

---

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ ДЛЯ ВУЗОВ

*М. Н. Кондратьева*

ЭКОНОМИКА  
ПРЕДПРИЯТИЯ

УЛЬЯНОВСК

2008

УДК 658  
ББК 65.29  
К 64

**Кондратьева, М. Н.**

Экономика предприятия : учеб. пособие для студентов высших учебных заведений. – Ульяновск : УлГТУ, 2008. – 241 с.

Учебное пособие подготовлено в соответствии с программой по курсу «Экономика предприятия» для студентов, обучающихся в высших учебных заведениях.

В учебнике рассматриваются вопросы, связанные с деятельностью российского предприятия с момента выбора его организационно-правовой формы и регистрации до организации производства и управления, реализации продукции, анализа результатов работы и выбора направления дальнейшего развития.

Пособие адресовано студентам вузов, обучающимся по специальности 08030165 Коммерция (торговое дело).

**УДК 658  
ББК 65.29**

# Оглавление

Введение .....	6
Тема 1. Организационно-правовые формы предприятий.....	7
1.1. Виды организационно-правовых форм предприятия .....	7
1.2. Хозяйственные товарищества .....	8
1.3. Общества с ограниченной и дополнительной ответственностью .....	13
1.4. Акционерное общество .....	18
1.5. Производственный кооператив .....	22
1.6. Государственные и муниципальные унитарные предприятия.....	23
1.7. Потребительский кооператив.....	24
1.8. Общественные организации .....	25
Тема 2. Основные фонды предприятия .....	30
2.1. Состав и структура основных производственных фондов.....	30
2.2. Поступление основных средств .....	31
2.3. Оценка и переоценка основных фондов.....	32
2.4. Износ и амортизация основных фондов.....	34
2.5. Выбытие основных средств .....	40
2.6. Обобщающие показатели использования основных средств.....	40
Тема 3. Оборотные средства.....	45
3.1. Определение и состав оборотных средств .....	45
3.2. Классификация оборотных производственных средств .....	45
3.3. Классификация фондов обращения .....	45
3.4. Кругооборот оборотных средств .....	46
3.5. Расчет потребности в оборотном капитале.....	47
3.6. Источники формирования оборотных средств.....	50
3.7. Показатели использования оборотных средств.....	51
Тема 4. Кадры .....	56
4.1. Состав и структура кадров.....	56
4.2. Экономическое содержание труда работников торговли. ....	57
4.3. Планирование численности торговых работников .....	58
4.4. Нормирование труда .....	58
4.5. Производительность труда .....	61
4.6. Основные формы оплаты труда .....	63
4.7. Тарифная и бестарифная системы .....	65
4.8. Заработная плата и производительность труда .....	67
4.9. Рынок труда, занятость и безработица .....	68
Тема 5. Экономические основы развития коммерческих предприятий. Предприятие в системе рыночных отношений.....	75
5.1. Содержание и сущность экономического механизма организации (предприятия) торговли.....	75
5.2. Методы планирования, их сущность, содержание и возможности применения в условиях рынка.....	76
5.3. Предприятие как агент рыночной экономики .....	77
5.4. Место предприятия в системе рыночных отношений. Условия складывания рыночных отношений .....	78
5.5. Самостоятельность предприятия .....	78
5.6. Предприятие в различных рыночных структурах.....	79
5.7. Предприятие в рыночном механизме. Общая характеристика рыночного механизма .....	82

Тема 6. Основные показатели развития: товарооборот, прибыль. Издержки обращения на предприятии.....	93
6.1. Сущность товарооборота.....	93
6.2. Состав товарооборота.....	97
6.3. Сущность и значение прибыли, принципы ее формирования.....	98
6.4. Факторы, влияющие на прибыль и товарооборот.....	101
6.5. Товарные запасы.....	103
6.6. Товарные ресурсы.....	106
6.7. Планирование товарных запасов.....	107
6.8. Экономическая природа и сущность издержек обращения.....	110
6.9. Классификация издержек обращения.....	110
6.10. Анализ издержек обращения в целом по предприятию и по отдельным статьям.....	111
6.11. Расчёт влияния факторов на уровень издержек обращения.....	113
Тема 7. Затраты и себестоимость продукции и услуг. Структура затрат и их оптимизация.....	116
7.1. Сущность и классификация издержек.....	116
7.2. График безубыточности.....	118
7.3. Группировка затрат на производство продукции.....	120
7.4. Теория оптимального объема выпуска продукции.....	123
7.5. Снижение затрат и себестоимости продукции и услуг.....	127
Тема 8. Налоги и налоговая система.....	133
8.1. Понятие и сущность налогов.....	133
8.2. Функции налогов.....	134
8.3. Элементы налога и их характеристика.....	135
8.4. Налогоплательщики.....	136
8.5. Объект налогообложения.....	137
8.6. Налоговая база и единица обложения.....	138
8.7. Налоговые льготы.....	138
8.8. Налоговая ставка, налоговый оклад и источник уплаты налога.....	140
8.9. Налоговый период и срок уплаты налога.....	141
8.10. Порядок исчисления и порядок уплаты налога.....	143
8.11. Способы уплаты налогов.....	144
8.12. Методы налогообложения.....	145
8.13. Понятие и сущность налоговой системы.....	145
8.14. Классификация налогов.....	148
8.15. Налоговая политика.....	151
8.16. Система налогового законодательства.....	152
8.17. Налоговые правонарушения и ответственность за их совершение.....	154
Тема 9. Цена и ценообразование.....	163
9.1. Понятие и классификация цен.....	163
9.2. Структура розничной цены, экономическое содержание её составных элементов.....	165
9.3. Ценовая политика.....	166
9.4. Цены рынка свободной конкуренции.....	167
9.5. Ценообразование в условиях монополистической конкуренции.....	167
9.6. Ценообразование в условиях олигополии.....	169
9.7. Цены в условиях чистой монополии.....	169
Тема 10. Планирование доходов и расходов.....	172
10.1. Структура финансового плана.....	172
10.2. Планирование доходов торгового предприятия.....	175
Тема 11. Анализ внешней среды на предприятии.....	180
11.1. Понятие внешней среды предприятия.....	180

11.2. Сущность внешней среды для предприятия.....	180
11.3. Анализ факторов внешней среды .....	188
11.4. Анализ неопределенности организационной среды .....	190
11.5. Анализ макроокружения.....	193
11.6. Анализ Микроокружения .....	195
Тема 12. Коммерческий риск. Выживание предприятия.....	200
12.1. Виды рисков и методы их оценки.....	200
12.2. Понятие и процедура банкротства.....	211
Тема 13. Прибыль и рентабельность. Эффективность функционирования коммерческого предприятия. ....	218
13.1. Прибыль как экономическая категория .....	218
13.2. Рентабельность и ее виды.....	222
13.3. Финансовое состояние предприятия .....	223
Тема 14. Экономический анализ деятельности предприятия .....	229
14.1. Характеристика финансового состояния .....	229
14.2. Эффективность использования оборотных средств.....	234
14.3. Эффективность использования основных фондов.....	236
Заключение.....	240
Библиографический список.....	241

## **Введение**

Пособие предназначено для студентов, изучающих дисциплину «Экономика предприятия». Оно построено таким образом, чтобы максимально упростить усвоение предложенного материала. В тексте приводится множество классификаций, схем, графиков, позволяющих наглядно и образно представить экономические процессы, протекающие в любом предприятии.

В предлагаемом учебном пособии под «предприятием» будем понимать самостоятельный хозяйствующий субъект с правом юридического лица, создаваемым в соответствии с действующим законодательством, для производства продукции, выполнения работ и оказания услуг в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли.

