем затраты, поскольку они отражают затраты на ресурсы по степени их ценности при наилучшем варианте использования.

Различают издержки экономические и бухгалтерские. Экономические – это все виды выплат фирмы поставщикам за используемые ресурсы. Экономические издержки бывают двух видов: внешние (явные, денежные) и внутренние (неявные, отражающие использование собственных ресурсов: земли, личного труда и др.) Внешние издержки и составляют бухгалтерские издержки.

Бухгалтерские издержки = экономические издержки – внутренние издержки.

Бухгалтерские издержки приближены к затратам предприятия, которые бывают трёх видов:

1. Затраты на производство и реализацию продукции (покрываются из выручки);
2. Затраты на расширение и обновление производства (амортизационный фонд, часть прибыли, кредиты банка);
3. Затраты на социально-культурные, жилищно-бытовые и др. цели (специальные фонды из прибыли).

Таблица 1

Классификация затрат на производство

Классификационный признак	Название затрат по классификационному признаку	Содержание затрат
Экономическое содержание	Смета затрат	Определяется общий объём потребляемых ресурсов
	калькуляция	Определяются затраты на определённый вид продукции
Степень участия в процессе производства	Основные	Связанные с выполнением технологического процесса
	Накладные	Связанные с процессом управления производством.
Способ включения в себестоимость отдельных видов продукции	Прямые	Непосредственно связанные с изготовлением данного вида продукции
	Косвенные	Связаны с работой предприятия в целом, имеют отношение ко всем видам производимой продукции
Состав затрат	Простые	Состоят из одного экономического элемента
	Комплексные	Состоят из нескольких одинаково важных экономических элементов
Зависимость от объёма производства	Условно-переменные	Находятся в прямой зависимости от изменения объёма производства (сырьё, энергия)
	Условно-постоянные	Не зависят от объёма производства
По срокам использования	Текущие	Используются постоянно
	единовременные	Применяются реже одного раза в месяц



**Затраты предприятия на производство и реализацию продукции называются себестоимостью.**

Все затраты на производство и реализацию продукции классифицируются по различным признакам в следующем порядке:

- По их роли в процессе производства: основные (непосредственно связанные с технологией производства: сырьё, энергия и т.д.) и накладные (необходимые для организации обслуживания производства: общепроизводственные, общехозяйственные);
- По способу включения в себестоимость: прямые (можно отнести на себестоимость без труда, поскольку норма расхода известна) и косвенные (можно включить в себестоимость только косвенным расчётным путём: общепроизводственные и др.);
- рабочих);
- По способу учёта затрат: простые и комплексные;
- По срокам использования: текущие и единовременные (реже одного раза

### **Себестоимость, понятие. Методы определения и структура**

**Себестоимость продукции** представляет выраженные в денежной форме текущие затраты. По зависимости от объёма производства: постоянные (не зависящие от объёма производства) и переменные (зависящие от объёма производства: сырьё, энергия, зарплата основных предприятия на производство и реализацию продукции. Себестоимость – это важнейшая экономическая категория, которая выполняет ряд важнейших функций организации производства:

- Осуществляется учёт и контроль всех затрат на выпуск и реализацию продукции;
- Является базой для формирования цены, определения прибыли, рентабельности;
- Служит основанием для анализа эффективности производства, необходимости реконструкции и др. решений.

В зависимости от различных подходов, используются следующие **виды себестоимости**:

- Индивидуальная (себестоимость каждого отдельного вида продукции на конкретном предприятии) и среднеотраслевая (определяется как средневзвешенная величина, т.е. себестоимость средняя по отрасли с учётом объёма производства по каждому предприятию:

$$C_{\text{ср.}} = C_1 \times \Pi_1 + C_2 \times \Pi_2 + \dots + C_n \times \Pi_n / \Pi_1 + \Pi_2 + \dots + \Pi_n \quad (29)$$

- Фактическая или отчётная (сложившаяся фактически в процессе производства) и плановая или проектная;

- Цеховая, производственная, полная - по мере накопления затрат, т.е.:

Цеховая себестоимость включает затраты цеха на производство.

Производственная помимо цеховой себестоимости включает общепроизводственные и общехозяйственные расходы.

Полная включает производственную себестоимость и внепроизводственные затраты (затраты на упаковку, доставку и рекламу продукции).

В зависимости от особенностей, типа производства могут применяться различные **методы расчёта себестоимости**:

1. Простой (котловой) метод используется на предприятиях, выпускающих однородную продукцию и не имеющих незавершённого производства. При этом методе все затраты на производство за определённый период делятся на количество изделий, выпущенное за этот период;

2. Показный метод аналогичен простому методу, но продукция предприятием выпускается разнородная отдельными партиями (заказами);

3. Нормативный метод - продукция выпускается разнородная, но существуют нормативы расхода материальных, трудовых и др, затрат на каждый вид продукции от общей суммы затрат.;

4. Попередельный метод применяется в производствах тогда, когда продукция проходит в процессе обработки ряд этапов (переделов). Этот метод используется в двух вариантах: бесполуфабрикатном (затраты определяются отдельно по каждому переделу) и полуфабрикатном (затраты на каждом переделе присоединяются к затратам предыдущего передела).

Для расчёта себестоимости вне зависимости от особенностей организации производства применяется **два способа расчёта себестоимости: по экономически однородным элементам и по калькуляционным статьям.**

Расчёт себестоимости по экономически однородным элементам применяется при составлении сметы производства, разработки планов, для анализа себестоимости. Расчёт выполняется в целом по всему производству, при этом затраты формируются по следующим элементам:

- Сырьё и материалы;
- Топливо и энергия;
- Заработная плата ППП;
- Отчисления от заработной платы;
- Амортизация основных фондов;
- Прочие расходы.

Расчёт по калькуляционным статьям (калькулирование) применяется для определения себестоимости каждого отдельного вида продукции. При этом способе применяется учёт целевого использования всех видов расходов по конкретным цехам, участкам, видам продукции. Форма, в которой выполняется калькулирование, называется калькуляцией (отчётной, проектной и др.)

Практически на всех производствах применяется следующая номенклатура калькуляционных статей:

1. Сырьё и материалы (основные, вспомогательные, возвратные, полуфабрикаты)
2. Топливо и энергия (собственной выработки и со стороны)
3. Заработная плата основных производственных рабочих (основная и дополнительная)
4. Обязательные отчисления от заработной платы основных рабочих
5. Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования (включая амортизацию оборудования, содержание вспомогательных рабочих и др.)
6. Общецеховые расходы (включая содержание цехового персонала, амортизацию и обслуживание здания и коммуникаций цеха)

Итого даёт цеховую себестоимость.

7. Общезаводские расходы (включая содержание заводоуправления и заводских служб, амортизацию основных фондов общего назначения и др.)

8. Прочие производственные расходы

9. Потери от брака

Итого даёт производственную себестоимость.

10. Внепроизводственные расходы (упаковка, доставка продукции и другие расходы, связанные с реализацией продукции)

Итого даёт полную себестоимость.

Для анализа себестоимости с целью выявления резервов снижения себестоимости выполняют расчёт структуры себестоимости. Рассчитать структуру себестоимости это значит определить удельный вес (в %) каждой из статей затрат в общей сумме затрат. Резервы

снижения себестоимости следует искать в первую очередь в той статье, удельный вес которой преобладает. Если продукция материалоёмкая (преобладает статья «сырьё»), резервы кроются в снижении затрат на сырьё: применение безотходных технологий, снижение непроизводительных потерь, применение синтетических заменителей и т.д. Если продукция энергоёмкая, резервы следует искать в снижении затрат на топливо и энергию. Для трудоёмкой продукции (преобладает статья «заработная плата») для снижения затрат на оплату труда необходимо совершенствовать систему организации и оплаты труда, повышать производительность труда. Снижение затрат по любой из статей приводит к снижению себестоимости, которое является одним из основных источников повышения эффективности производства.

Кроме того, при анализе итогов работы и при планировании определяются различные качественные показатели: себестоимость важнейших видов продукции, себестоимость товарной и реализованной продукции, затраты на 1 рубль товарной продукции, процент снижения затрат по различным технико-экономическим факторам.

### Примеры:

1. Цеховая себестоимость единицы продукции составляет 2200 руб., состав затрат, включённых в себестоимость, приведен ниже. Рассчитав структуру себестоимости, определить возможные пути снижения себестоимости.

Состав затрат на производство продукции:

• Сырьё и материалы	- 1750 руб.
• Топливо и энергия	- 150руб.
• Заработная плата ППП	- 100руб.
• Обязательные отчисления	- 40руб.
• Амортизация	- 110руб.
• Прочие расходы	- 50 руб.
Итого:	- 2200 руб.

#### Решение:

Необходимо определить удельный вес каждого элемента затрат в общей сумме:

Например, для сырья :  $1750 \times 100\% / 2200 = 79,5\%$  и т.д. по всем статьям. Получим структуру себестоимости:

• Сырьё и материалы	- 79,5%
• Топливо и энергия	- 6,8%
• Заработная плата ППП	-4,5%
• Обязательные отчисления	-1,8%
• Амортизация	-5 %
• Прочие расходы	-2,4%
Итого:	100%

Вывод: 79,5% всех затрат на производство составляют затраты на сырьё и материалы, т.е. продукция материалоёмкая, следовательно основная часть резервов снижения себестоимости кроется в снижении затрат на сырьё и материалы.

2. Цех выпускает два вида продукции, основные расходы на производство которых в расчёте на годовой выпуск составляют:

	Продукция №1	Продукция №2
• Сырьё и материалы (тыс. руб.)	7250	4110
• Топливо и энергия (тыс. руб.)	4050	1850
• Заработная плата осн.рабочих	1920	1250
• Обязательные отчисления	600	480

Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования и цеховые расходы (общепроизводственные) в год составляют 3680 тыс.руб. Косвенные расходы в цехе распределяются пропорционально распределению прямых расходов. За год выпускается продукции №1 2000штук, продукции №2 1500тонн.

Определить цеховую себестоимость единицы продукции каждого вида.

Решение:

• Определяется сумма прямых затрат по каждому виду продукции и всего:

$$\text{№1: } 7250 + 4050 + 1920 + 600 = 13820$$

$$\text{№2: } 4110 + 1850 + 1250 + 480 = 7690$$

$$\Sigma \text{пр.} = 13820 + 7690 = 21510 \text{ (тыс.руб.)}$$

• Определяется удельный вес прямых затрат каждого вида продукции в общей сумме:

$$\text{№1: } 13820 * 100 / 21510 = 64\%$$

$$\text{№2: } 7690 * 100 / 21510 = 36\%$$

• Определяется сумма косвенных затрат на каждый вид продукции по полученным процентам:

$$\text{№1: } 3680 * 64 / 100 = 2355 \text{ (тыс.руб.)}$$

$$\text{№2: } 3680 * 36 / 100 = 1325 \text{ (тыс.руб.)}$$

• Определяется общая сумма затрат по каждому виду продукции, складывая затраты прямые и косвенные:

$$\text{№1: } 13820 + 2355 = 16175 \text{ (тыс.руб.)}$$

$$\text{№2: } 7690 + 1325 = 9015 \text{ (тыс.руб.)}$$

• Определяется себестоимость единицы продукции каждого вида путём деления общей суммы затрат на объём производства по каждому виду продукции:

$$\text{№1: } 16175 / 2000 = 8,09 \text{ (тыс.руб.)}$$

$$\text{№2: } 9015 / 1500 = 6,01 \text{ (тыс.руб.)}$$

Вывод: себестоимость одной штуки продукции №1 составляет 8,09 тыс.рублей, а себестоимость одной тонны продукции №2 – 6,01 тысяч рублей.

### Вопросы для самоконтроля:

1. Что входит в понятие «издержки производства», «прибыль» и «валовой доход»?
2. В чем разница между бухгалтерскими и экономическими издержками?
3. На какие виды делят затраты предприятия в зависимости от их роли в процессе воспроизводства?
4. Что представляют собой постоянные, переменные и совокупные издержки производства?
5. Раскройте классификацию затрат на производство продукции.
6. Как определяют издержки производства за рубежом?
7. Каковы значение и пути снижения затрат на производство продукции в условиях рыночной экономики?

## Тема 7. Ценообразование в рыночной экономике

Во многих словарях цена трактуется как денежное выражение стоимости единицы товара. Можно встретить и такую формулировку: **«Цена - это сумма денег, за которую покупатель готов купить товар, а производитель - продать».**

В условиях рыночных отношений резко возрастает роль цены для любой коммерческой организации. Это обстоятельство обуславливается многими причинами.

От уровня цены зависят:

- ✓ величина прибыли коммерческой организации;
- ✓ конкурентоспособность организации и ее продукции;
- ✓ финансовая устойчивость предприятия.

Выбор правильной ценовой политики считается достаточно непростым делом и требует создания маркетинговых служб.

Цена как экономическая категория выполняет ряд важнейших функций:

**Учетная функция** цены отражает общественно необходимые затраты труда на выпуск и реализацию той или иной продукции. Цена определяет, сколько затрачено труда, сырья, материалов, комплектующих изделий на изготовление товара. В конечном счете, цена отражает не только величину совокупных издержек производства и обращения товаров, но и размер прибыли.

В учетной функции цена служит средством исчисления всех стоимостных показателей. К ним относятся как количественные показатели - валовой внутренний продукт (ВВП), национальный доход, объем капитальных вложений, объем товарооборота, объем продукции фирм, предприятий и отраслей, так и качественные - рентабельность, производительность труда, фондоотдача и др.

Таким образом, цена используется для расчета эффективности производства, служит ориентиром принятия хозяйственных решений, важнейшим инструментом внутрифирменного планирования.

**Распределительная функция цены** состоит в том, что государство через ценообразование осуществляет перераспределение национального дохода между отраслями экономики, государственным и другими ее секторами, регионами, фондами накопления и потребления, социальными группами населения.