В книге рассматриваются вопросы, связанные с деятельностью российского предприятия с момента выбора его организационно-правовой формы и регистрации до организации производства и управления, реализации продукции, анализа результатов работы и выбора направления дальнейшего развития.

Автор надеется, что данное учебное пособие поможет студентам разобраться в экономических процессах, протекающих внутри предприятия, а также осмыслить важнейшие экономические явления.

# Тема 1. Организационно-правовые формы предприятий

## *1.1. Виды организационно-правовых форм предприятия*

В экономике страны разнообразие предприятий велико. Отличаются они друг от друга, во-первых, размерами. В качестве показателей размера предприятия обычно используются количество работающих на нем людей, количество выпускаемой продукции или оказываемых услуг, размер капитала. Во - вторых, предприятия отличаются разнообразием видов продукции, которую они производят, или услуг, которые они оказывают. В - третьих, предприятия отличаются способами владения собственностью.

Однако наиболее важным признаком классификации хозяйствующего субъекта в условиях рыночной экономики является деление хозяйствующего субъекта по признаку организационно - правовых форм предприятий.

Проводимая в стране экономическая реформа невозможна без соответствующих организационно-правовых структур, которые регламентируются государством через Гражданский кодекс РФ.

Гражданский кодекс вводит понятия «коммерческая организация» и «некоммерческая организация».

**Коммерческая организация** преследует извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности. **Некоммерческая организация** не преследует извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности, и если получает прибыль, то она не распределяется между участниками организации.

Ведущее место в рыночной экономике принадлежит коммерческим организациям, которые создаются в форме:

- хозяйственных товариществ;
- хозяйственных обществ;
- производственных кооперативов;
- государственных и муниципальных унитарных предприятий.

Структура организационно-правовых форм коммерческих предприятий представлена на рис. 1.1.

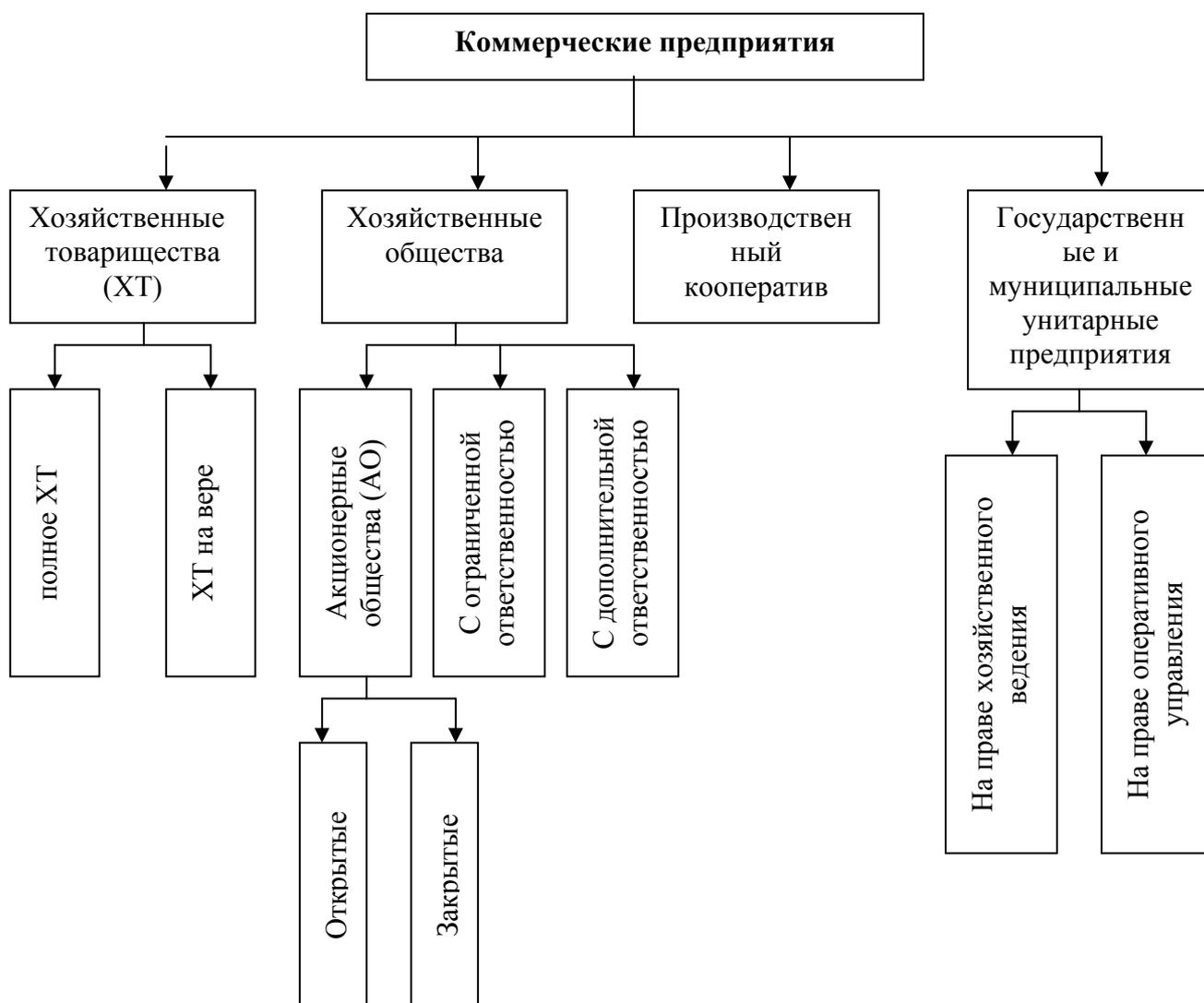


Рис. 1.1. Структура организационно-правовых форм коммерческих предприятий

## ***1.2. Хозяйственные товарищества.***

Хозяйственные товарищества признаются гражданским законодательством как отдельные разновидности субъектов предпринимательских отношений и имеют свои юридические и организационные признаки, которые отличают их от хозяйственных обществ.

В соответствии с действующим законодательством в Российской Федерации могут образовываться два вида хозяйственных товариществ: полное товарищество и товарищество на вере (коммандитное товарищество).

*Полное товарищество* – коммерческая организация, участники которого несут ответственность по его обязательствам своим имуществом (ст. 69 ГК РФ).

Полное товарищество – это одновременно хозяйственное товарищество, участники которого (полные товарищи) в соответствии с заключенным между ними договором занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества. Из этого следует, что такое товарищество является договорным объединением, поскольку оно создается и осуществляет свою деятельность на основе учредительного договора, который подписывается всеми участниками

товарищества. Поэтому при регистрации полного товарищества предъявление в регистрационную палату Устава не требуется, так как данный документ не предусмотрен действующим законодательством для коммерческих организаций данного типа.

Закон предъявляет определенные требования к содержанию учредительного договора. Предписания закона обязательны и участники полного товарищества при составлении учредительного договора должны строго руководствоваться соответствующими законоположениями.

В учредительном договоре полного товарищества указываются как общие для всех юридических лиц сведения, так и те, которые отражают специфику именно полного товарищества. К первой группе сведений относятся: порядок совместной деятельности по созданию товарищества; условия передачи ему своего имущества и участия в его деятельности; место нахождения; адрес и другие. Ко второй группе: размер и состав складочного капитала; размер долей каждого из участников в складочном капитале; положения об ответственности участников за нарушение обязанностей по внесению вкладов и другие.