Эта функция реализуется через включение в себестоимость многих налогов, которые затем являются источником накопления дорожного фонда, Единого социального фонда и других, а также через включение в цену косвенных налогов (НДС и акцизов).

**Функция сбалансирования спроса и предложения** выражается в том, что через цены осуществляется связь между производством и потреблением, предложением и спросом. Цена сигнализирует о диспропорциях в сферах производства и обращения и требует принятия мер по их преодолению. Она служит гибким инструментом для достижения соответствия спроса и предложения.

**Функция цены как средство рационального размещения производства** проявляется наиболее полно в условиях рыночной экономики. С помощью механизма цен происходит перелив капиталов в секторы экономики и производства с более высокой нормой прибыли.

**Стимулирующая функция цены** проявляется в том, что цена при определенных условиях может стимулировать ускорение НТП, улучшение качества продукции, увеличение выпуска продукции и спроса на нее. Это связано с тем, что цены дифференцированы в зависимости от технического уровня и качества продукции. По этим же причинам цены могут оказывать и дестимулирующее воздействие на производство.

В рыночной экономике цены на товары постоянно колеблются. Направление изменения цен для конкретных видов товаров и в конкретные периоды может быть различным. Однако есть и общие тенденции, характерные как для отдельных групп потребительских товаров, так и для всей их номенклатуры в целом.

Таким образом, цены играют исключительно важную роль в развитии экономики страны в целом и для каждого отдельно взятого субъекта хозяйствования. Отсюда вытекает значимость политики в области ценообразования.

### Система цен и их классификация

Система цен характеризует собой взаимосвязь и соотношение различных видов цен. Она состоит из различных элементов, среди которых можно выделить как отдельные цены, так и определенные их группы.

Взаимосвязь цен обусловлена зависимостью отдельных предприятий, производств и отраслей единым процессом формирования затрат на производство и другими факторами. Поэтому повышение или понижение одной цены может вызвать изменения в уровне других цен. Особую роль при этом играют такие отрасли, как энергетика, транспорт, связь и др. Повышение цен в перечисленных отраслях приводит к их росту во всех других, поскольку продукция этих отраслей применима повсеместно. В свою очередь, рост цен в остальных отраслях возвращается в форме более дорогого оборудования, транспортных средств и т.д.

Цены, действующие в рыночной экономике страны, классифицируют по следующим основным признакам.

#### 1. По характеру обслуживаемого оборота выделяют:

- оптовые цены на продукцию промышленности, по которым предприятия реализуют произведенную продукцию другим предприятиям и сбытовым организациям;
- закупочные цены, по которым производители сельскохозяйственной продукции реализуют ее фирмам, промышленным предприятиям для дальнейшей переработки;
- цены на строительную продукцию, включающие сметную стоимость, усредненную сметную стоимость, договорные цены;
- розничные цены, по которым торговые организации реализуют продукцию населению, предприятиям, организациям;
- тарифы грузового и пассажирского транспорта;
- тарифы на платные услуги населению;
- цены, обслуживающие внешнеторговый оборот;
- трансфертные цены, по которым внутренние подразделения или филиалы интегрированной фирмы обмениваются между собой факторами производства и продуктами.

Любая цена включает ряд взаимосвязанных элементов. Соотношение отдельных элементов цены/ выраженное в процентах, представляет собой структуру цены, которая позволяет судить о значимости элементов цены и их уровне.

Основу цены продукции составляет ее себестоимость (рис.). Она характеризует текущие издержки предприятия по производству и реализации продукции. Любое предприятие стремится к тому, чтобы полностью возместить затраты, связанные с выпуском продукции, и получить достаточную сумму прибыли.

Себестоимость продукции	Прибыль предприятия	Акциз (по подакцизным товарам)	Налог на добавленную стоимость	Наценки по среднестатистических организаций	Торговые наценки
<b>Отпускная цена предприятия</b>					
<b>Оптовая рыночная цена</b>					
<b>Розничная цена</b>					

Рис.4. Состав розничной цены

Состав затрат по производству и реализации продукции определен главой 25 НК РФ и ПБУ 10/99. Для целей бухгалтерского учета состав затрат определяется по полному кругу затрат, который и является нижней границей цены предложения товара. Для целей

налогообложения используют так называемые *откорректированные затраты*, в состав которых отдельные виды расходов (например, представительские расходы, расходы на рекламу, обучение, страхование и др.) включаются в пределах норм, утвержденных в установленном порядке.

При обосновании цены конкретной продукции разрабатывается калькуляция себестоимости единицы изделия. Перечень статей затрат в калькуляции, а также их состав и порядок распределения по видам продукции и центрам затрат определяются отраслевыми методическими указаниями по планированию, учету и калькулированию себестоимости продукции.

Любое предприятие стремится получить максимально возможную прибыль. Прибыль предприятия должна обеспечивать не только финансирование текущих расходов (например, материальная помощь работникам, надбавки к пенсиям работающим на предприятии, единовременные пособия уходящим на пенсию ветеранам труда, дивиденды по акциям и т.д.), но и развитие предприятия.

Государство также заинтересовано в увеличении прибыли предприятий, поскольку рост прибыли обеспечивает большую наполняемость доходной части бюджетов разных уровней.

Относительным показателем прибыли является *рентабельность*. Различают различные показатели рентабельности: продукции, продаж, активов, собственных средств и др. С точки зрения ценообразования наиболее важным показателем рентабельности признается рентабельность продукции. Она определяется отношением сальдированного финансового результата (прибыль минус убыток) от реализации продукции к себестоимости реализованной продукции. В том случае, если получен отрицательный сальдированный финансовый результат от реализации продукции, имеет место убыточность. Этот показатель характеризует эффективность выпуска продукции, так как отражает взаимосвязь массы прибыли, полученной от реализации продукции, и использованных на ее производство затрат.

Анализ данных показывает, что как рентабельность продукции, так и рентабельность активов имеют тенденцию к снижению. Рентабельность продукции в целом по экономике за 1992—2002 гг. снизилась в 2,7 раза. Для большинства отраслей также характерна данная тенденция. Рост рентабельности услуг отмечается лишь на транспорте и в связи! Что касается уровня рентабельности продукции, то он колеблется от 1% в сельском хозяйстве до 33,4% в связи и говорит о том, что далеко не все отрасли обеспечивают достаточный уровень прибыльности.

Важное место в структуре цены занимают налоги, которые формируют доходы бюджетов разных уровней и внебюджетных фондов.

Единый социальный налог имеет целевое назначение и выступает источником формирования социальных внебюджетных фондов: Пенсионного фонда, Фонда социального страхования, Фонда обязательного медицинского страхования.

Кроме социального налога выделяют целый ряд как прямых, так и косвенных налогов.

К *косвенным* налогам относятся налоги на продукцию и услуги, включаемые в цену товара или тариф, а также налог на добавленную стоимость, акцизы, таможенные пошлины и др. Косвенные налоги являются налогами на потребителя, который оплачивает их при покупке товаров.

*Прямые* налоги устанавливаются на доходы или имущество физических или юридических лиц. К таким налогам относятся налог на доходы с физических лиц, налог на прибыль предприятий, налог на имущество организаций, земельный налог, лесной налог и др.

Наценки посреднических и торговых организаций обеспечивают им возмещение затрат, связанных с продвижением продукции от производителей к потребителям, и получение определенной суммы прибыли.

Возмещение издержек оптовой торговли осуществляется с помощью снабженческо-сбытовых надбавок, которые включают затраты и прибыль. В составе снабженческо-сбытовых

надбавок учитываются расходы по закупке, хранению, транспортировке и реализации продукции, а также необходимая для нормальной деятельности этих организаций прибыль.

Расходы по реализации товаров различными торговыми предприятиями возмещаются через торговую надбавку. Торговая надбавка включает издержки розничного продавца, а также прибыль.

Чем больше посредников участвует в реализации товара, тем выше издержки обращения и, соответственно, выше уровень продажной цены. В связи с этим создание крупных оптово-торговых фирм способствует удешевлению товародвижения.

В зависимости от сферы регулирования различают:

свободные цены; устанавливаются производителями продукции и услуг на основе спроса и предложения. При этом покупатель и продавец ни до, ни после совершения сделки купли-продажи не связаны никакими обязательствами;

договорно-контрактные цены; устанавливаются по соглашению сторон. При этом продавец и покупатель, заключая договор-контракт, принимают на себя, определенные обязательства;

цены в условиях частичной или полной монополизации рынка вынуждают одну или обе стороны принимать какие-то принудительные условия;

регулируемые цены — цены, устанавливаемые под контролем государства или отдельных субъектов Федерации. Различают прямые и косвенные методы регулирования. Прямое регулирование осуществляется путем установления фиксированных цен, предельных цен, надбавок, предельных коэффициентов изменения цен, предельного уровня рентабельности. Косвенное регулирование предполагает воздействие на цены через изменение налогов и процентных ставок.

В Российской Федерации государственное регулирование ценообразования осуществляется на основании Указа Президента РФ «О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов)» от 28.02.95 № 221, где определены перечни продукции и услуг, по которым осуществляется государственное регулирование цен.

Государственное регулирование цен и тарифов в отраслях, относящихся к естественным монополиям, осуществляется в соответствии с Федеральным законом «О естественных монополиях» от 17.08.95 № 147-ФЗ. В этих отраслях развитие конкуренции не возможно или неэффективно, что вызывает необходимость государственного регулирования их деятельности.

**В зависимости от территории действия различают:**

- единые, или поясные, цены;
- региональные (зональные) цены.

Единые цены устанавливаются и регулируются федеральными органами исполнительной власти. Региональные цены устанавливаются органами исполнительной власти регионов и учитывают природно-климатические, географические, социально-экономические условия и особенности отдельных территорий. В соответствии с Указом Президента РФ «О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов)» определены перечни продукции производственно-технического назначения, товаров народного потребления и услуг, по которым федеральным органам исполнительной власти, а также органам исполнительной власти субъектов РФ предоставляется право вводить государственное регулирование цен, тарифов и надбавок.

Единые (поясные) регулируемые цены устанавливаются на следующие виды продукции и услуг:

- газ природный (кроме реализуемого населению и жилищно - строительным кооперативам);
- продукция ядерно-топливного цикла;



-электроэнергия и теплоэнергия, тарифы на которые регулируются Федеральной энергетической комиссией; продукция оборонного производства; драгоценные металлы и сплавы;

-перевозки грузов, погрузочно-разгрузочные работы на железнодорожном транспорте;  
-перевозки пассажиров, багажа, грузоперевозок и почты на железнодорожном транспорте (кроме перевозок в пригородном сообщении) и др.

В компетенцию органов исполнительной власти субъектов РФ входит регулирование цен на следующие виды продукции и услуг:

газ природный, реализуемый населению и жилищным кооперативам;  
электроэнергия и теплоэнергия, тарифы на которые регулируются региональными энергетическими комиссиями;

топливо твердое, топливо печное бытовое и керосин, реализуемые населению;  
оплата населением жилья и коммунальных услуг и др.

В зависимости от метода включения транспортных расходов в цену товара выделяют:

цену «франко-склад поставщика»;

цену «франко-станция отправления»;

цену «франко-склад потребителя» и др.

Система франкирования показывает, до какого пункта по пути продвижения товара от продавца к покупателю продавец возмещает транспортные расходы; они соответственно включаются в цену товара.

Так, цена «франко-склад поставщика» означает, что все расходы по доставке продукции несет покупатель. В цену «франко-станция отправления» продавец включает расходы по доставке продукции на станцию отправления. Цена «франко-склад потребителя» означает, что все расходы по доставке продукции оплачивает поставщик.

**По времени действия цены подразделяются на:**

- твердые (постоянные), которые не меняются в течение всего срока действия контракта;
- текущие, меняющиеся в рамках одного контракта и отражающие изменение ситуации на рынке;
- сезонные, действующие в пределах определенного периода времени;
- скользящие, устанавливаемые на изделия с длительным сроком изготовления. Эти цены позволяют учитывать изменения в издержках производства за период времени, необходимый для их изготовления;
- постоянные, срок действия, которых не оговорен.
- В классификации цен отдельно выделяются цены, используемые в статистике:
- текущие;
- средние;
- сопоставимые;
- неизменные.

Статистические цены являются обобщенными, агрегированными. Они позволяют анализировать и выявлять тенденции в динамике цен, устанавливать изменения в динамике физических объемов производства и реализации товаров, а также осуществлять анализ стоимостных показателей. Кроме этого существуют так называемые мировые цены.

Мировые цены - это цены, по которым проводятся крупные экспортные и импортные операции, достаточно полно характеризующие состояние международной торговли конкретными товарами.

На практике мировые цены определяются по одним товарам (обычно сырьевым) уровнем цен стран-экспортеров или импортеров;

по другим - ценами бирж, аукционов;

по готовым изделиям - обычно ценами ведущих в мире производителей, специализирующихся на изготовлении продукции данного вида.

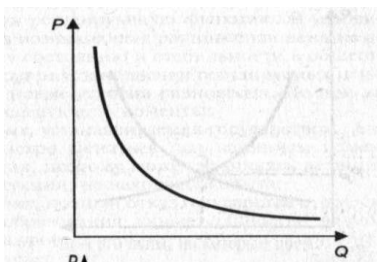
### Факторы, влияющие на уровень цен

Для выработки эффективной ценовой политики фирмы необходим всесторонний **анализ факторов, влияющих на уровень цен**. Основные из них:

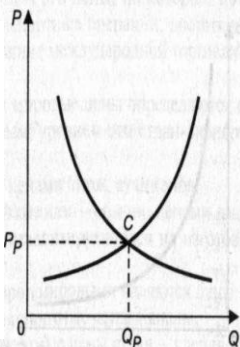
- спрос на продукцию;
- государственное регулирование цен;
- издержки по производству и реализации продукции;
- инфляция;
- конкуренция;
- другие факторы.

Значительное влияние на цену товара оказывает спрос. Чем выше цена товара, тем меньше предлагаемых по этой цене изделий могут приобрести покупатели. Зависимость между ценой товара и спросом на него описывается кривой спроса (рис.).