Особенностью полного товарищества является то, что для его образования необходимо наличие складочного капитала. Он необходим, во-первых, для того, чтобы полное товарищество могло быть зарегистрировано, поскольку наличие такого условия прямо предусмотрено действующими нормативными актами о порядке регистрации юридических лиц. Складочный капитал выполняет роль уставного капитала и составляет не менее 100 минимальных месячных оплат труда. Во-вторых, складочный капитал полного товарищества образует его имущественную базу, без которой невозможна или будет затруднена предпринимательская деятельность товарищества. В-третьих, складочный капитал выполняет роль гарантии для кредиторов, то есть тех лиц, которые вступают в различные имущественные отношения с полным товариществом, заключая с ним договоры. Поэтому в случае невыполнения своих обязательств взыскание по долгам будет обращено прежде всего на имущество в виде складочного капитала, которое закреплено за полным товариществом как юридическим лицом. В-четвертых, наличие складочного капитала необходимо для того, чтобы участники имели четкие ориентиры при распределении прибыли и убытков, так как они делятся пропорционально доле каждого из участников в складочном капитале.

Вместе с тем убытки полного товарищества могут быть такими, что приведут к полной утрате складочного капитала. Тогда, и в этом еще одна, пожалуй, самая существенная особенность правового статуса полного товарищества, убытки будут возмещаться за счет имущества полных товарищей. Ответственность участников в данном случае будет, во-первых, субсидиарной (дополнительной).

*Субсидиарная ответственность* – дополнительная ответственность участников товарищества по его обязательствам.

Она наступает тогда, когда полностью утрачивается складочный капитал, либо складочного капитала полного товарищества недостаточно для погашения долгов. Во-вторых, ответственность участников является солидарной.

*Солидарная ответственность* – ответственность, основанная на принципе: «Один за всех и все за одного».

Суть солидарной ответственности состоит в том, что тот, кто терпит убытки от неисполнения или ненадлежащего исполнения договора, может предъявить требования о возмещении их полностью или частично, как ко всем участникам полного товарищества, так и к одному из них. В силу такой специфической ответственности закон ограничивает возможность как для физических, так и для юридических лиц быть участниками нескольких полных товариществ. Согласно гражданскому законодательству Российской Федерации лицо (физическое или юридическое) может быть участником только одного полного товарищества.

В полное товарищество могут объединяться как физические, так и юридические лица. Однако гражданин может быть участником полного товарищества только при соблюдении определенных условий, которые установлены в законодательстве. Речь идет о том, что гражданин, прежде чем он реализует свое право стать участником полного товарищества, должен получить статус индивидуального предпринимателя, зарегистрировавшись в соответствующем порядке. Что же касается юридических лиц, то полными товарищами могут быть исключительно коммерческие организации, а некоммерческие такого права не имеют.

Кроме уже указанных отличительных признаков полного товарищества следует подчеркнуть и то, что члены такого объединения обязаны своим личным трудом участвовать в его деятельности. Поэтому по своей сути полное товарищество представляет собой прежде всего объединение лиц, а затем уже и имущества.

#### *Внутренние отношения в товариществе*

Внутренние отношения в полном товариществе определяются учредительным договором. Основываются они на взаимном доверии в силу особенности правового статуса полного товарищества. Управление деятельностью товарищества осуществляется по общему согласию всех его участников.

Учредительным договором могут быть определены отдельные случаи, когда решения по конкретным вопросам могут приниматься по большинству голосов. Каждый из участников полного товарищества имеет один голос, независимо от его доли в складочном капитале. Вместе с тем действующее законодательство дает право членам товарищества изменить это общее правило и отразить в учредительном договоре иной порядок установления количества голосов.

Полное товарищество имеет статус юридического лица, поэтому оно рассматривается законодательством как единый субъект предпринимательских и других правоотношений. Юридические лица приобретают гражданские права и принимают на себя гражданские обязанности через свои органы. Что же касается полного товарищества, то эти функции выполняют его участники, так как в товариществе не образуются специальные органы управления. От имени полного товарищества при

заключении сделок может выступать каждый из участников в отдельности, если в учредительных документах не установлено, что его участники ведут дела совместно, либо ведение дел поручено одному или нескольким участникам. В зависимости от того, какой установлен порядок ведения дел, наступают различные юридические последствия.

Во-первых, когда дела ведутся совместно, тогда для совершения каждой сделки требуется согласие всех участников товарищества.

Во-вторых, если дела поручены одному или некоторым из участников, то остальные могут совершать сделки только на основании доверенности от тех лиц, которым поручено ведение дел.

*Доверенность* – письменное уполномочие, выдаваемое одним лицом другому для представительства перед третьими лицами.

Участнику полного товарищества предоставлено право выхода, и он его не может быть лишен. При выходе из товарищества остальные его участники должны быть предупреждены за шесть месяцев до фактического выхода. Кроме того, участник может быть исключен из товарищества, но только по решению суда и на основании требования остальных товарищей. Однако для этого должны быть серьезные основания: грубое нарушение своих обязанностей и единогласное решение об исключении. При выбытии из состава товарищества лицо имеет право на выплату ему стоимости части имущества товарищества пропорционально его доли в складочном капитале. Вместо выплаты ему может быть выдано имущество в натуре. Но для этого необходимо соглашение между тем, кто выбывает из товарищества и остальными участниками.

#### *Прекращение товарищества*

Прекращение товарищества может быть вызвано различными причинами. Оно прекращает свою деятельность по истечении срока, если оно было создано на определенный срок. Также действие товарищества прекращается, если достигнута цель, ради которой оно было создано. Товарищество прекратит свое действие ввиду нецелесообразности дальнейшего ведения предпринимательской деятельности. Для этого требуется общее согласие всех участников. Полное товарищество может быть преобразовано в товарищество на вере (коммандитное), либо в хозяйственное общество, либо в производственный кооператив. С момента преобразования оно прекращает свое действие.

Полное товарищество ликвидируется, если один из товарищей вышел из состава участников, либо умер, либо признан недееспособным (п. 21 ст. 76 ГК РФ). Однако даже при наступлении указанных обстоятельств товарищество может продолжать свою работу, если учредительным договором прямо оговорена такая возможность. Полное товарищество подлежит ликвидации, когда в нем остался единственный участник, а также по общим основаниям: по решению суда в случае осуществления деятельности без соответствующего разрешения (лицензии), когда она требуется, вследствие признания товарищества банкротом и другие.

Полные товарищи отвечают по обязательствам своим имуществом, а коммандитисты рискуют только своими вкладами. Право вести дела от имени товарищества принадлежит только полным товарищам.

*Товарищество на вере* является договорным объединением. Основной документ, который регулирует отношения в товариществе – это учредительный договор. В законодательстве указывается, что учредительный договор подписывается только полными товарищами, поэтому они и управляют делами товарищества. Вкладчики не вправе каким-либо образом влиять на управление делами, оспаривать правильность принимаемых управленческих решений в суде. Основной обязанностью вкладчика является своевременное внесение вклада в складочный капитал. Факт внесения вклада подтверждается специальным документом – свидетельством об участии. Этот документ подтверждает не только то, что вклад внесен, но и то, что лицо является участником в товариществе на вере в качестве коммандитиста.

Вкладчики несут не только обязанности, но и обладают правами. Поскольку товарищество на вере – это коммерческая организация, то они вправе получать часть прибыли, причитающуюся им на долю в складочном капитале. Они также имеют право контролировать хозяйственную деятельность, знакомясь с годовыми отчетами и балансами товарищества. Кроме того, они вправе выйти из состава товарищества по окончании финансового года и получить свой вклад. Отсюда следует, что они при выходе не имеют права на получение доли в имуществе, в отличие от полных товарищей.