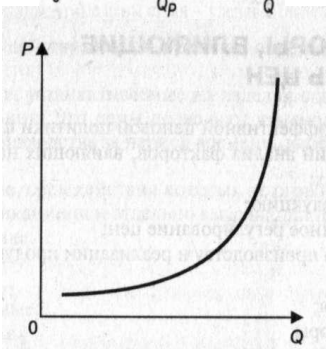
Кривая спроса показывает обратно пропорциональную зависимость между ценой товара и спросом на него.



Если при росте цен кривая спроса падает, то кривая предложения, наоборот, возрастает. Это объясняется тем, что повышение цены заинтересовывает производителей в увеличении объемов продаж. (рис.5.Закон спроса)



Цена, при которой спрос и предложение равны, называется равновесной ценой. Это именно та цена, по которой товар будет продан (рис.6. Равновесная цена).



В действительности соотношение спроса и предложения постоянно меняется в результате воздействия на них различных факторов. Для количественного измерения колебаний спроса и предложения под воздействием различных факторов используется понятие эластичности. Эластичность дает представление о том, в какой степени изменение цены воздействует на уровень спроса. Зависимость между ценой товара и его предложением показана на рис.7.

Рис.7 Зависимость между ценой товара и его предложением.

Спрос на различные товары может быть как эластичным, так и не эластичным. При *эластичном* спросе (незначительном изменении цены и значительном изменении спроса) значение коэффициента эластичности больше единицы. И наоборот, при *не эластичном* спросе, когда изменение цены не вызывает больших отклонений в спросе на данный товар, коэффициент эластичности менее единицы. К товарам не эластичного спроса относятся, например, товары повседневного спроса, относительно недорогие товары и др.

Определенную роль в ценообразовании играет государство, осуществляя регулируемую функцию. В условиях несовершенного рынка возникающая равновесная цена не способствует оптимальному состоянию и стабильности в обществе. Поэтому государство путем

установления регулируемых цен целенаправленно создает новые условия равновесия. Но при этом необходимо учитывать следующие моменты:

*во-первых*, устанавливаемая государством цена не может достаточно быстро меняться под влиянием изменений спроса и предложения, поэтому может возникать дефицит или затоваривание продукции, не находящей сбыта;

*во-вторых*, полный отказ государства от вмешательства в процесс ценообразования лишает общество возможности воздействовать на уровень цен отраслей и предприятий-монополистов, а также лишает население социальной поддержки, особенно его малообеспеченные слои. Поэтому в условиях рынка, особенно в переходный период, необходимость государственного регулирования ценообразования усиливается.

Основу цены изделия составляют издержки, связанные с его производством и реализацией, поэтому их размер во многом определяет уровень цены. Например, в промышленности доля себестоимости в отпускной цене предприятия (без налога на добавленную стоимость и акцизов) составляет более 80%.

В состав издержек входят затраты как зависящие, так и не зависящие от деятельности предприятия. Например, стоимость сырья, материалов, топлива, энергии, транспортные тарифы - факторы, внешние по отношению к предприятию. Поэтому увеличение этих затрат вызывает рост цены товара.

Другая группа затрат - уровень использования сырья и материалов, степень загрузки производственных мощностей, производительность труда и др. - непосредственно зависит от уровня их организации на предприятии. Поэтому фирма в зависимости от прочности своего положения на рынке может маневрировать ценами. Если положение фирмы недостаточно устойчивое и повышение цен на продукцию нежелательно, то удорожание, например, по сырью можно компенсировать в определенной степени снижением норм расхода сырья, использованием вторичных ресурсов и т.д. Если же положение фирмы достаточно устойчивое, в этом случае увеличение издержек может быть перенесено на цену товара.

На уровень цен оказывает влияние конкуренция, которая подталкивает фирмы к совершенствованию своей продукции, детальному обоснованию цены на нее. При этом фирма может ориентироваться или на рынок продавца, или на рынок покупателя. На рынке продавца доминирующее положение занимает продавец - производитель товара. В таких условиях фирме легче функционировать, поскольку ее продукция находится вне конкуренции. На рынке покупателя доминирующее положение занимает покупатель. И оттого, насколько фирма сумеет учесть меняющиеся запросы покупателя и вовремя удовлетворить их, зависит ее благополучие.

На уровень цен оказывает влияние и ряд других факторов, например, стадия жизненного цикла изделия, организации-участники продвижения товара от производителя к потребителю и др. Учет влияния всех факторов в комплексе позволяет фирме выработать правильную политику ценообразования.

### **Ценовая политика на предприятии**

В условиях рыночной экономики цена относится к одному из наиболее важных синтетических показателей, существенно влияющих на финансовое положение предприятия. Поэтому, рассчитывая цену изделия, предприниматели стремятся к тому, чтобы она была оптимальной с точки зрения соответствия интересам собственника и рынка.

Уровень устанавливаемой предприятием цены на продукцию во многом определяется тем, какие цели ставит предприятие на ближайшее время и перспективу. Как показывает практика, в условиях рыночной экономики наиболее распространенными являются **следующие ценовые стратегии предприятия:**

- сохранение стабильного положения на рынке при умеренной рентабельности;
- получение сверхприбыли путем «снятия сливок» с рынка;
- вытеснение конкурентов;
- обеспечение выживаемости в условиях рынка и предотвращение банкротства;

- внедрение на рынке новой продукции;
- завоевание лидерства по показателям качества и др.

Выбор политики цен основан на оценке приоритетов деятельности предприятия. Каждая ценовая стратегия обладает совокупностью как положительных, так и отрицательных характеристик. Поэтому, например, принятие одной из них ведет к отрицанию преимуществ другой. В результате реальная оценка действительности приводит к необходимости ориентации в деятельности предприятия на смешанные стратегии ценообразования.

Каждая фирма должна иметь четкую, упорядоченную методику установления исходной цены на свою продукцию. Отсутствие четко определенной ценовой политики вызывает неопределенность в принятии решений в этой области различными службами предприятия, может привести к несогласованности этих решений. В результате позиции предприятия на рынке становятся более слабыми, предприятие несет потери в выручке и прибыли.

**Процесс ценообразования на предприятии можно представить следующими основными этапами:**

- постановка цели (задачи) ценообразования;
- определение уровня спроса на данный вид продукции;
- оценка издержек производства и степени регулирования цен на продукцию;
- анализ цен и товаров конкурентов;
- выбор метода ценообразования;
- расчет исходной цены изделия;
- учет влияния на цену изделия дополнительных факторов; установление окончательной цены.

Максимальная цена товара определяется спросом, минимальная — издержками производства. Но значительное влияние на цену товара оказывают цены и качество товаров конкурентов. С этой целью могут осуществляться сравнительные покупки, на основе анализа которых делается заключение о качестве и цене продукции конкурентов.

В условиях конкуренции предприниматели при реализации своей продукции стремятся найти так называемую *оптимальную цену товара*. Реальная цена товара определяется на рынке на основе сопоставления спроса и предложения. Важно, чтобы оптимальная цена, рассчитанная предприятием, стремилась к уровню реальной цены.

На практике в зависимости от конкретных условий и целей предприятия используются различные методы расчета предполагаемой цены на товар.

**Все эти методы объединяются в следующие группы:**

- ✓ методы, основанные на затратном подходе;
- ✓ методы, основанные на «целевом ценообразовании»;
- ✓ методы, учитывающие полезность продукта;
- ✓ методы, учитывающие потребительский спрос;
- ✓ другие.

Первая группа методов отличается простотой расчетов. Основной принцип этих расчетов заключается в прибавлении к издержкам на производство товара определенной суммы прибыли, которую планирует получить фирма. Имеется несколько разновидностей расчета цен, основанных на затратном подходе.

По методу «полных затрат» в калькуляцию издержек производства включаются переменные и постоянные затраты. Размер прибыли может быть как фиксированным, так и переменным. При определении цен по этому методу предполагается, что учет условий и требований рынка не имеет большого значения. Таким образом, фирма уверена в реализации своего товара.

**Метод «полных затрат»** применяется при заключении государственных контрактов, контрактов на поставку нового или уникального оборудования. Например, в Великобритании заключение контрактов с «полным возмещением затрат» применяется в тех отраслях приборостроения, машиностроения и химической промышленности, в которых цена

устанавливается в ходе выполнения контракта или при поставке товара. Прибыль в этом случае определяется с учетом существующей нормы ссудного процента, а также средней по отрасли нормы прибыли за ряд предшествующих лет.

**Метод «усредненных затрат»** заключается в том, что при установлении цены в калькуляцию включаются не полные, а средние затраты на производство единицы продукции. Усредненные затраты чаще всего определяются за период экономического цикла. Величина усредненных затрат будет тем меньше, чем больше объем выпускаемой продукции, поскольку средние постоянные затраты находятся в обратной зависимости от объема производства.

При **методе «стандартных издержек производства»** затраты рассчитываются до начала процесса производства. Калькулирование себестоимости производится на основе установленных нормативов затрат сырья, топлива, материалов, амортизации и т.д. Весь расчет ведется применительно к стандартному, или нормальному, объему загрузки производственных мощностей (85—90%). Этот метод применяется в основном в высоко монополизированных отраслях промышленности. В частности, в США он используется в химической промышленности, сельскохозяйственном машиностроении, черной металлургии.

Рассмотрим пример расчета цены исходя из затратного подхода.

#### **Вопросы для самоконтроля:**

1. Что понимается под ценой продукции?
2. Какие факторы влияют на уровень цен?
3. Чем вызвана необходимость государственного регулирования ценообразования в рыночных условиях?
4. Каковы основные функции цены?
5. Какие вы знаете виды цен?
6. Каковы сущность и значение ценовой политики предприятия?
7. Каковы основные виды ценовых стратегий предприятия?
8. Какова структура цены предприятия, промышленности, розничной цены?
9. Какую роль в ценообразовании играет фактор издержек?
10. Что понимается под эластичным и неэластичным спросом?
11. Каковы основные методы ценообразования, их преимущества и недостатки?

## Тема 8. Планирование деятельности предприятия

### Планирование как основа рационального функционирования организации

**Планирование** – разработка и корректировка планов, включающие предвидение, обоснование, конкретизацию и описание деятельности хозяйствующего субъекта в ближайшую и отдаленную перспективу.

Виды планов:

1) По срокам исполнения:

а) стратегические – видение предприятия в будущем, его место и роли в общественно-экономическом устройстве страны. Оно выражается в наброске, взгляде в будущее, сделанных на основе различных прогнозов. Период 5 – 15 лет.

б) долгосрочные (3 – 5 лет) – установки, сделанные в стратегическом планировании получают свое экономическое обоснование и уточнение с учетом тенденции развития хозяйственной ситуации на ближайшие года.

в) краткосрочные (1 – 3 года)

г) текущее (до 1 года)

д) оперативно-календарные (10 дней) – программа движения продуктов и всех факторов производства с указанием конкретных дат и служб, отвечающих за тот или иной вид деятельности.

2) По функциям назначения:

а) производственные

б) коммерческие

в) планы по труду, заработной плате, социальной поддержке персонала

г) финансовые

3) По уровням управления:

а) обще фирменные

б) цеховые

в) планы функциональных отделов и лабораторий

г) планы работ участников и бригад

Планирование и прогнозирование являются важнейшими составными частями управления предприятием, без которых невозможна успешная работа предприятия. Планирование позволяет:

- Обосновать перспективу развития предприятия на будущее;
- Более рационально использовать все ресурсы предприятия;
- Избежать риска банкротства;
- Более эффективно и целенаправленно проводить научно-техническую политику на предприятии;
- Своевременно обновлять и модернизировать выпускаемую продукцию и повышать её качество в соответствии с конъюнктурой рынка;
- Повышать эффективность производства и улучшать финансовое состояние предприятия.

Процесс планирования основывается на определённых теоретических положениях, которые называются принципами планирования. Основными принципами планирования являются:

1. Непрерывность планирования (на предприятии должны разрабатываться планы, охватывающие все календарные периоды: многолетнюю перспективу, год, квартал, сутки, смену; все планы должны быть между собой увязаны по срокам и обоснованы.);

2. Научность планирования (планирование должно основываться на расчёте и всестороннем анализе всех необходимых данных с применением передовых технологий и методов);
3. Законность (планирование деятельности предприятия осуществляется в рамках имеющихся федеральных, региональных, локальных законодательных актов, инструкций, положений: Гражданский кодекс, трудовое, налоговое законодательство и др.);
4. Оптимальность (нацеленность планов на рациональное использование всех ресурсов предприятия и получение наибольшего экономического эффекта);
5. Приоритетность (предприятие должно определять ведущие звенья, от работы которых зависит деятельность всего предприятия, и стремиться учитывать потребности и возможности этих звеньев в первую очередь);
6. Комплексность (планы всех структурных звеньев на всех уровнях и внутри подразделений должны быть увязаны между собой и скоординированы.);
7. Стабильность (строгое соблюдение условий, необходимых для выполнения утверждённых плановых показателей всеми звеньями на всех уровнях.

В отечественной практике на предприятиях применяются различные **методы планирования:**

- Балансовый метод, основанный на составлении балансов материальных (материалов, топлива, оборудования и др.), трудовых (рабочей силы, рабочего времени), финансовых (денежных доходов и расходов, бухгалтерский баланс, кассовый план и др.)
- Нормативный метод, который основывается на применении системы норм и нормативов использования ресурсов предприятия (нормы расхода сырья, энергии, нормы выработки, нормативы численности и др.);
- Программно-целевой метод, который используется при планировании НТП и позволяет увязать реализацию научно-технических программ с планом экономического и социального развития предприятия;
- Метод планирования по технико-экономическим факторам, который применяется при планировании производственной программы, издержек производства. При этом методе в процессе планирования учитываются следующие факторы: изменение объёма, ассортимента продукции; изменение организации производства; инфляция; технические (замена оборудования, технологий, материалов и др.); прочие специфические для предприятия факторы. Как правило, при планировании на предприятии используются не один метод, а весь их комплекс.

#### **Вопросы для самоконтроля:**

1. В какой степени эффективная деятельность предприятия зависит от оптимального плана развития?
2. Какие три подсистемы включает в себя система планирования производственной и сбытовой деятельности любого предприятия?
3. Что представляет собой стратегическое планирование предприятия?
4. В чем состоит текущее планирование на предприятии?
5. В каких случаях разрабатывается бизнес-план предприятия и каковы его примерная структура и содержание?
6. Как следует оформить бизнес-план? Какое значение имеет оформление?
7. Что положено в основу системы оперативно-производственного планирования?

## Тема 9. Основные технико-экономические показатели деятельности организации

Понятия экономического эффекта и экономической эффективности относятся к числу важнейших категорий рыночной экономики. Эти понятия тесно связаны между собой.

**Экономический эффект** предполагает какой-либо полезный результат, выраженный в стоимостной оценке. Обычно в качестве полезного результата выступает прибыль или экономия затрат и ресурсов. Экономический эффект — величина абсолютная, зависящая от масштабов производства и экономии затрат.

**Экономическая эффективность** — это соотношение между результатами хозяйственной деятельности и затратами живого и овеществленного труда, ресурсами. Экономическая эффективность зависит от экономического эффекта, а также от затрат и ресурсов, которые вызвали данный эффект. Таким образом, экономическая эффективность — величина относительная, получаемая в результате сопоставления эффекта с затратами и ресурсами.

Обычно анализируются оба показателя, характеризующие успешность экономической деятельности предприятия, так как по отдельности показатели эффекта и эффективности не могут дать полной оценки деятельности предприятия. Так, на предприятии может сложиться такая ситуация, когда достигнут значительный экономический эффект, выраженный в полученной прибыли, при относительно низкой экономической эффективности. И наоборот, производство может характеризоваться высоким уровнем эффективности при небольшой величине экономического эффекта.

Оценку деятельности предприятия и его экономической эффективности невозможно произвести с помощью одного какого-либо показателя. Многообразие свойств и признаков различных видов производственно-хозяйственной и коммерческой деятельности предприятия обуславливает и многообразие показателей. При этом проблема их использования состоит в том, что ни один из них не выполняет роль универсального показателя, по которому однозначно можно было бы

**Производственная программа** (план производства продукции) определяется на основе объема продаж, номенклатуры и ассортимента продукции, ее качества, массы прибыли, уровня рентабельности, размера рыночной доли предприятия.

Производственная программа рассчитывается следующим образом:

по согласованию с потребителями устанавливаются вся номенклатура и ассортимент реализуемой в планируемом году продукции;

рассчитываются нормативы на конец планируемого периода запасов готовой продукции на складах предприятия и в пути, а также необходимые изменения запасов, ожидаемые на начало планируемого периода;

определяется нормативный уровень незавершенного производства и его необходимые изменения в планируемом периоде.

Для измерения заданного объема работ используют натуральные, трудовые и стоимостные измерители.

*Натуральные измерители* обеспечивают возможность получения количественного выражения и качественной характеристики тех или иных показателей и служат исходными величинами для определения потребности предприятия в рабочей силе, сырье, топливе, электроэнергии, оборудовании, производственных площадях. Однако при применении натуральных измерителей невозможно обобщить различные по характеру натуральные показатели.

*Стоимостные (денежные) измерители* являются обобщающими, с их помощью определяют общий объем производства и планируют объем товарной, валовой и реализованной продукции.



**Товарная продукция (ТП)** - это продукция, предназначенная для реализации, она служит базой для расчета валовой и реализованной продукции. Объем товарной продукции за период определяется по формуле

$$\text{ТП} = \text{T}_Г + \text{T}_К + \text{T}_Н + \Phi + \text{T}_У \quad (30)$$

**Валовая продукция (ВП)** - это стоимость общего результата производственной деятельности предприятия за определенный период времени. Валовая продукция рассчитывается двумя способами:

1) как разница между валовым и внутризаводским оборотом:

$$\text{ВП} = \text{В}_0 - \text{В}_Н \quad (31)$$

где  $\text{В}_0$  — валовой оборот;  $\text{В}_Н$  — внутризаводской оборот.

**Валовой оборот** — это стоимость всего объема продукции, произведенного за определенный период всеми цехами предприятия, независимо от того, использовалась ли данная продукция внутри предприятия для дальнейшей переработки или была реализована на сторону.

**Внутризаводской оборот** — это стоимость продукции, выработанной одними и потребленной другими цехами в течение одного и того же периода времени;

2) как сумма товарной продукции и разности и остатков незавершенного производства (инструментов, приспособлений) на начало и конец планируемого периода:

**Незавершенное производство** — незаконченная производством продукция: заготовки, детали, полуфабрикаты, находящиеся на рабочих местах, контроле, транспортировке, в цеховых кладовых в виде запасов, не принятая ОТК и не сданная на склад готовых изделий.

Валовая продукция рассчитывается в действующих ценах и сопоставимых, т. е. неизменных на определенную дату, ценах предприятия.

**Реализованная продукция** характеризует стоимость объема продукции, поступившей в данном периоде на рынок и подлежащей оплате потребителями.

Объем реализованной продукции (РП) по плану определяется по формуле

$$\text{РП} = \text{ТП} + \text{О}_Н - \text{О}_К \quad (32)$$

где  $\text{О}_Н$  и  $\text{О}_К$  — остатки нереализованной продукции на начало и конец планового периода.

В состав остатков нереализованной продукции на начало года входят:

готовая продукция на складе, в том числе отгруженные товары, документы по которым не переданы в банк;

отгруженные товары, срок оплаты которых не наступил;

отгруженные товары, не оплаченные в срок покупателем;

товары на ответственном хранении у покупателя.

На конец года остатки нереализованной продукции принимаются в расчет только по готовой продукции на складе и отгруженным товарам, срок оплаты которых не наступил.

### Вопросы для самопроверки:

1. Что такое экономический эффект и экономическая эффективность?
2. Назовите основные показатели использования основных средств.
3. В чем состоит разница между нормами и нормативами?
4. Назовите основные показатели использования трудовых ресурсов.
5. Какими показателями оценивается использование материальных ресурсов?
6. Назовите основные показатели оценки финансового состояния предприятия.
7. Назовите показатели деловой активности.

## Тема 10. Финансы организации

### Понятие финансов организации, их значение и функции

**Финансы** — это система денежных отношений, посредством которых создаются, распределяются и используются фонды денежных сов. Финансы как экономическая категория выражают интересы участников рыночных отношений. Финансы предприятия указывают на состояние его капитальной и текущей стоимости на конкретную дату.

Поскольку преобладающая часть финансовых ресурсов сконцентрирована у предприятий, то и стабильность финансовой системы в целом зависит от устойчивого положения их финансов.

Содержание финансов раскрывается в их функциях — распределительной и контрольной.

В **распределительной функции** проявляется основное значение финансов — распределение финансовых ресурсов по различным направлениям в соответствии с их экономическим назначением и существующим законодательством.

**Контрольная функция**, или финансовый контроль, реализуется по направлениям:

- 1) внутри предприятия во взаимоотношениях между подразделениями;
- 2) в связях с внешней средой (третьими лицами);
- 3) по линии государственной налоговой службы.

В организации финансов предприятий используются следующие правила:

- самостоятельность в области финансово-хозяйственной деятельности;
- самофинансирование;
- заинтересованность в результатах работы;
- ответственность за эти результаты;
- образование финансовых резервов;
- разделение средств на собственные и заемные;
- первоочередность выполнения обязательств перед бюджетом государственными внебюджетными фондами;
- финансовый контроль за деятельностью предприятия.

В составе **финансовых отношений** выделяются следующие взаимодействия:

- между предприятиями и организациями в процессе формирования и распределения валового дохода, при оплате поставок, реализации готовой продукции или услуги;
- при выпуске и распространении акций предприятия, взаимном кредитовании, долевом участии;
- между предприятиями и отдельными работниками в процессе использования дохода;
- между юридическими, физическими лицами и банковской системой;
- между предприятиями и иностранными партнерами при использовании валютного фонда.

Финансы предприятий **являются основой финансовой системы государства**, поскольку предприятия является основным звеном народно-хозяйственного комплекса. Состояние финансов предприятия оказывает влияние на обеспеченность общегосударственных и региональных денежных фондов финансовыми ресурсами. Зависимость здесь прямая: чем устойчивее финансовое положение предприятий, тем обеспеченнее общегосударственные и региональные денежные фонды, тем полнее удовлетворяются социально-культурные и другие потребности.

Именно поэтому в условиях рыночной экономики необходимо научиться сочетать **полную самостоятельность предприятий** и регионов с государственным регулированием экономики и финансов. Эти задачи должен решать функционирующий на том или ином этапе развития общества финансовый механизм.

**Финансовый механизм** включает в себя:

- зависимость заработной платы от полезности производимой продукции или услуги и от поступления платежей за нее;
- обоснованное распределение прибыли между предприятием, торговлей и банками, три из которых большая часть должна доставаться производителю;
- объективную реальность нормативов распределения прибыли между предприятиями и бюджетами различных уровней, а также внебюджетными фондами, предполагающую долговременность и стабильность;
- обоснованность отчислений на накопление (развитие производства) и потребленное;
- достаточность средств на социальные нужды, на научно-исследовательские работы, на подготовку кадров и другие цели.

**Финансовая деятельность предприятия** охватывает следующие основные аспекты управления финансами:

- организация финансовой службы;
- планирование финансов;
- учет движения денежных ресурсов;
- контроль и анализ эффективности использования финансовых средств;
- стимулирование роста объема продаж, прибыли и рентабельности предприятия.

**Структура финансовой службы** зависит от размеров предприятия, характера деятельности, финансовой стратегии, наличия технических средств управления финансами и т.д. На небольшом предприятии один бухгалтер справляется со всеми финансовыми вопросами. На крупном предприятии финансовую службу возглавляет финансовый директор, в нее входят различные профессионалы.

**Главными задачами финансовой службы являются обеспечение платежеспособности предприятия и приумножение капитала**

### **Финансовые ресурсы организации, их источники**

**Финансовые ресурсы** — это денежные средства, имеющиеся в распоряжении предприятия и предназначенные для осуществления текущих затрат и затрат по расширенному воспроизводству, для выполнения финансовых обязательств и, экономического стимулирования работающих. Финансовые ресурсы направляются также на содержание и развитие объектов непроектной сферы, потребление, накопление, в специальные резервные фонды и др.

Различают два основных вида финансовых ресурсов, необходимых для деятельности предприятия, — **долгосрочные** финансовые средства в виде основных фондов (капитала) и **краткосрочные (текущие)** финансовые средства для каждого производственного цикла, т.е. до момента получения дохода от продажи готовой продукции.

При определении потребности в денежных ресурсах необходимо учитывать:

- для какой цели требуются денежные средства и на какой период (краткосрочный или долгосрочный);
- когда и сколько необходимо иметь денежных средств;
- можно ли изыскать необходимые средства в рамках предприятия или придется обращаться к другим источникам;
- каковы будут затраты при уплате долгов;
- когда можно ожидать возврата вложенных средств и получения дохода, какова будет величина этого дохода.

После тщательного рассмотрения всех вариантов выбирается наиболее приемлемый источник получения денежных средств.

**Источники финансовых ресурсов делятся на собственные и заемные.**

Структура финансовых ресурсов предприятия представлена на рис. 8.

Финансовые ресурсы предприятия		
Образуемые за счет собственных и приравненных к ним средств	Мобилизуемые на финансовом рынке	Поступающие в порядке перераспределения
Прибыль от основной деятельности Прибыль от реализации выбывшего имущества Прибыль от внереализационных операций Амортизация Устойчивые пассивы Целевые поступления Паевые и иные взносы членов трудового коллектива	Продажа собственных ценных бумаг Дивиденды и проценты по ценным бумагам других эмитентов Кредит Операции с иностранной валютой Операции с драгоценными металлами	Страховые возмещения Финансовые ресурсы, поступающие от концернов, ассоциаций, отраслевых структур Финансовые ресурсы, формируемые на паевых(долевых) началах Бюджетные субсидии и др.

Рис. 8. Структура финансовых ресурсов предприятия

Первоначальное формирование финансовых ресурсов происходит в момент учреждения предприятия, когда образуется *уставной фонд*. Его источниками в зависимости от организационно-правовых форм хозяйствования выступают акционерный капитал, паевые взносы членов кооперативов, отраслевые финансовые ресурсы (при сохранении отраслевых структур), долгосрочный кредит, бюджетные средства. Величина уставного фонда показывает размер тех денежных средств (основных и оборотных), которые инвестированы в процесс производства.

Основными источниками финансовых ресурсов на действующих предприятиях являются прибыль (от основной и других видов деятельности), амортизационные отчисления, выручка от реализации выбывшего имущества, устойчивые пассивы, целевые поступления.

При недостатке собственных средств предприятие может обратиться за кредитом.

В зависимости от того, на какое время берется кредит, различают **краткосрочные** (до года), **среднесрочные** (от года до трех лет) и **долгосрочные** (от трех до пяти лет) кредиты.

Кредитование имеет две разновидности:

1) **кредитование деятельности хозяйствующего субъекта** в форме прямой выдачи денежных ссуд (банковский кредит);

2) **кредитование как разновидность расчетов**, т.е. расчетов с рассрочкой платежей (торговый кредит).

Важным условием выдачи кредита является его обеспечение. *Обеспечение кредита* — это ценности, служащие для кредитора залогом полного и своевременного возврата должником полученной ссуды и уплаты процентов. Основными видами обеспечения кредита могут быть поручительство, гарантия, залог и страхование ответственности заемщика за непогашение кредита. Поручителем, или гарантом, может являться любой хозяйствующий субъект (банк, предприятие, ассоциация и др.).