Прекращение деятельности товарищества на вере обладает рядом особенностей. Во-первых, товарищество ликвидируется, если в его составе не осталось ни одного вкладчика. Хотя за оставшимися лицами сохраняется право преобразовать его в полное товарищество. Во-вторых, при ликвидации товарищества преимущественное право на получение вкладов из оставшегося имущества имеют коммандитисты. Законодательством предусмотрены и другие особенности ликвидации товарищества на вере (ст. 86 ГК РФ).

Индивидуализацией товарищества служит его фирменное наименование. Согласно закону оно должно содержать либо имена всех полных товарищей и слово «товарищество на вере» или «коммандитное товарищество», либо имя одного полного товарища с добавлением слов «и компания», а также с указанием на вид товарищества. Если в фирменном наименовании товарищества будет указано имя вкладчика – он становится полным товарищем со всеми вытекающими из этого положения юридическими и организационными последствиями.

В заключении темы обратим внимание на особенности правового положения хозяйственных товариществ. Они не имеют права выпускать акции. Вкладом в имущество товариществ могут быть деньги, ценные бумаги (акции) и другие вещи. Кроме вещей, в качестве вклада могут выступать имущественные права.

### **1.3. Общества с ограниченной и дополнительной ответственностью**

*Общество с ограниченной ответственностью (ООО)* – коммерческая организация, уставный капитал которой разделен на доли в размерах, определяемых учредительными документами.

Участники ООО не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, в пределах стоимости внесенных ими вкладов. Общество с ограниченной ответственностью (далее общество) может быть учреждено одним или несколькими лицами. В законодательстве оговаривается предельный количественный состав учредителей, превышение которого влечет за собой обязанность преобразования его в акционерное общество, либо ликвидацию, если вопрос преобразования не решается в течение года.

Современное законодательство более жестко регулирует отношения, возникающие по поводу учреждения и деятельности коммерческих организаций данного вида. Ибо как показала практика, с одной стороны, такие общества имеют наибольшее распространение в предпринимательской деятельности, а с другой, именно в таких обществах довольно часто встречаются различные финансовые злоупотребления.

К этому следует отнести и еще одно ограничение имеющееся в законодательстве: ООО не может быть учреждено хозяйственным обществом, состоящим из одного лица.

Общество должно иметь фирменное наименование, состоящее из имени и слов «с ограниченной ответственностью». Например: «Общество с ограниченной ответственностью Строитель».

Такое общество предполагает прежде всего объединение капиталов с целью занятия предпринимательской деятельностью, и поэтому личное участие учредителей в его работе необязательно. Но, как показывает практика, взаимоотношения между участниками общества гораздо теснее и доверительнее, нежели в акционерном обществе.

При регистрации ООО должны быть представлены соответствующие документы: учредительный договор и Устав. Если учредителем является одно лицо, то оно должно предоставить только устав, им же утвержденный. В других случаях учредительные документы утверждаются и подписываются учредителями. Из этого вытекает, что закон относит ООО к уставным обществам.

Учредительные документы должны содержать необходимые сведения, которые характеризуют общество как коммерческую организацию, имеющую статус юридического лица: место нахождения, цель деятельности и другие, а также сведения, отражающие специфику общества. В частности, в них должны быть указаны: размер уставного капитала и размер долей каждого из участников, порядок внесения вкладов.

Уставный капитал ООО не должен быть менее суммы 100 минимальных оплат труда, установленных законодательством Российской Федерации на дату представления учредительных документов для регистрации. Закон требует,

чтобы на момент регистрации ООО не менее 50% уставного капитала было оплачено. Остальная же часть оплачивается участниками в течение первого года работы. Не внесение вовремя уставного капитала влечет за собой различные отрицательные юридические последствия как для ООО в целом, так и для отдельных его участников. Например, общество обязано объявить об уменьшении уставного капитала, либо прекратить свою деятельность.

Участники, которые не внесли вклады в уставный капитал полностью, несут солидарную ответственность по обязательствам общества. Законодатель вовсе не случайно установил такие правила. Ведь уставный капитал является не только необходимой материальной базой для деятельности ООО, но и должен гарантировать интересы его кредиторов, не вводя их в заблуждение относительно финансовых и иных материальных возможностей конкретного общества, с которым они (кредиторы) вступают в различные правоотношения, которые вытекают из заключенных договоров. В целом же правовой режим уставного капитала ООО определяется ГК РФ и специальным законодательством об обществах с ограниченной ответственностью.

Согласно действующим нормативным актам общество после своей регистрации обязано уведомлять своих кредиторов о каждом случае уменьшения уставного капитала и регистрировать его уменьшение в установленном порядке. Кредиторы же имеют право потребовать досрочного исполнения обязательств и возмещения убытков. Кроме того, обществу разрешается увеличение уставного капитала, но при одном очень важном условии: после внесения всеми участниками своих вкладов в полном объеме (ст. 90 ГК РФ).

Участники общества не имеют права собственности на имущество ООО. Их права распространяются только на долю в уставном капитале. В силу этого участник общества может продать или уступить иным образом (подарить) свою долю в уставном капитале другим участникам общества. Это право участника не может быть никем ограничено, оно является безусловным, поскольку касается внутренних взаимоотношений участников общества. Иначе регулируется возможность отчуждения доли в уставном капитале третьим лицом, то есть тем, которое не входит в состав участников. В принципе законодательство не запрещает участнику (участникам) совершать такого рода сделки. Однако окончательно этот вопрос регулируется только уставом общества. Следовательно, устав может содержать норму, запрещающую отчуждение доли третьим лицом, либо норму, которая разрешает продавать посторонним лицам долю в уставном капитале. В зависимости от того, какая норма прописана в уставе, такие и наступают юридические последствия.

### ***Первый вариант***

Устав разрешает продажу доли третьим лицам, если на то есть согласие остальных участников. В этом случае применяется преимущественное право покупки. Суть его состоит в том, что продавец доли обязан в письменной форме известить остальных участников ООО о намерении продать свою долю постороннему лицу с указанием цены и других условий продажи. Участники общества могут воспользоваться правом на покупку в течение одного месяца, либо иного срока, который установлен учредительными документами. По

истечения данного срока и в случае, когда ни один из участников не воспользовался своим правом, доля может быть продана постороннему лицу.

### ***Второй вариант***

Устав не разрешает продажу доли третьим лицам. Долю могут приобрести остальные участники общества. В случае их отказа общество обязано выплатить участнику ее действительную стоимость, либо выдать ему в натуре имущество, соответствующее такой стоимости (ст. 93 ГК РФ). Кроме этого, приобретателем доли или ее части может выступить само общество как юридическое лицо, что влечет за собой уменьшение уставного капитала. Такие последствия наступают, когда общество не сумело реализовать купленную долю ни остальным участникам, ни посторонним лицам.

Правовой режим доли участника в уставном капитале не исчерпывается перечисленными признаками и процедурами. Законодательством и уставом регулируются также и вопросы перехода доли в уставном капитале по наследству, а также к правопреемникам юридических лиц, которые являются участниками общества с ограниченной ответственностью.

Неотчуждаемым и неограниченным правом каждого из участников является право его выхода из состава участников общества. Это право он может осуществить в любое время, независимо от того, согласны или не согласны с этим остальные участники. При выходе ему должна быть выплачена стоимость части имущества, которая соответствует его доле в уставном капитале ООО. Процедура выхода и порядок выплаты причитающихся сумм регулируются ГК РФ, специальным законом об обществах с ограниченной ответственностью и учредительными документами. Надо иметь в виду то обстоятельство, что выход одного из участников не влияет на дальнейшую судьбу общества. Если даже в его составе останется одно лицо (физическое или юридическое), то оно продолжает свою деятельность, поскольку оснований для его ликвидации нет.