Банковский кредит выдается на конкретный срок под определенный кредитный процент. Кредит может выдаваться под долговое обязательство, именуемое *векселем*. Одна из форм банковского кредита состоит в том, что банк разрешает фирме расходовать деньги сверх

суммы на ее расчетном счете. Такой кредит называется *овердрафтом*, за него также уплачивается процент банку.

Следует отметить, что из-за высоких процентных ставок, действующих в настоящее время в России, пользование банковским кредитом для многих предприятий, особенно малых, затруднительно. При острой необходимости в средствах пользуются в основном краткосрочным кредитом.

**Торговый кредит**, именуемый также коммерческим, заключается в том, что предприниматель приобретает товар с отсрочкой платежа. А это равносильно получению в долг от продавца товара суммы, равной стоимости товара. Предприниматель, приобретающий товар, обязуется согласно контракту, заключенному с поставщиком, вернуть ему стоимость полученного товара в определенный срок с выплатой процента за кредит, предоставленный в виде товара. Торговым кредитом пользуются преимущественно оптовые покупатели товара, хотя не исключается его использование и при продаже в розницу. В этом случае принято говорить о покупке товаров с оплатой в рассрочку.

В условиях рыночной экономики получают развитие новые формы взаимоотношений предприятий и банков. Прежде всего имеются в виду лизинг (см. параграф 8.3), факторинг и франчайзинг.

**Факторинг** можно определить как деятельность специализированного учреждения (факторинговой фирмы или факторингового отделения банка) по взысканию денежных средств с должников своего клиента (промышленной или торговой фирмы) и управлению его долговыми требованиями.

Факторинг особенно выгоден для предприятий малого и среднего бизнеса как форма финансирования, позволяющая руководству и сотрудникам сконцентрироваться на производственных проблемах и максимизации прибыли, а также ускоряющая получение большей части платежей, гарантирующая полное погашение задолженности и снижающая расходы по ведению счетов. Факторинг дает гарантию платежа и избавляет поставщиков от необходимости брать дополнительные и весьма дорогостоящие кредиты в банке. Все это благоприятно сказывается на финансовом положении предприятия.

**Франчайзинг** — это система продажи лицензий (франшиз) на технологию и товарный знак. Система франчайзинга позволяет широко использовать ресурсы крупных предприятий для финансирования малого бизнеса.

Покупка франшизы выгодна, поскольку риск сравнительно мал. Вкладывая деньги во франшизу, вы приобретаете жизнеспособное предприятие, которое уже долгое время работало успешно. Лицензиар (фирма, предоставляющая франшизу) может сдать в аренду основные фонды, предложить финансирование. Помимо предоставления финансовой и консультативной помощи лицензиар, как правило, обучает нового предпринимателя методам управления фирмой. Многие лицензиары предлагают консультации по вопросам рекламы, налогов и другим проблемам бизнеса, а также по руководству повседневной деятельностью предприятия, работающего на основе франшизы.

Для финансирования крупными фирмами малых фирм-новаторов, занимающихся прежде всего вопросами нововведений, обычно используется *венчурный (рисковый) капитал*. Дело в том, что крупная фирма обычно неохотно идет первой на производство принципиально новой продукции. Последствия возможной неудачи для нее намного тяжелее, чем для небольшой фирмы. Поэтому главным направлением участия крупной фирмы в исследованиях вероятного характера, связанных с разработкой и освоением принципиально новых товаров, становится осуществление так называемого рискованного финансирования небольших фирм, специализирующихся на подобных разработках.

Как уже отмечалось, для малых фирм характерны простота управления, широкий простор личной инициативы, возможность проведения гибкой научно-технической политики, активное привлечение к своей деятельности изобретателей. Многие из таких фирм вносят

существенный вклад в инновационный процесс, разработку новой продукции, прогрессивных технологий.

Подобное сотрудничество крупных и малых фирм является взаимовыгодным, так как рисковое финансирование позволяет фирме-заемщику освоить новые рынки гораздо быстрее и с меньшими затратами, чем если бы она это осуществляла за счет собственных ресурсов.

### Управление финансовыми ресурсами организации

Система управления финансами предприятия, направленного на достижение его стратегических и тактических целей, представлена на рис.9.



Рис.9. Система управления финансами предприятия

**Финансовые отношения внутри предприятия** включают в себя отношения между его структурными подразделениями: филиалами, цехами, участками, отделами, бригадами, а также отношения с работниками. Отношения между подразделениями предприятия обусловлены обеспечением общего организационного и технологического единства на основе распределения средств, обслуживающих внутрипроизводственный оборот на предприятии, оплатой работ и услуг, распределением прибыли, оборотных средств и др. Отношения с работниками предприятия заключаются в выплате заработной платы, премий, дивидендов по акциям, материальной помощи, а также удержании с них налогов и платежей.

**Финансовые отношения предприятий с вышестоящими организациями** включают отношения по поводу образования и использования централизованных фондов. Как правило, такие отношения возникают у государственных и муниципальных предприятий и у предприятий с частным капиталом, которые входят в состав различных объединений, а

также предприятий с акционерной формой собственности, объединенных в крупные предприятия посредством системы участия.

Централизация финансовых ресурсов позволяет финансировать крупные инвестиционные проекты, пополнять оборотные средства предприятий, проводить научно-исследовательские работы, в том числе и маркетинговые исследования. Использование централизованных средств предприятиями ведется, как правило, на возвратной основе.

В последнее время получил развитие процесс по созданию финансово-промышленных групп (ФПГ). Одной из главных целей их создания является консолидация финансовых ресурсов, образование различных централизованных фондов для решения крупных и долгосрочных проектов, а также финансовая поддержка участников ФПГ.

**Отношения с финансово-кредитной системой.** Данная группа отношений отличается большим многообразием, прежде всего необходимо выделить отношения предприятия с бюджетами различных Уровней и внебюджетными фондами, связанные с перечислением налогов и отчислений.

**Отношения со страховыми организациями** заключаются в перечислении средств на социальное и медицинское страхование, а также в страховании имущества предприятия.

**Финансовые отношения предприятий с банками** — это в первую очередь отношения по организации безналичных расчетов и обслуживание долгосрочных и краткосрочных кредитов. Организация безналичных расчетов связана с осуществлением предприятием повседневной текущей работы. Кредиты являются одними из главных источников пополнения оборотных средств, расширения производства, устранения временных финансовых затруднений предприятия.

**Отношения предприятия с фондовым рынком** получили развитие с появлением различных ценных бумаг. Однако в связи с тем, что рыночные отношения между предприятиями находятся на начальных этапах развития и еще не сформирована развитая рыночная среда, фондовый рынок России не оказывает достаточно ощутимого влияния на экономическую жизнь предприятий.

**Финансовые отношения с другими предприятиями и организациями** включают в себя отношения с поставщиками, потребителями (покупателями), строительно-монтажными, транспортными и другими специализированными организациями, почтой, телеграфом, внешнеторговыми и другими организациями, таможней, предприятиями и фирмами иностранных государств.

Самая большая по объему денежных платежей группа — это отношения между предприятиями, связанные с обслуживанием платежей за материально-технические ресурсы для осуществления производственной деятельности (сфера производства) и с реализацией готовой продукции (сфера обращения). Роль данной группы финансовых отношений наиболее существенна и приоритетна для любого предприятия, так как сфера материального производства в основном ответственна за создание национального дохода государства. От эффективности организации отношений между предприятиями во многом зависят конечные результаты их деятельности.

Одной из важнейших сторон финансовой деятельности предприятий является формирование и использование различных денежных фондов.

**Уставной фонд (уставной капитал)** является одним из основных фондов предприятия, который формируется на стадии организации и регистрации предприятия как юридического лица. За счет средств этого фонда формируются основные и оборотные средства предприятия. Уставной капитал — основной источник собственных средств предприятия. Для акционерного общества величина уставного капитала соответствует сумме выпущенных им акций, а для государственного и муниципального предприятия — величине уставного фонда. Величина уставного капитала отражена в учредительных документах, однако по результатам работы за год предприятие может увеличить или уменьшить уставной

капитал, что сопровождается внесением соответствующих изменений в учредительные документы.

**Резервный капитал** — это денежный фонд предприятия, образуемый за счет отчислений *из* прибыли. Главное предназначение данного денежного фонда — покрытие убытков, а в акционерных обществах — погашение облигаций общества и выкуп его акций.

**Инвестиционный фонд** решает важнейшие задачи по развитию предприятия и представлен несколькими фондами.

**Фонд накопления** — средства, отчисляемые из чистой прибыли предприятия и направляемые на развитие производства.

**Амортизационный фонд** — средства, формируемые за счет амортизационных отчислений на полное восстановление основных фондов. Естественно, не каждое предприятие имеет возможность сформировать инвестиционный фонд в необходимых объемах для осуществления инвестиционных программ за счет собственных средств. В этом случае привлекаются дополнительные источники средств, например заемные.

**Фонд потребления** — это средства, направляемые из чистой прибыли предприятия на выплату дивидендов (в акционерных обществах), единовременных поощрений, материальной помощи, оплату дополнительных отпусков работников предприятий, питания, проезда на транспорте и на другие цели.

Вышеперечисленные денежные фонды относятся к постоянным денежным фондам. Наряду с постоянными фондами на предприятии формируют оперативные денежные фонды: фонд оплаты труда, фонд для платежей в бюджет.

**Фонд оплаты труда** — это средства, предназначенные для выплаты заработной платы работникам предприятия. Данный фонд формируется на предприятии один или два раза в месяц, и в его основе лежит фонд заработной платы. Каждое предприятие определяет для себя оптимальные сроки выплаты заработной платы. При недостатке средств к моменту выплаты заработной платы предприятие вынуждено брать кредит в банке для своевременной выплаты заработной платы работникам.

**Фонд для платежей в бюджет** — это средства, предназначенные для осуществления своевременных платежей в бюджет. Своевременность выплат из данного фонда является важным условием, так как

задержки выплат предприятием в бюджет влекут за собой штрафные санкции.

Предприятие может формировать при необходимости валютный фонд и другие денежные фонды.

### Вопросы для самопроверки:

1. В чем состоит сущность финансов?
2. Назовите функции финансов.
3. Что входит в состав финансовых отношений?
4. В чем заключается финансовый механизм?
5. Какие вопросы охватывает финансовая деятельность предприятия?
6. Что такое финансовые ресурсы предприятия?
7. Назовите источники собственных средств предприятия.
8. Что входит в состав заемных средств?
9. Что такое банковский и торговый кредит?



## Тема 11. Основы менеджмента

### Понятие и сущность менеджмента

Слово «менеджмент» в том виде, в котором оно существует в современном английском языке, возникло во времена Вильяма Шекспира. Исследователи отмечают, что этот термин имеет латинские, итальянские и французские корни. Несмотря на то что «управление» — слово русское и давно привычное, а английское слово «менеджмент» в широком использовании российской экономикой насчитывает не более 10—15 лет, в отечественной науке и практике эти термины рассматриваются как понятия идентичные, взаимозаменяемые.

В Оксфордском словаре английского языка **менеджмент** определяется как способ, манера обращения с людьми; власть и искусство управления; особого рода умелость и административные навыки; орган управления; административная единица.

Согласно Словарю иностранных слов **менеджмент** — это управление производством, а также совокупность принципов, методов, средств и форм управления производством, разрабатываемых и применяемых с целью повышения эффективности производства и увеличения прибыли.

**Менеджмент** - умение достигать поставленных целей, используя труд, интеллект и мотивы поведения других людей.

**Менеджмент** — эффективное использование и координация таких ресурсов, как капитал (производительный, финансовый и человеческий) для достижения целей с максимальной эффективностью.

В последние годы растет значимость информационных ресурсов в менеджменте, поэтому приведенное выше определение можно расширить, добавив в перечень ресурсов еще и информационный.

#### *Цели менеджмента:*

получение (увеличение) прибыли;  
повышение эффективности хозяйствования;  
удовлетворение потребностей рынка;  
решение социальных вопросов.

#### *Задачи менеджмента:*

организация производства конкурентоспособных товаров;  
совершенствование производственного процесса;  
внедрение новейших наукоемких технологий;  
повышение качества продукции;  
снижение затрат на производство.

**Основные функции менеджмента** — организация и управление производством продукции.

#### **Составляющие менеджмента:**

Употребляя понятие «менеджмент», мы следуем давно установившейся традиции в мировой литературе по управлению, дающей ему очень широкую трактовку, которая определяет менеджмент и как науку, и как искусство, и как функцию, и как процесс, и как управленческий персонал, выделяя отдельно такую его составляющую, как аппарат управления.

Только в конце XIX в. менеджмент выделился в самостоятельную область человеческих знаний. Менеджмент **как наука** четко определяет свой предмет изучения, свои закономерности, принципы, методы и широкий круг своих специфических проблем, а также подходов к их решению.

Менеджмент **как искусство** базируется на положении о том, что кроме знания научных разработок и теоретических достижений

Менеджмент — это еще и умение добиваться поставленных целей, направляя труд, интеллект, мотивы поведения людей, работающих в организации. Это является основанием

для рассмотрения менеджмента как **процесса** влияния на деятельность отдельного работника, группы и организации в целом с целью достижения максимальных результатов.

Рассматривая менеджмент как **функцию**, выделяют 4 основных составляющих менеджмента:

- Планирование
- Организовывание
- Мотивацию
- Контроль и т.д.

**Менеджмент** – это еще и умение добиваться поставленных целей, направляя труд, интеллект, мотивы поведения людей, работающих в организации. Это является основанием для рассмотрения менеджмента как **процесса** влияния на деятельность отдельного работника, группы и организации в целом с целью достижения максимальных результатов.

Управленческая деятельность предполагает **объект и субъект управления**. Те элементы, на которые направлена деятельность, образуют **объект управления**. (отрасли, объединения, предприятия, студенты и т. д. )

**Субъект управления** направляет деятельность. Им может быть человек или группа лиц..

Известный специалист в области менеджмента — **Анри Файоль** предложил формализованное описание работы управляющих в организациях, выделив характерные для них виды деятельности, **или функции**: планирование, организовывание, руководство, координацию и контроль. Им были сформулированы уникальные по значимости **принципы менеджмента**, которыми предлагалось руководствоваться при решении управленческих задач и выполнении функций менеджмента (см. табл. 2).

Таблица 2

**Принципы менеджмента Анри Файоля (1920-е гг.)**

<b>Принцип</b>	<b>Содержание принципа</b>
Разделение труда	Специализация работ, необходимая для эффективного использования рабочей силы (за счет сокращения числа целей, на которые направляются внимание и усилия работающего)
Полномочия и ответственность	Каждому работающему должны быть делегированы полномочия, достаточные для того, чтобы нести ответственность за выполнение работы
Дисциплина	Рабочие должны подчиняться условиям соглашения между ними и руководством предприятия, менеджеры должны применять справедливые санкции к нарушителям дисциплины
Единоначалие	Работник получает распоряжения и отчетывается только перед одним непосредственным начальником
Единство действий	Все действия, имеющие одинаковую цель, должны объединяться в группы и осуществляться по единому плану
Подчиненность личных интересов	Интересы организации имеют преимущество перед интересами индивидуумов
Вознаграждение	Получение работниками справедливого вознаграждения за свой труд
Централизация	Естественный порядок в организации, имеющей управляющий центр. Лучшие результаты достигаются при верной пропорции между централизацией и децентрализацией. Полномочия (власть) должны делегироваться пропорционально ответственности
Скалярная цепь	Неразрывная цепь команд, по которой передаются все распоряжения и осуществляются коммуникации между всеми уровнями иерархии («цепь начальников»)
Порядок	Рабочее место для каждого работника и каждый работник на своем рабочем месте

Справедливость	Установленные правила и соглашения должны проводиться в жизнь справедливо на всех уровнях скалярной цепи
Стабильность персонала	Установка работающих на лояльность по отношению к организации и долгосрочную работу, так как высокая текучесть снижает эффективность
Инициатива	Поощрение работающих к выработке независимых суждений в границах делегированных им полномочий и выполняемых работ
Корпоративный дух	Гармония интересов персонала и организации обеспечивает единство усилий («в единении - сила»)

**Менеджер** — это профессионал по организации и управлению производством, сбытом и сервисом, обладающий административно-хозяйственной самостоятельностью.

**Менеджеры** бывают **разных уровней**, и задачи они решают не одинаковые.

В каждой организации существует определенная дифференциация по вертикали, которая связана с уровнем сложности задач и функций, возлагаемых на того или иного менеджера. Условно **менеджеров** подразделяют на **три основные группы**:

**высший уровень** (*top manager*) — это генеральные директора, директора, члены правления предприятия;

**среднее звено** (*middle manager*) — руководители управлений, отделов, цехов;

**низшее звено** (*entry manager*) — руководители подразделов, секторов, бригад, групп.

**Менеджеры высшего уровня** определяют **основное направление деятельности предприятия, ее цели и задачи**. Как показывает практика работы крупных компаний, такой менеджер более 80% рабочего времени отдает формированию стратегии развития бизнеса, осуществлению контактов с федеральными, региональными и местными органами власти, банками, поставщиками сырья, материалов, комплектующих и т.д. Оставшееся время уходит на реализацию программ и планов работы, контроль за работой подчиненных. Естественно, такому менеджеру необходимо знать технологию производства. Однако в гораздо большей степени он должен обладать умением подбора и расстановки кадров, в первую очередь руководящих, т. е. менеджеров среднего и низшего звеньев.

Таким образом, если высшее руководство практически целиком ориентируется на формулирование общей политики и стратегии предприятия, то на **среднее управленческое звено** ложится основная часть ответственности за практическую реализацию решений, в том числе:

*за изменение организационных структур;*

*разработку систем производства и сбыта продукции;*

*организацию взаимодействия функциональных подразделений компании;*

*своевременное обеспечение высшего руководства необходимой информацией;*

*координирование и управление работой руководителей низшего звена.*

Выполнение таких задач требует от менеджеров **среднего звена** способности аналитически мыслить, проявлять гибкость, способность быстро воспринимать и своевременно реализовывать новые идеи, умения видеть проблему и использовать новейшие методы и технические средства ее решения.

В свою очередь, особенностью работы **менеджеров низшего звена** является руководство деятельностью непосредственных исполнителей работы (рабочих и служащих). Это наиболее многочисленная часть управленческого персонала. Специфика функционирования различных предприятий и организаций объективно затрудняет определение круга обязанностей таких менеджеров. Однако в целом можно отметить следующие основные функции, которые выполняются руководителями низшего звена управления: планирование деятельности подчиненных; организация производственного процесса; мотивация труда персонала; контроль за рациональным расходованием ресурсов и

соблюдением правил техники безопасности; сбор, анализ и представление вышестоящему руководству информации о результатах текущей деятельности подразделения.

Где бы ни работал менеджер, он должен быть настоящим знатоком своего дела, чтобы принести максимальную прибыль фирме. В свою очередь компании должны поддерживать своих менеджеров, развивать их таланты, положительно мотивировать и способствовать дальнейшим успехам.

Понятия «менеджер» и «руководитель» не тождественны.

Руководителями являются все люди, которые возглавляют тот или иной коллектив. Это могут быть, например, директора предприятий, школ, гостиниц и др. Однако не всех их можно назвать «менеджерами». Менеджер работает на конкретный экономический результат: получение прибыли и достижение эффективности производства. А основной результат работы, например директора муниципальной общеобразовательной школы, — высокий уровень знаний школьников, что не является экономическим результатом. Поэтому нельзя считать такого руководителя менеджером. Итак, каждый менеджер — это руководитель, но не каждый руководитель — менеджер.

**Современному менеджеру необходимы следующие качества:**

- глубокие познания в организации производства, экономике, финансах и своей отрасли деятельности;
- знания в области человеческих отношений, позволяющие успешно работать с людьми, добиваться их заинтересованности в повышении экономических результатов деятельности предприятия;
- предприимчивость (способность добиваться конкретных экономических и социальных целей благодаря нахождению и реализации нестандартных решений);
- новаторство, изобретательность;
- напористость, смелость, целеустремленность.

Ему надо быть лидером в полном смысле этого слова: уметь общаться, побуждать работников к творческой деятельности; отмечать и оценивать каждое достижение подчиненного; находить выход из конфликтных ситуаций; быть предельно объективным независимо от своих симпатий; подбирать, обучать и выдвигать работников; уметь подчиняться и соблюдать субординацию; искусно вести деловые переговоры.

Богатый практический опыт менеджмента выработал некоторые рекомендации начинающему менеджеру:

- не делайте все самостоятельно;
- не считайте себя лучше других;
- не беритесь за все дела сразу;
- не переносите на завтра то, что можно сделать сегодня;
- четко разграничивайте функции работников, определяйте конкретные задания и обязанности;
- не перекладывайте собственные упущения в работе на других.

Хороший пример для подражания в этом отношении продемонстрировал в свое время К.Мацусита — основатель японской компании Matsushita Electric Industrial Co., Ltd. (торговые марки Panasonic, Technics). Его считают одним из гениев менеджмента. К.Мацусита так сформулировал основные цели бизнеса: «Через производство товаров высокого качества, удовлетворяющих требованиям потребителей, служить прогрессу, вносить вклад в общественное благосостояние и в дальнейшее развитие культуры». Он разработал семь основных положений менеджмента:

- не хитри, будь честным;
- будь хозяином на своем месте;
- не живи вчерашним днем, постоянно совершенствуй свои познания;
- относись с уважением и вниманием к окружающим;

- все время помни о внешнем мире, приспосабливайся к законам его развития;
- с благодарностью относись к тому, что имеешь и получаешь — мы все берем у общества в долг;

- не уставай вопрошать: на кого ты работаешь? Ответ только один — на общество.

**Эффективность работы менеджеров могут снижать характерные недостатки:**

- озабоченность тем, чем, собственно, не следует заниматься;
- недооценка своей роли;
- непонимание того, что деятельность менеджера как руководителя коллектива приобретает все большее значение.

**К недостаткам** также можно отнести: стремление к получению более высокой заработной платы и других материальных благ в ущерб интересам дела; стремление к внешним атрибутам, символам власти (дом, кабинет, автомобиль и др.); заботу о собственной карьере в ущерб интересам своих подчиненных, присвоение себе заслуг других; самоизоляцию (потерю интереса к подчиненным, их нуждам и заботам); сокрытие своих мыслей, чувств, эмоций от сотрудников.

Приведем краткое содержание **Кодекса нести менеджера**, который является совокупностью убеждений и правил поведения.

**Менеджмент** — это не только профессия, но и образ мышления, деятельности, жизни. Менеджер — творец конкретной деловой ситуации. Он не ждет, когда кто-то создаст ему благоприятные условия для деятельности, а создает эти условия сам. Никакая выгода не стоит того, чтобы добиваться ее любой ценой. Менеджер категорически воздерживается от участия в незаконном или безнравственном деле и предпримет все возможное, чтобы не допустить его.

Искусство строить взаимоотношения с деловыми партнерами, сотрудниками — **важная составная часть** многогранной деятельности менеджера. Одно из ведущих мест здесь принадлежит способности влиять на людей. По мнению американских ученых М. Вуд-кока и Д. Френсиса, здесь важно все, даже, на первый взгляд, второстепенные вещи.

**Одежда и внешний вид.** Менеджерам уместно вспомнить русскую поговорку: «Встречают по одежке — провожают по уму».

**Осанка.** Примером **хорошей осанки** является положение фигуры человека, который не прячет голову в плечи, смотрит в глаза собеседнику. Проведенными **исследованиями** установлено, что имеется прямая связь между **эмоциональным и физическим состоянием человека, его осанкой**. Если менеджер чувствует себя **спокойно и уверенно, имеет правильную осанку**, то это обычно производит положительное впечатление на окружающих.

**Поведение.** Уверенный в себе менеджер обычно говорит ясно и убедительно. Он знает, чего хочет, его действия по достижению поставленной цели четки.

**Основные причины неуверенности:** *недостаточная практика, воспитание, отсутствие четких целей, недооценка себя, неумение представить себя в лучшем виде.*

Пути к достижению уверенности: избегать эмоциональных ситуаций; быть проще; стремиться добиться своего, не давая окружающим (подчиненным) сбить себя с толку; при ошибках (которые делают все) не отчаиваться; настойчиво стремиться к выполнению поставленной задачи.

**Улучшение личных взаимоотношений.** Основные пути установления хороших личных отношений: признание (необходимо обратить внимание на человека); установление индивидуальности (каждый человек индивидуален); заинтересованность (высказать интерес к человеку); выражение взглядов (раскрытие мыслей и чувств); оказание поддержки (готовность подбодрить).

**Вознаграждение.** Есть два типа менеджеров: один находит положительное в работе сотрудников и отмечает это; другой ищет негативное (ошибки) у подчиненных и наказывает их. Первый метод позволяет добиться лучших результатов.

**Умение давать указания подчиненным.** Различают **следующие подходы:** **неопределенные указания** — результат, как правило, отрицательный;

**уговоры** (обращение к логике развития событий, личной или общей заинтересованности) — результат может быть положительным, если сотрудник разделяет убеждения;

**угрозы** (основаны на страхе) — может возникнуть чувство обиды, в результате кто-то проиграет, дело пострадает;

**просьбы** — результат положительный, если между менеджером и сотрудниками добрые отношения;

**представление сотруднику** тех или иных преимуществ за более напряженную работу — **результат положительный**, если обещания соблюдаются;

**требование** (сочетает уважение к сотруднику и соблюдение субординации), четкие указания (скорее формальный подход) — результат может вызвать обиду, но задача, как правило, бывает решена.

Одно из важнейших качеств менеджера — **этичность**. **Этика** (от лат. *ethika* — **обычай, характер**) — это система норм, мораль нравственного поведения человека. Применительно к определенной общественной группе профессий можно говорить, например, о депутатской этике, врачебной этике, этике менеджера.

**Этике делового общения** в современном менеджменте уделяется повышенное внимание. Особую роль этика бизнеса играет в России, в которой идет процесс становления рыночной экономики. Соблюдение этики создает благоприятный фон для установления прочных, доверительных, честных деловых отношений менеджера с партнерами по работе.

Деятельность менеджера чрезвычайно многообразна. Кроме необходимости постоянного решения разнообразных вопросов организации производства и реализации продукции, управления коллективом, ему приходится, по существу, ежедневно сталкиваться с различными этическими проблемами. Примерами таких ситуаций могут быть: использование служебного положения в личных целях, сокрытие от вышестоящего руководства или своих подчиненных упущений в собственной работе и т.д. Наконец, крайней степенью неэтичности поведения по отношению к собственной фирме может быть, например, передача конкурирующей фирме информации об издержках производства, стратегии действий на рынке, описание новой модели изделия, что, по существу, можно назвать просто изменой, предательством. Таким образом, можно говорить о так называемой этике бизнеса, этике менеджера.

Не вызывает сомнения факт, что этичность напрямую связана с результатами деятельности фирмы, она влияет на благополучие коллектива и фирмы в целом. Люди с давних пор задавались вопросом, что в поведении человека является добром, а что злом, что является правильным, а что неправильным. Когда говорят, что такой-то человек хороший, обычно имеют в виду, что он поступает правильно. И, соответственно, наоборот. Подобное обсуждение человеческого поведения и есть то, что наиболее прочно ассоциируется у нас с понятием «этика». Поведение человека — это самый общий предмет этических суждений. Можно сказать, что этика занимается вопросом, что такое хорошее, правильное поведение. Индивидуальное восприятие человеком понятий «добра» и «зла» реализуется в его поведении и в его поступках. Образ жизни и конкретные действия, олицетворяющие поведение человека, дают ответ на вопрос об его этичности.