Общество с ограниченной ответственностью является юридическим лицом. Управление делами общества осуществляется через специально образуемые для этой цели органы юридического лица. Основные принципы организации и деятельности органов управления ООО устанавливаются Гражданским кодексом РФ. Более детально вопросы организации управления должны быть урегулированы специальным законом.

В соответствии с ГК РФ в обществе должны образовываться органы управления: общее собрание участников; исполнительный орган (директор, президент и другие); ревизионная комиссия.

Общее собрание участников общества является высшим органом управления, который имеет свою исключительную компетенцию. Это означает то, что по вопросам, отнесенным к исключительной компетенции общего собрания, ни один орган управления не может выносить какие-либо решения. Если такие решения вынесены, то они не будут иметь юридической силы. Более того, такие вопросы не только не могут быть рассмотрены другими органами управления по собственной инициативе, но даже не могут быть переданы, делегированы общим собранием исполнительному органу, например, директору или дирекции.

Законодательством к исключительной компетенции общего собрания отнесены вопросы: изменение устава общества, а также размера уставного капитала; образование других органов управления обществом; решение вопросов о реорганизации и ликвидации общества и другие.

Вопросы, относимые к компетенции общего собрания, определяются законодательными актами. Участники общества при составлении устава должны следовать предписаниям законодательства.

Органы управления общества могут быть как коллегиальными, так и единоличными. Общее собрание – это коллегиальный орган. Количественный состав исполнительных органов определяется уставом общества. Из ст. 91 ГК РФ следует, что единоличный орган управления может быть избран как из состава участников общества, так и из третьих лиц. Правовой статус единоличного исполнительного органа определяется наряду с гражданским законодательством, еще и законодательством о труде: с директором (президентом и т. д.) должен быть заключен трудовой договор (контракт). В трудовом договоре-контракте определяются права и обязанности директора, срок действия контракта, меры поощрения и ответственности за проступки, совершаемые при исполнении трудовых обязанностей, дополнительные основания для его увольнения. Порядок заключения трудового договора и его расторжения регулируется ст. 15 – 40, 254 Кодекса Законов о труде РФ (КЗоТ РФ). Кроме того, гражданское законодательство определяет условия деятельности и ответственности лица, выступающего от имени организации, а таким лицом во многих случаях является руководитель. Он должен действовать в интересах представляемого им общества добросовестно и разумно, и обязан по требованию учредителей возместить убытки обществу, если иное не предусмотрено законом или договором.

*Прекращение деятельности общества с ограниченной ответственностью*

Прекращение деятельности общества возможно вследствие его реорганизации, либо ликвидации. Оба названные основания имеют самостоятельное значение и на их характеристике следует остановиться более подробно.

Реорганизация общества с ограниченной ответственностью может быть осуществлена по решению его учредителей. В случаях, прямо предусмотренных законодательством, общество может быть реорганизовано в принудительном порядке. Так, в соответствии со ст. 19 Закона РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» реорганизация возможна и в принудительном порядке по решению антимонопольного органа. При этом решение о принудительном разделении (выделении) коммерческой организации принимается при совокупности определенных условий, предусмотренных ст. 19 названного закона: возможности организационного и территориального обособления его структурных подразделений; отсутствия между структурными подразделениями тесной технологической взаимосвязи; возможности

юридических лиц в результате реорганизации самостоятельно работать на рынке определенного товара.

Законодательство определяет следующие формы реорганизации общества: слияние, присоединение, разделение, выделение, преобразование. При преобразовании возникает правопреемство, то есть переход части прав к вновь образованным юридическим лицам в соответствии с разделительным балансом и передаточным актом. Реорганизация в виде преобразования означает изменение организационно-правовой формы. Так, ООО может быть преобразовано в акционерное общество или производственный кооператив (ст. 92 ГК РФ).

Общество с ограниченной ответственностью считается реорганизованным, за исключением случаев реорганизации в форме присоединения, с момента государственной регистрации вновь возникших юридических лиц.

При реорганизации общества в форме присоединения к нему другого юридического лица, общество считается реорганизованным с момента внесения в единый государственный реестр юридических лиц записи о прекращении деятельности присоединительного юридического лица. Ликвидация ООО осуществляется в соответствии со ст. 61-65 ГК РФ. Эти правила являются общими для всех юридических лиц. Например, общество признается несостоятельным (банкротом), что влечет за собой его ликвидацию. Такое решение может принять, например, арбитражный суд.

Для проведения ликвидации юридического лица создается ликвидационная комиссия, которая и осуществляет все необходимые мероприятия. Ликвидация юридического лица считается завершенной, а юридическое лицо – прекратившим существование после внесения об этом записи в единый государственный реестр юридических лиц (ст. 63 ГК РФ). Детально вопросы, связанные с несостоятельностью (банкротством), регулируются специальным Законом РФ

«О несостоятельности (банкротстве) предприятий».

*Общество с дополнительной ответственностью (ОДО)* – коммерческая организация, участники которой в отличие от ООО, солидарно несут субсидиарную ответственность по ее обязательствам в размере кратном стоимости их вкладов в уставный капитал.

Общество с дополнительной ответственностью обладает рядом общих признаков и особенностей, в сравнении с ООО. Общим для этих обществ является:

- общество с дополнительной ответственностью может быть учреждено одним или несколькими лицами;
- уставный капитал ОДО также разделяется на доли, размер которых определяется учредительными документами.

В остальном к обществу с дополнительной ответственностью применяются нормы закона, действующие в отношении ООО, за рядом исключений, которые обусловлены специфическими чертами этой организации. Во-первых, в отличие от ООО участники общества с

дополнительной ответственностью солидарно несут субсидиарную ответственность своим имуществом в одинаковом для всех кратном размере к стоимости вкладов, определяемых учредительными документами общества. Во-вторых, в том случае, когда один из участников становится несостоятельным (банкротом) его ответственность по обязательствам общества распределяется между остальными участниками пропорционально их вкладам. В учредительных документах может быть предусмотрен и иной порядок распределения ответственности.

В заключение отметим, что развитие процесса перерегистрации фирм и предприятий в ООО и ОДО, а также возникновения новых ООО и ОДО сопровождается сложными и противоречивыми проблемами как внутри обществ, так и при взаимодействии их на рынке с партнерами, с государственными структурами. Общества несут большие материальные и моральные издержки в связи со слабой подготовкой предпринимателей в области правового обеспечения бизнеса. Вот почему следует постоянно углублять знания и практический опыт в использовании ООО и ОДО для предпринимательской деятельности.

#### ***1.4. Акционерное общество***

Понятие акционерного общества раскрывается в п.1 ст. 96 ГК РФ и п.1 ст. 2 Федерального закона Российской Федерации «Об акционерных обществах».

*Акционерное общество* – коммерческая организация с уставным капиталом, распределенным на определенное число равных долей, права на которые фиксируются в ценных бумагах – акциях.

*Акция* – ценная бумага, удостоверяющая обязательные права акционера на долю в уставном капитале акционерного общества.

Как правило, уставный капитал акционерного общества разделяется на большое количество долей и право на каждую такую долю находит фиксацию в ценной бумаге – акции.

Под понятием «акционер» имеется в виду гражданин или юридическое лицо, являющееся владельцем акций и зарегистрировавшееся в реестре акционеров общества. Одна акция отражает право на одну долю в уставном капитале. Приобретение акции у акционерного общества (покупка) означает внесение покупателем стоимости доли в уставный капитал акционерного общества. Стоимость акции, равная сумме денег вносимых в уставный капитал, называется *номинальной стоимостью акции*, она указывается на самой бумаге.

После покупки акции приобретатель обращается в акционерное общество с требованием о внесении изменений в реестре (списке) акционеров данного общества с тем, чтобы в реестре был указан новый владелец акции вместо прежнего и, как только такие изменения будут осуществлены, приобретатель становится полноправным акционером.

Акция, как ценная бумага, может продаваться самим акционером. В данном случае цена продаваемой акции может быть отличной от ее номинальной цены. Если дела у акционерного общества идут хорошо, цена его акций растет, и их тогда продают по цене много большей, чем номинальная стоимость. Ну а если дела идут плохо, акционерное общество на грани несостоятельности (банкротства), тогда акции могут продаваться по цене ниже номинальной стоимости. В таких случаях акционеры пытаются уже избавиться от бумаг и спасти хотя бы какую-то сумму своих денег. Разница между номинальной стоимостью акций и той, по которой она продается самими акционерами, называется *курсовой разницей*.

Скупка акций по более низкой цене и продажа по более высокой является способом увеличения капитала за счет спекуляции акциями. Тут возможны и взлеты, и падения. Анализу этих процессов посвящены не только научные издания, но и многие литературные произведения, например, роман Теодора Драйзера «Финансист». Нередко бывает, что в обществе возникает такое явление, как «акционерная горячка», определенный ажиотаж вокруг акций и многие физические и юридические лица скупают акции, пытаясь быстро и легко обогатиться, при этом, не изучив как следует истинное положение в том или ином акционерном обществе.

По общему правилу, каждый желающий может приобрести такое количество акций, которое возможно исходя из его покупательной способности. Вместе с тем, уставом акционерного общества могут быть установлены ограничения количества акций, принадлежащих одному акционеру. Таким образом, закон ограничений не устанавливает, однако сами акционеры вправе установить для своего общества такое правило. Оно позволяет, например, сохранить элементы демократичности в процессе принятия решений. Если же таких пределов нет и у одного акционера или нескольких акционеров оказывается большое количество акций – контрольный пакет, тогда к нему или к ним переходят все нити управления.

Это связано с тем, что при голосовании учитывается не количество самих акционеров, а число акций, и действует принцип – одна акция – один голос. Поэтому вполне вероятно, что решение будет принято в пользу узкого круга акционеров, владеющих большинством акций, в то время как акционеры, обладающие незначительным количеством акций, несмотря на свой численный перевес, не смогут оказать влияния на принятие решения.

Акционерное общество является юридическим лицом и имеет в собственности обособленное имущество, учитываемое на самостоятельном балансе, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде.

Общество самостоятельно отвечает по своим обязательствам. Акционеры несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости (номинальной) принадлежащих им акций. То есть, кроме тех денег, которые были уплачены акционерному обществу за акции, акционеры более не отвечают по его обязательствам. Именно это обстоятельство и привлекает к

участию в акционерном обществе, поскольку акционеры хорошо понимают, что могут потерять лишь те средства, что пошли на оплату акций, в то время как доход по акциям (дивиденды) может быть весьма значительным.

*Дивиденды* – часть чистой прибыли общества, выплачиваемая акционеру соответственно количеству принадлежащих ему акций.

Акционерное общество вправе заниматься любыми видами деятельности, не запрещенными федеральным законом. Отдельными видами деятельности, перечень которых устанавливается также федеральным законом, общество может заниматься только на основании специального разрешения (лицензии).

Учредительным документом акционерного общества является устав, требования которого обязательны для исполнения всеми акционерами. При разработке устава акционеры включают в него только такие правила, которые не противоречат действующему законодательству. В уставе акционерного общества должны содержаться, в частности, следующие сведения: наименование общества, место нахождения, размер уставного капитала и порядок его формирования, права и обязанности акционеров и другие.

### **Виды акционерных обществ**

Законодательство определяет два вида акционерных обществ: открытое акционерное общество (ОАО) и закрытое акционерное общество (ЗАО).

В открытом акционерном обществе акционеры вправе отчуждать принадлежащие им акции без согласия других акционеров. Такое общество вправе проводить открытую подписку на выпускаемые им акции и их свободную продажу. Таким образом, в открытом акционерном обществе возможна беспрепятственная смена акционеров.

При этом такая смена безразлична для самого общества. Личные связи между акционерами не имеют значения для его функционирования. Однако в таком случае закон обязывает открытое акционерное общество ежегодно публиковать для всеобщего сведения годовой отчет, бухгалтерский баланс, счет прибылей и убытков. Число акционеров в открытом обществе не ограничено.

В закрытом акционерном обществе акции заранее распределяются только среди его учредителей или иного заранее определенного круга лиц. Такое общество не вправе проводить открытую подписку по выпускаемым им акциям, либо иным образом предлагать их для приобретения неопределенному кругу лиц. Акционеры закрытого акционерного общества вправе продавать свои акции, однако все другие акционеры имеют преимущественное право на их приобретение, по цене предложения их другому лицу. Порядок и срок осуществления преимущественного права определяется уставом. Вместе с тем срок осуществления преимущественного права не может быть менее 30 и более 60 дней с момента предложения акций на продажу. Если никто из акционеров не согласится на их приобретение по соответствующей цене, акции могут быть проданы другим лицам.

Число акционеров закрытых акционерных обществ не должно превышать пятидесяти. В это число входят как физические, так и юридические лица. В

случае превышения данного числа закрытое акционерное в течение года должно преобразоваться в открытое. Если число акционеров не уменьшится до пятидесяти, общество подлежит ликвидации в судебном порядке. Для закрытого акционерного общества характерны более тесные личные связи между акционерами, такое общество более управляемо. Поэтому закрытое акционерное общество, по общему правилу, не обязано ежегодно публиковать для всеобщего сведения годовой отчет, бухгалтерский баланс, счет прибылей и убытков.

#### *Порядок создания акционерного общества*

Акционерное общество может быть создано путем учреждения вновь и путем реорганизации существующего юридического лица. Например, в результате преобразования производственного кооператива или общества с ограниченной ответственностью в акционерное общество.

Создание акционерного общества путем учреждения обычно осуществляется в две стадии. Содержание первой состоит в том, что учредители заключают между собой договор о создании акционерного общества. В этом договоре определяется порядок осуществления ими деятельности по учреждению общества, размер уставного капитала, типы акций, подлежащих размещению среди учредителей, размер и порядок их оплаты и другое. Данный договор не является учредительным документом общества, так как он выполняет вспомогательную роль. Этим договором учредители облачают в договорную форму всю подготовительную работу по созданию общества.

После того как вся подготовительная работа проведена, разработан устав общества, начинается вторая стадия создания акционерного общества. Учредители на общем собрании принимают решение об учреждении акционерного общества и утверждают его устав. При этом по таким вопросам, как учреждение общества, утверждение устава и некоторых других, решение принимается учредителями единогласно.

Однако только принять решение о создании общества еще мало. Акционерное общество считается созданным как юридическое лицо с момента его государственной регистрации. Именно с этого момента общество приобретает право осуществлять предпринимательскую деятельность.

Учредителями общества могут быть граждане и (или) юридические лица. В таких случаях могут быть различные комбинации: только граждане, только юридические лица, граждане и юридические лица совместно. Акционерное общество может быть учреждено и одним лицом, как физическим (гражданином) так и юридическим. Законом не допускается в качестве учредителя другое хозяйственное общество, состоящее из одного лица.