Человечество за свою долгую историю выработало принципы этики, ее нормы. Это, по существу, стандарты поведения, дающие возможность проводить сравнение, сопоставление с ними конкретных действий человека. Такими принципами являются, например, следующие: цель никогда не оправдывает средства; никогда нельзя делать зла с целью сотворить добро. Разумеется, необходимо в каждом конкретном случае учитывать реальные возможности осуществления каких-либо действий и их последствия. Другими словами, следует рассматривать не только относительную ценность разных последствий, но и относительную возможность их осуществления.

**Имидж** — это собирательный образ (совокупность впечатлений), складывающийся в сознании людей и связанный с конкретными представлениями. Можно говорить об имидже человека, предприятия, продукции, страны и т.д.

Созданию и поддержанию достойного имиджа, являющегося важной составной частью деятельности менеджера, способствует соблюдение основанных на этике следующих правил служебных отношений:

-если вы хотите критиковать сотрудника, то вначале отметьте положительные стороны его работы;

-не говорите с людьми в приказном тоне;

-уважайте мнение других;

-лучшим способом добиться оптимального результата в спорной ситуации является уклонение от спора;

-если вы в чем-то неправы, то открыто в этом признайтесь.

**Менеджеру** в общении с людьми рекомендуется: больше опираться на самостоятельных людей; чаще просить, чем приказывать; благодарить, но не взыскивать; не преследовать за критику; уметь терпеливо слушать.

### **Вопросы для самопроверки:**

1. В чем состоит сущность менеджмента?
2. Перечислите характерные особенности современного менеджмента.
3. Какими основными качествами должен обладать менеджер?
4. Каковы объективные обстоятельства, способствующие возникновению и формированию менеджмента как науки и практики?
5. Перечислите и дайте краткую характеристику основным направлениям научной управленческой мысли.
6. В чем заключается суть количественного научного подхода в менеджменте?
7. Изложите содержание процессного подхода.
8. Каково отличие между системным и ситуационным научными направлениями?
9. Дайте краткую характеристику японской модели менеджмента.
10. В чем заключается отличительная особенность менеджмента в США?
11. Имеются ли в России возможности для использования зарубежного опыта менеджмента? Каковы основные проблемы менеджмента в России? Назовите пути их решения.
12. Каковы основные задачи, стоящие перед российским менеджментом?

## Тема 12. Основы маркетинга

**Маркетинг** – (от англ «marker» - рынок) это работа на рынке, использование его законов, изучение и удовлетворение всех желаний и потребностей.

**Маркетинг** – это социально управленческий процесс посредством которого индивидуумы путём создания продуктов и их обмена получают, то в чём они нуждаются.

### Направление маркетинга.

1. Маркетинг ориентированный на продукт – то есть на потребление, создание и усовершенствование товара.

2. Маркетинг ориентированный на потребителя – то есть на удовлетворение каких-либо потребностей.

### Задачи маркетинга.

1. Комплексное изучение рынка.

2. Планирование товарного ассортимента и цен.

3. Разработка путей наиболее полного удовлетворения существующего спроса.

4. Организация и совершенствование системы сбыта и реализации продукции.

Таблица 3

### Этапы развития маркетинга

Годы	Основная цель деятельности	Происходящие явления в маркетинге
1860-1930	Стремление к улучшению качества товаров без серьезного учета потребностей покупателей	1901-1902 - начато чтение самостоятельного курса маркетинга в университетах США
1930-1950	Обеспечение максимизации продаж с помощью рекламы и других методов воздействия на покупателя с целью заставить совершить покупку. Рынок был готов к поглощению предлагаемой продукции, сбыт не представлял особых проблем.	Созданы национальные ассоциации маркетинга в большинстве развитых стран мира.
1950-1960	Выделение пользующихся повышенным спросом товаров высокого качества и обеспечение максимума продаж именно этих товаров. Рыночная ориентация сводилась к тому, что основной упор в маркетинговой политике делался на мероприятия, стимулирующие сбыт продукции. Предоставление услуг и производство товаров осуществлялись по традиционной схеме «что производишь, то и продаешь»	Сформированы международные маркетинговые организации, включая Международную федерацию маркетинга, Европейское общество по вопросам общественного мнения и маркетинга, Европейскую академию маркетинга.
1960-1970	Перспективное планирование и прогнозирование, опирающиеся на исследования рынка, продукта, покупателей; использование комплексных методов формирования спроса и стимулирования сбыта; ориентация на товары «рыночной новизны», удовлетворяющие требованиям покупателей	Во всем мире растет выпуск литературы по маркетингу, в т.ч. учебников, словарей и справочников. Зарождается маркетинг услуг
1980 и по сей день	Маркетинг приобретает иную смысловую направленность: выявить и предугадать новые потребности клиентов и ориентировать на них всю политику предприятия на рынке.	1990 - принято постановление Президиума Верховного совета РСФСР «Об организации института системных исследований и маркетинга. 1995 - создана Российская ассоциация маркетинга. В настоящее время активную роль в пропаганде идей современного маркетинга играют: Европейская конфедерация маркетинга, Европейское общество по вопросам общественного мнения и маркетинга, Американская, Японская и др. национальные ассоциации маркетинга, в т.ч. и России.



### Принципы маркетинга

1. Ориентация бизнеса на запросы потребителей: всестороннее научно-практическое исследование рынка, рыночной среды, мотиваций потребителя а также, производственно сбытовых возможностей фирмы.
2. Сегментация и выявление целевого рынка.
3. Адаптация и гибкое реагирование производства и сбыта на требование спроса и изменение рыночных условий.
4. Инновация.
5. Стратегическое планирование, то есть построение маркетинговых программ основанных на рыночных прогнозах и прогнозах развития научно-технического прогресса.

### Концепция маркетинга

1. Концепция совершенствования производства – утверждает, что потребители будут благожелательны к тем товарам, которые широко распространены и доступны по цене. Следовательно продавцы должны сосредоточить усилия на совершенствовании производства с целью сокращения издержек и улучшения системы распространения товара.

Эту конкуренцию используют предприятия у которых серийное и крупносерийное производство продажа производится с помощью многочисленных торговых точек.

2. Концепция совершенствования товара – утверждает, что потребители будут благосклонны к тем товарам, у которых высокое качество, лучшее эксплуатационное свойство и характеристики.

Факторы поддерживающие эту концепцию:

- 1) Общество нуждается в высококачественных товарах;
- 2) неустойчивость экономической конъюнктуры, инфляция;
- 3) быстрый, моральный износ товаров.

Эту концепцию используют посреднические компании, аудиторские фирмы, а также банковские учреждения при анализе кредитоспособности своих клиентов.

3. Сбытовая концепция (интенсификация коммерческих усилий) – утверждает, что покупатели не будут покупать товар в достаточном количестве, если фирма не предпримет значительных усилий в сфере стимулирования сбыта.

Эту концепцию используют для товаров повседневного спроса, а также страховые компании консультационные фирмы и предприятия практикующие «жесткие продажи».

4. Концепция маркетинга – утверждает, что залогом достижения целей организации является определение нужд и потребностей целевых рынков и обеспечение желаемой удовлетворённости более эффективным способом, чем конкурента.

5. Концепция социально-этического маркетинга, но при этом не наносит вред здоровью человека, окружающей среды и обществу в целом.

### *Составляющие элементы структуры маркетинговой деятельности*

Составляющими элементами структуры маркетинговой деятельности являются:

- ✓ Цели и задачи;
- ✓ Функции и принципы;
- ✓ Объекты и субъекты маркетинга;
- ✓ Окружающая среда;
- ✓ Средства и методы;
- ✓ Стратегия и тактика;
- ✓ Исследования, организация и управление маркетингом.

Сущность маркетинга, его основополагающие положения обуславливают принципы маркетинга. Основным принципом маркетинга является: *ориентация конечных результатов*

производства на реальные требования и пожелания потребителей. Суть этого принципа можно выразить так «найди потребность и удовлетвори ее».

Успешная реализация принципов маркетинга возможна во взаимосвязи с функциями маркетинга. Все функции маркетинга можно разделить на 4 группы:

Маркетинг затрагивает интересы каждого, будь то покупатель, производитель, продавец. И у этих людей могут быть цели противоречащие друг другу. Известно четыре альтернативные цели системы маркетинга:



Рис. 10. Функции маркетинга

Достижение максимальной возможности потребления - считается, что максимизация потребления создает условия для максимального роста производства, занятости и благосостояния общества; иначе - чем люди больше покупают, тем счастливей они становятся. (Например, производители жвачки «Дирол» ищут пути заставить людей жевать больше резинки, а производители оптики вводят моду на новые модели оправ для очков, чтобы стимулировать спрос.)

2. Достижение максимальной потребительской удовлетворенности - к сожалению, степень потребительской удовлетворенности трудно измерить. Еще не найден способ, как измерить полное удовлетворение каким - либо товаром, услугой. Кроме того, удовлетворение, полученное отдельными потребителями от конкретных «благ», не учитывает «зло», наносимое здоровью человека, такое как употребление спиртных напитков, наркотиков, загрязнение окружающей среды. Таким образом, дать оценку маркетингу на основе показателей степени удовлетворенности очень затруднительно.

3. Предоставление максимально широкого выбора - следуя этой цели, необходимо обеспечить такое разнообразие товаров, чтобы потребители могли иметь возможность найти товары, которые наиболее полно отвечают их вкусу.

4. Максимальное повышение качества жизни - считается, что маркетинг должен обеспечить не только количество, качество, разнообразие и доступность товаров по ценном, но также качество культурной и физической среды обитания людей.

### Классификация и основные виды маркетинга

В зависимости от степени развития рыночных отношений, сфер применения маркетинга выделяют характеристики, с помощью которых возможна классификация маркетинга по типам и видам. Классификация маркетинга имеет конкретное практическое значение, т.к. комплекс маркетинга является существенно различным для различных видов деятельности.

Таблица 4

#### Виды маркетинга

Критерии классификации	Виды маркетинга
1. По области применения	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Маркетинг товаров народного потребления.</li> <li>2. Маркетинг товаров производственного назначения</li> <li>3. Маркетинг услуг.</li> <li>4. Микромаркетинг (реализуется на уровне предприятия)</li> <li>5. Макромаркетинг (реализуется на уровне государства и ответственен за достижение социальных целей).</li> <li>6. Глобальный маркетинг (характерен для фирм которые ведут крупномасштабный бизнес).</li> <li>7. Маркетинг личности.</li> <li>8. Маркетинг места (применяется для поддержания или изменения отношения клиентов к отдельным местам, например, места отдыха, маркетинг жилья и т.п.).</li> </ol>
2. По целям организации	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Товарно-ориентированный маркетинг (т.е. нацелен на создание нового товара).</li> <li>2. Потребительно-ориентированный маркетинг (т.е. нацелен на удовлетворение какой-либо потребности).</li> </ol>
3. По характеру получения прибыли	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Коммерческий маркетинг.</li> <li>2. Некоммерческий маркетинг.</li> </ol>
4. По стратегии охвата рынка	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Массовый (недифференцированный) маркетинг (характеризуется массовым производством и маркетингом одного продукта, предназначенного сразу для всех покупателей).</li> <li>2. Дифференцированный маркетинг (характеризуется производством и маркетингом нескольких продуктов с различными свойствами, предназначенных на разные вкусы потребителей).</li> <li>3. Концентрированный маркетинг (характеризуется производством и маркетингом продуктов, разработанных специально для отдельных покупателей).</li> </ol>

#### Сегментация рынка

Одна - единственная компания не в состоянии полностью удовлетворить потребности таких ёмких рынков, как например, рынок компьютеров и прохладительных напитков. Потребителей слишком много, а их желания и потребности чрезвычайно разнообразны. Поэтому, производителю следует выявлять те сегменты рынка, которые он способен обслуживать наиболее эффективно. Вместо того, чтобы распылять маркетинговые усилия, компания концентрирует их на группе покупателей, потребности и желания которых совпадают с их возможностями.

Подобные действия по концентрированию усилий фирмы на определённой группе потребителей, привели к появлению концепции целевого маркетинга.

Концепция целевого маркетинга появилась в 70-80 г. XX века, как ответная реакция рынка на желание фирм сконцентрировать свои усилия на определённой группе потребителей.

Целевой маркетинг требует проведение трех основных мероприятий:

1. Сегментирование рынка.
2. Выбор целевых сегментов рынка.
3. Позиционирование товаров на рынке.

**Сегментация рынка** - это разделение рынка на четкие группы покупателей, которым следует адресовать разные продукты и разные маркетинговые усилия.

**Рыночный сегмент** - это группа потребителей, характеризующаяся однотипной реакцией на предлагаемый продукт и на набор маркетинговых стимулов. Сегментация имеет огромное значение для товаропроизводителя, т.к. позволяет:

- Повысить конкурентоспособность товара и его производителя, эффективность хозяйственной деятельности;
- Лучше удовлетворять нужды и потребности людей путем большего соответствия товаров желаниям и предпочтениям потребителя;
- Более четко и направленно осуществлять маркетинговую политику.
- Работа по сегментированию рынка должна проводиться непрерывно и постоянно, т.к. в конкурентной борьбе, во вкусах и желаниях потребителя и научно - технической среде происходят постоянные изменения.

Тут же возникает вопрос: «Каким образом и по каким признакам нужно выбирать сегмент для предприятия?»

**Признак сегментации** - это способ выделения данного сегмента на рынке.

Основными признаками сегментации потребительского рынка являются:

- Географические.
- Демографические.
- Социально-экономические.
- Психологические.
- Поведенческие.

Сегментация по каждому признаку имеет свои плюсы и минусы, которые полезно знать при анализе рынка.

**Сегментация по географическому признаку** - заключается в разделении рынка на географические единицы: государства, регионы, города, климат, плотность населения и т.д. Фирма может принять решение действовать в одной или нескольких географических сегментах, при этом необходимо учитывать особенности населения, т.к. потребности и предпочтения их жителей могут существенно различаться.