Не могут выступать учредителями акционерного общества государственные органы и органы местного самоуправления, если иное не установлено федеральным законом. Это объясняется тем, что при участии указанных органов в деятельности общества будут созданы условия для недобросовестной конкуренции, поскольку общество с участием государственных органов и органов местного самоуправления, естественно, будет обладать большими возможностями для бизнеса, чем общество, где таких участников нет.

### *Основные права и обязанности акционера*

В соответствии с законодательством акционер вправе: участвовать в управлении делами общества; получать информацию о деятельности общества; знакомиться с бухгалтерскими книгами и иной документацией в порядке, определенном в уставе; принимать участие в распределении прибыли; получать в случае ликвидации общества часть имущества, оставшегося после расчетов с кредиторами, или его стоимость; обжаловать в суд решение, принятое общим собранием акционеров с нарушением законодательства или устава в случае, если он не принимал участия в общем собрании или голосовал против принятия такого решения, и указанным решением нарушены его права и законные интересы.

Особое значение имеет знание акционером своих обязанностей. Любой акционер обязан: оплатить акции в порядке, размерах, способом и в сроки, определенные уставом; не разглашать конфиденциальную информацию о деятельности акционерного общества.

В заключение необходимо отметить, что Федеральный закон «Об акционерных обществах» определяет:

- порядок создания и правовое положение АО;
- права и обязанности акционеров;
- обеспечивает защиту прав и интересов акционеров.

Другими федеральными законами могут быть определены особенности создания и правового положения АО в сфере: банковской деятельности; инвестиционной деятельности; страховой деятельности; реорганизованных сельскохозяйственных предприятий, крестьянских (фермерских) хозяйств, приватизированных предприятий.

### **1.5. Производственный кооператив**

*Производственный кооператив* (артель) представляет собой добровольное объединение граждан на основе членства для совместной производственной деятельности или иной хозяйственной деятельности, основанной на личном трудовом участии и объединении его членами (участниками) имущественных паевых взносов (ст. 107 ПС РФ).

Производственный кооператив может заниматься различной хозяйственной деятельностью: производство промышленной и сельскохозяйственной продукции, торговля, бытовое обслуживание. Каждый участник производственного кооператива обязан участвовать личным трудом в работе кооператива, что является одним из важных его признаков. Поэтому не случайно производственный кооператив официально именуется еще и как артель.

Главным документом, на основе которого действует производственный кооператив, является устав. Он утверждается общим собранием членов кооператива, для учреждения которого необходимо не менее пяти человек.

В уставе производственного кооператива должны быть указаны следующие данные: место нахождения, порядок управления, размер паевых взносов, порядок участия членов кооператива в его работе и многое другое. Имущество

производственного кооператива находится в его собственности и делится на паи. В производственном кооперативе создаются органы управления. Высшим органом является общее собрание его членов. Текущее руководство делами кооператива могут осуществлять правление и председатель. В производственном кооперативе может создаваться наблюдательный совет, если число членов кооператива более пятидесяти. В его полномочия входит контроль за деятельностью правления и председателя кооператива. В органы управления могут входить только члены кооператива, при этом закон запрещает членство в составе нескольких органов управления. Компетенция органов управления производственного кооператива определяется законом и уставом

Компетенция – совокупность прав и обязанностей, которыми обладает орган управления юридического лица по решению задач, стоящих перед ним.

Согласно п. 3 ст. 110 ГК РФ к исключительной компетенции общего собрания относятся:

- изменение устава кооператива;
- образование других органов управления;
- прием и исключение из членов кооператива и другие.

Исключительная компетенция – компетенция, которую может исполнить только высший орган управления юридического лица.

Прекращение членства в производственном кооперативе может происходить как по желанию члена кооператива, так и в случае его исключения, а также по другим основаниям (например, в случае смерти).

Ликвидация и реорганизация производственного кооператива производится по решению общего собрания его членов. Производственный кооператив может быть преобразован в хозяйственное общество или товарищество. Кооператив может быть ликвидирован и по другим основаниям. Например, в случае несостоятельности (банкротства).

## ***1.6. Государственные и муниципальные унитарные предприятия***

*Унитарное предприятие* – коммерческая организация, не имеющая права собственности на закрепленное за ним имущество. Имущество этого предприятия является неделимым, что означает невозможность и недопустимость его распределения по долям, паям, в том числе и между работниками. В такой форме могут создаваться государственные и муниципальные предприятия, а поэтому их имущество является государственной и муниципальной собственностью. Предприятие в отношении закрепленного за ним имущества обладает правом хозяйственного ведения или оперативного управления.

Понятия «право хозяйственного ведения» и «право оперативного управления» требуют более подробного рассмотрения.

*Право хозяйственного ведения* – право предприятия (государственного или муниципального) владеть, пользоваться и распоряжаться имуществом, но в определенных пределах, которые установлены ГК РФ.

Предприятие не вправе без согласия собственника распоряжаться недвижимым имуществом: продавать, сдавать его в аренду, отдавать в залог. Под недвижимым имуществом понимаются: земельные участки и все то, что тесно связано с землей: здания, сооружения. Остальным имуществом предприятие вправе распоряжаться самостоятельно, по собственному усмотрению.

*Право оперативного управления* – право распоряжаться имуществом, как недвижимым, так и движимым, только с согласия собственника.

Имущество на праве оперативного управления закрепляется за создаваемыми унитарными предприятиями, которые имеют название «казенные». Они могут учреждаться по решению Правительства РФ на базе имущества, находящегося в федеральной собственности (федеральное казенное предприятие). Ликвидируется и реорганизуется такое предприятие только по решению Правительства Российской Федерации. В учредительных документах предприятия должно быть обязательно указано, что оно казенное.

*Некоммерческие организации* – юридические лица, целью деятельности которых является удовлетворение социальных, культурных и других нематериальных потребностей граждан.

Правовой статус некоммерческих организаций определяется ГК РФ и специальным Законодательством о различных видах некоммерческих организаций.

В более конкретном плане, некоммерческой организацией является организация, которая не имеет в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли и не распределяет полученную прибыль между участниками (п. 1 ст. 50 ГК РФ и п. 1 ст. 2 Закона РФ «О некоммерческих организациях»).

Юридические лица, относящиеся к некоммерческим организациям, образуются в форме потребительских кооперативов, общественных или религиозных организаций, благотворительных и иных фондов. Некоммерческие организации могут создаваться и в других формах, если такое предусмотрено будет в действующем законодательстве.

Важное значение имеет знание правового статуса разновидностей некоммерческих организаций.

### ***1.7. Потребительский кооператив***

*Потребительский кооператив* – добровольное объединение граждан и юридических лиц на основе членства с целью удовлетворения материальных и иных потребностей участников, которое осуществляется путем объединения его членами имущественных взносов. Потребительские кооперативы по характеру своей деятельности очень разнообразны: жилищно-строительные, гаражные, садоводческие и другие. Членами потребительского кооператива, как и

кооператива производственного, могут быть несовершеннолетние, достигшие возраста 16 лет.

В настоящее время принят и действует Закон РФ «О сельскохозяйственных кооперативах», где есть статьи, которые определяют статус и порядок работы потребительских кооперативов в сельской местности. Потребительские кооперативы, как и другие некоммерческие организации, вправе заниматься предпринимательской деятельностью, но полученные доходы, в отличие от остальных некоммерческих организаций, распределяются между членами кооператива.