Например, кофе "Максвел Хаус" продают в общенациональном масштабе, а привкус ему придают в зависимости от конкретного региона. Так на Западе предпочитают более крепкий кофе, чем в восточных районах страны.

**Сегментация по демографическому признаку** предполагает деление потребителей на различные группы в соответствии с возрастом потребителя, пола, количества членов семьи, национальности и т.д.

**Рыночный сегмент** - это группа потребителей, характеризующаяся однотипной реакцией на предлагаемый продукт и на набор маркетинговых стимулов. Сегментация имеет огромное значение для товаропроизводителя, т.к. позволяет:

- Повысить конкурентоспособность товара и его производителя, эффективность хозяйственной деятельности;
- Лучше удовлетворять нужды и потребности людей путем большего соответствия товаров желаниям и предпочтениям потребителя;
- Более четко и направленно осуществлять маркетинговую политику.
- Работа по сегментированию рынка должна проводиться непрерывно и постоянно, т.к. в конкурентной борьбе, во вкусах и желаниях потребителя и научно - технической среде

происходят постоянные изменения.

Тут же возникает вопрос: «Каким образом и по каким признакам нужно выбирать сегмент для предприятия?»

**Признак сегментации** - это способ выделения данного сегмента на рынке.

Основными признаками сегментации потребительского рынка являются:

- Географические.
- Демографические.
- Социально-экономические.
- Психологические.
- Поведенческие.

Сегментация по каждому признаку имеет свои плюсы и минусы, которые полезно знать при анализе рынка.

Рассмотрим следующую схему:

**Сегментация по географическому признаку** - заключается в разделении рынка на географические единицы: государства, регионы, города, климат, плотность населения и т.д. Фирма может принять решение

Например, кофе "Максвел Хаус" продают в общенациональном масштабе, а привкус ему придают в зависимости от конкретного региона. Так на Западе предпочитают более крепкий кофе, чем в восточных районах страны.

**Сегментация по демографическому признаку** предполагает деление потребителей на различные группы в соответствии с возрастом потребителя, пола, количества членов семьи, национальности и т.д.

Рассмотрим, как именно демографические перемены используются для деления рынка на сегменты.

**Пример:** жизненный цикл семьи и возраста

Потребности и возможности покупателей меняются с возрастом. Даже 6-ти месячный ребенок уже отличается по своему потребительскому потенциалу от 3-х месячного. Осознав это фирма игрушек "Элейб продактс" разработала 12 различных игрушек для последовательного использования их детьми от 3-х мес. до года. Одна предназначена когда младенец только начинает тянуться к предметам; другая - когда у ребенка развиваются хватательные движения и т.д.

Такая стратегия сегментации позволяет родителям и прочим дарителям выбрать игрушку на основе знаний возраста ребенка.

Например, сегментирование по половым признакам давно используется для производства одежды, в парикмахерском деле, в косметической отрасли, в издательском деле и т.д.

**Среди социально-экономических признаков** особое место занимает размер и структура доходов на человека и семью, образование, род занятия, религия. увеличивает, свою прибыль за счет расширения сегментов рынка;

Например, уровень доходов часто используется для сегментирования рынка таких товаров, как автомобили, моторные лодки, одежда, ювелирные изделия, путешествия и т.д.

Но в то же время, по уровню дохода не всегда можно определить потребителей того или иного товара.

Например, принято считать, что рабочие в Америке покупают автомобиль "Шевроле", а управляющие - "Кадилаки". На практике многие управляющие покупают себе "Шевроле", а некоторые рабочие (такие, как высокооплачиваемые водопроводчики, столяры) "Кадилаки". Рабочие были среди первых покупателей цветных телевизоров, что обходилось им в конечном счете дешевле, чем походы в кино и рестораны.

**Психографические признаки** базируются на целом комплексе характеристик покупателя, представляющих модель жизни покупателя, которая выражается в увлечениях, поступках, мнениях, отношениях с другими людьми и т.д.

Например, разрабатывая рыночную стратегию и тактику реализации модели автомобиля "Мустанг", компания "Форд Моторс" в качестве основного признака сегментации избрала возраст покупателя. Модель предназначена для молодежи, желающих приобрести недорогой спортивный автомобиль. Однако, выпустив машину на рынок, администрация фирмы к своему удивлению, обнаружила, что модель пользуется популярностью у всех возрастов.

**Вывод:** в качестве основного признака сегментации рынка следовало выбрать не молодежь, а "психологически молодых" людей.

При сегментировании по поведенческому признаку, покупатели делятся на группы в зависимости от того, насколько они знают товар, как к нему относятся, как используют или как реагируют на него.

Например, поводом для совершения покупки может быть свадьба, повышение по службе, юбилей. Люди будут приобретать ювелирные изделия, сладости, дорогие сувениры, свадебные аксессуары, цветы и т.д.

Например, искомые выгоды - я хочу провести время с семьей и при этом хорошо отдохнуть, развлечься и узнать что-то новое о другой стране - для удовлетворения этой потребности подойдет путешествие.

Ту сегментацию, которую мы сейчас рассмотрели относится к рынкам товаров народного потребления. Существует еще сегментация рынков товаров производственного назначения.

В качестве основы для сегментации используется большая часть тех же показателей, что и при сегментировании рынка товаров народного потребления.

Однако первостепенное значение для этого - рынка – имеют экономические и технологические критерии, к которым относятся:

#### **Критерии сегментации производственного рынка**

- отрасль (промышленность, с/х, торговля, наука и т.д.);
- форма собственности (частная, государственная, коллективная и т.д.);
- сфера деятельности (основное производство, научные исследования и т.д.);
- размер предприятия (малое, среднее, крупное);
- географическое положение (Крайний Север, Поволжье и т.д.).

Важным признаком сегментации на рынке производственного назначения является:

- периодичность заказов на товары;
- сроки поставки; условия оплаты; методы расчетов;
- разновидность конечных потребителей.

Например, рассмотрим рынок транзистора. Рынок транзисторов состоит из 3-х субрынков: военного, промышленного и коммерческого.

Военные закупщики уделяют огромное внимание качеству товара и его доступности. Фирмы, продающие транзисторы на военном рынке, должны использовать торговых агентов, хорошо знакомых с процедурами военных закупок, и иметь довольно узкую товарную специализацию производства.

Покупатели товаров промышленного назначения, такие, как производители ЭВМ, заинтересованы в высоком качестве товара и хорошо налаженной системе технического обслуживания. Цена не имеет решающего значения. Производители транзисторов используют торговых агентов, которые обладают техническими знаниями, и предлагает широкий товарный ассортимент.

Коммерческих покупателей, таких, как производители карманных радиоприемников, при закупке комплектующих изделий интересует цена и оперативность поставки, массовый ассортимент.

Не каждый метод сегментирования приводит к желаемому результату. Например, среди покупателей пищевой соли могут быть как блондины, так и брюнеты, но цвет волос людей не имеет никакого отношения к её приобретению. Более того, если все потребители каждый месяц покупают одинаковое количество соли, полагая её свойство неизменными, по примерно одинаковым ценам, то такой рынок вряд ли представляет интерес и не поддаётся подразделению на сегменты.

Рыночные сегменты должны обладать следующими критериями.

**Критерий сегментации** - это показатель того, насколько верно предприятие выбрало тот или иной рынок для деятельности.

**К критериям сегментации относятся:**

1. *Количественные границы* - определяются емкостью сегмента, т.е. сколько изделий и по какой цене могут быть на нем реализованы, какое число реальных и потенциальных потребителей имеется, и на какой площади они проживают.

Исходя из этих данных предприятие должно определить, какая должна быть производственная мощность, и каковы размеры сбытовой сети.

2. *Доступность сегмента для предприятия* — т.е. возможность предприятия получить каналы распределения и сбыта продукции, условия хранения и транспортировки изделия на данном сегменте рынка.

Собрав информацию, руководство предприятия принимает решение о продвижении своего товара на выбранный сегмент.

3. *Существенность сегмента* - т.е. определение насколько реальна та или иная группа потребителей, не распадается ли она.

В противном случае, можно попасть в сегмент, где конкуренты имеют прочные позиции.

4. *Прибыльность сегмента* - с помощью этого критерия определяется, насколько доходной будет для предприятия работа на выделенном сегменте рынка.

5. *Защищенность выбранного сегмента от конкуренции* - важно правильно оценить свои возможности в борьбе с конкурентами на данном сегменте рынка и возможности конкурентов, их сильные и слабые стороны.

**Реклама** - любая форма неличного представления и продвижения коммерческих идей, товаров и услуг, оплаченная четко указанным рекламодателем.

Можно выделить несколько видов рекламы в зависимости от того, какой признак положен в основу классификации рекламы.

1. В зависимости от объекта рекламного обращения:

- А) реклама для покупателей потребительских товаров;
- Б) реклама для покупателей товаров производственного назначения;
- В) смешанная реклама.

2. В зависимости от заказчика:

- А) реклама предприятий-производителей;
- Б) реклама предприятий оптовой торговли;
- В) реклама предприятий розничной торговли.

3. В зависимости от условий применения:

- А) престижная реклама - применяется для долговременного образа фирмы;
- Б) реклама марки - для долговременного выделения конкретного марочного товара;
- В) рубричная реклама - для распространения информации о продаже, услуги или событии;
- Г) реклама распродаж - для объявлений распродаж по сниженным ценам;

Д) разъяснительно- пропагандистская реклама - для отстаивания конкретной идеи.

4. В зависимости от поставленных задач (целей продвижения):

А) информативная реклама - на этапе выведения товара на рынок (для создания первичного спроса);

Б) увещательная реклама - на этапе роста. Используются методы убеждения, сравнения.

В) напоминающая реклама - на этапе зрелости. Применяется для того, чтобы заставить потребителя вспомнить о товаре.

5. В зависимости от способов распространения информации:

А) прямая (по почте, лично вручаемая);

Б) в прессе;

В) печатная (проспекты, каталоги, буклеты, календари, плакаты);

Г) экранная (кино, телевидение, слайды);

Д) наружная (щиты, световые экраны, вывески)

Е) реклама на транспорте;

Ж) реклама на месте продажи (витрины магазинов, внутренние вывески, указатели, упаковка, ярлыки и ценники):

З) сувениры и другие малые формы распространения рекламы (блокноты, папки, значки, авторучки и т.д.).

В России рекламная деятельность регулируется следующими основными нормативно - правовыми актами:

- ✓ ГКРФ;
- ✓ Законом РФ «О защите прав потребителей»;
- ✓ Законом «О рекламе»;
- ✓ Законом «О сертификации продукции и услуг»;
- ✓ Указом Президента РФ «О гарантиях права гражданина на охрану здоровья при распространении рекламы»;
- ✓ Указом Президента РФ «О защите потребителей от недобросовестной рекламы» и др.

### **Функции рекламы**

1. *Маркетинговая функция.* Реклама предназначена стимулировать сбыт и способствовать продвижению товара

2. *Коммуникационная функция, рекламы.* Информировать покупателей о товаре, который им нужен.

3. *Образовательная функция.* Реклама выступает как средство обучения Потребитель не только узнает о товарах и услугах, но и открывает для себя способы совершенствования жизни

4. *Экономическая функция.* Реклама способствует снижению расходов и росту прибыли, так как стимулирует объём продаж и коммерческую деятельность.

5. *Социальная функция.*

Реклама способствует повышению жизненного уровня населения, популяризирует материальные, социальные, экологические и культурные возможности рыночной экономики.

### **Вопросы для самоконтроля:**

1. Раскройте понятие социально-экономической сущности и содержания маркетинга.
2. Какие факторы определяют поведение потребителей на рынке?
3. В чем заключается сегментация рынка?
4. Какое влияние оказывают кадры, компаньоны, партнеры дела на его эффективность?
5. Какая связь существует между производством и потреблением?



## СПИСОК ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ

### Основные источники:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации.  
Часть 1. Федеральный закон от 30.11.94 № 51-ФЗ.  
Часть 2. Федеральный закон от 26.01.96 № 14-ФЗ (с последующими дополнениями)
2. Трудовой кодекс Российской Федерации, М, Издатель Умеренков, 2008г., 224с.
3. Кнышова Е.Н. Менеджмент: Практикум: учеб. пособие для студентов учреждений средн. проф. обр./Е.Л. Драчева, Л.И. Юликов – М.: изд. центр «Академия», 2016. – 304с.
4. Косьмин А.Д. Менеджмент: учеб. для студ. учреждений сред. проф. образования/ А.Д. Косьмин, Н.В. Свинтицкий. – М.: Издательский центр «Академия», 2017. – 208с.
5. Румынина В.В. Правовое обеспечение профессиональной деятельности: учебник для студ. сред. проф. учеб. заведений/ В.В. Румынина. – 4-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2016. – 192с.
6. Соколова С.В. Экономика организации; учеб. Для студ. учреждений сред. проф. образования / С.В. Соколова. – М.: Издательский центр «Академия», 2015. – 176с.
7. Сергеев И.В. Экономика предприятия: Учебное пособие. -2-е изд., перераб. и доп.- М.: Финансы и статистика, 2017.- 304 с.: ил.
8. Туровец О.Г. Организация производства и управление предприятием: Учебник/ О.Г. Туровец, М.И. Бухалков, В.Б. Родинов; Под ред. О.Г. Туровца. – 3-е изд. – М.: ИНФРА – М, 2018. – 506с.

### Дополнительная литература:

9. Фокина О.М. Практикум по экономике организации (предприятия): учеб. Пособие / О.М. Фокина, А.В. Соломка. – Финансы и статистика, 2013.- 272с.: ил.

### Электронные ресурсы:

- ЭР1) <http://www.consultant.ru/popular/gkrf1/> - Гражданский кодекс Российской Федерации
- ЭР2) <http://www.consultant.ru/popular/tkrf/> - Трудовой кодекс Российской Федерации" от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 31.07.2016)
- ЭР3) <http://www.alleng.ru/d/econ/econ026.htm> - Экономика предприятия. *Под ред. Горфинкеля В.Я., Швандара В.А.*