### ***1.8. Общественные организации***

*Общественные организации (Объединения).* Общественное объединение создается по инициативе граждан на добровольных началах и на основе общности интересов для реализации общих целей. Учредителями могут быть как физические, так и юридические лица. В законодательстве устанавливается возраст, по достижении которого граждане могут быть учредителями, членами и участниками общественных объединений. Например, участниками и членами молодежных общественных объединений могут быть лица, достигшие 14 лет. В детских общественных объединениях состоят граждане, достигшие 10 лет. Для того чтобы состоять во «взрослых» объединениях, необходимо достичь возраста совершеннолетия - 18 лет.

Общественные объединения образуются и работают в различных формах:

- общественная организация;
- общественное движение;
- общественный фонд;
- общественное учреждение;
- орган общественной самодеятельности.

Для государственной регистрации общественного объединения требуются следующие документы: заявление, которое подписывается членами руководящего органа с указанием места жительства каждого; устав общественного объединения в двух экземплярах; выписка из протокола учредительного собрания; сведения об учредителях; документ об уплате регистрационного сбора; документ, где указывается местонахождение (адрес) общественного объединения.

Государственную регистрацию общественного объединения осуществляют органы юстиции (управление юстиции администрации области, например). Решение о регистрации либо в отказе регистрации должно быть вынесено в месячный срок. Если объединение зарегистрировано, то его учредителям выдается свидетельство. При отрицательном решении учредителям выдается мотивированный (указывается причина) отказ. Отказ в регистрации может быть обжалован в суде. После государственной регистрации общественные объединения приобретают статус юридического лица.

В соответствии со ст. 37 Закона РФ «Об общественных объединениях» ст. 117 ГК РФ они могут заниматься предпринимательской деятельностью. Однако их предпринимательская деятельность имеет ряд существенных особенностей.

Во-первых, предпринимательская деятельность должна служить достижению их уставных целей, во-вторых, эта деятельность должна соответствовать тем целям, для которых создано общественное объединение. В-третьих, доходы, полученные в результате такой деятельности, не могут перераспределяться между участниками и членами объединения и должны использоваться только для достижения уставных целей.

### **Фонды**

*Фонды* создаются гражданами либо гражданами и юридическими лицами совместно, либо только юридическими лицами. Будучи некоммерческой организацией, фонд имеет целью удовлетворение нематериальных потребностей. Например, могут создаваться фонды по защите потребителей. Фонд может использовать закрепленное за ним имущество только для достижения указанных в уставе целей. Имущество принадлежит ему на праве собственности. Сюда относится не только такое имущество, которое фонд приобретает в результате своей деятельности, но и имущество, переданное ему учредителями. Фонды, как и другие некоммерческие организации, могут заниматься предпринимательством. В этом случае на фонд распространяются общие правила, определяющие порядок предпринимательской деятельности некоммерческих юридических лиц. Для осуществления предпринимательской деятельности фонды создают хозяйственные общества либо принимают участие в них (например, выступают в качестве акционеров открытого или закрытого обществ, учреждают общества с ограниченной ответственностью и другие). Однако благотворительные фонды вправе участвовать в хозяйственных обществах только в качестве их единственных членов (ст. 12 Закона о благотворительной деятельности).

Одной из особенностей правового положения фонда является то, что фонд обязан ежегодно публиковать отчеты об использовании своего имущества. Внутренний контроль за работой фонда осуществляет попечительский совет, который действует на общественных началах. Он создается на основе устава, утверждаемого учредителями фонда.

Необходимо отметить и особенности процесса ликвидации фонда. Он может быть ликвидирован только на основании решения суда. Для принятия такого решения необходимо заявление заинтересованных лиц. Это, во-первых, а во-вторых, должны иметься основания, которые прямо предусмотрены в законе: если имущества фонда недостаточно для осуществления его целей и вероятность получения такого имущества призрачна; если фонд уклоняется в своей деятельности от тех целей, которые указаны в уставе, и другие (ст. 119 ГК РФ). Другие основания ликвидации фонда должны быть прямо указаны в законе. В соответствии со ст. 65 ГК РФ фонд может быть признан по решению суда несостоятельным (банкротом) на общих основаниях.

## Учреждения

Таковым признается юридическое лицо, которое создается собственником с целью осуществления некоммерческих функций. Оно полностью или частично финансируется собственником. Учреждением являются органы государственного управления, правоохранительные органы (милиция, налоговая полиция), образовательные учреждения (школы, академии, университеты) и другие. Иначе говоря, при помощи учреждений реализуются управленческие функции, оказываются общеобразовательные услуги. Музей, например, относится к некоммерческим организациям, образуемым в форме учреждений.

Права учреждения на имущество довольно ограничены. Оно (имущество) закрепляется за учреждением на праве оперативного управления. В чем суть права оперативного управления, вы уже знаете. По своим обязательствам учреждение несет ответственность только денежными средствами, но ни в коем случае не имуществом. Если учреждение не имеет достаточных денежных средств, чтобы рассчитаться с долгами, тогда на помощь ему должен прийти собственник в качестве дополнительного (субсидиарного ответчика).

Учредительным документом учреждения является устав, который утверждается собственником имущества. В наименовании учреждения указывается собственник имущества и характер деятельности учреждения.

Согласно законодательству некоммерческие организации могут создаваться и в других организационно-правовых формах. Это могут быть некоммерческие партнерства, автономные некоммерческие организации. К числу некоммерческих организаций законодательством отнесены также и религиозные организации. Порядок создания и деятельности религиозных организаций устанавливается специальными правовыми актами Российской Федерации.

Кроме того, юридические лица (как коммерческие, так и некоммерческие) могут создавать объединения в форме ассоциаций или союзов. По своему статусу ассоциации и союзы – некоммерческие организации. Ассоциации и союзы юридических лиц образуются на основе принципа добровольности. Надо иметь в виду то, что закон не позволяет совместного создания ассоциаций и союзов, включающих и коммерческие, и некоммерческие организации одновременно. Законодательство определяет, какие учредительные документы необходимы для создания ассоциации и союзов: устав и учредительный договор (ст. 122 ГК РФ).

Наименование должно включать в себя слова «союз» или «ассоциация» с указанием предмета деятельности объединения. Например, «Ассоциация предприятий малого бизнеса Белгородской области “Черноземье”».

В заключение отметим, что основательное знание законодательства о коммерческих и некоммерческих организациях создает условия не только для квалифицированной деятельности предпринимателей, но и является неотъемлемой составляющей всякой деятельности гражданина.

## ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ

### Вопросы для самопроверки

1. Какие два вида хозяйственных товариществ выделяет законодательство РФ?
2. Что такое полное товарищество?
3. Что такое субсидиарная и солидарная ответственность полных товарищей?
4. Каковы особенности учреждения общества с ограниченной ответственностью?
5. В чем состоит отличие ООО от общества с дополнительной ответственностью?
6. Как в ГК РФ определено понятие «акционерное общество»?
7. В чем состоит отличие открытого АО от закрытого акционерного общества?
8. Каким образом создается акционерное общество и формируется его уставный капитал?
9. Каковы основные права и обязанности акционера?
10. Что такое потребительский кооператив?
11. Каковы основные черты общественных организаций (объединений)?
12. Какие признаки имеет унитарное предприятие?

### Тест

Вопрос 1. Какая из организационно-правовых форм организаций отсутствует в российском законодательстве?

- 1) Общество с ограниченной ответственностью
- 2) Товарищество с ограниченной ответственностью
- 3) Закрытое акционерное общество
- 4) Открытое акционерное общество.

Вопрос 2. В полное товарищество могут объединяться только

- 1) Граждане
- 2) Индивидуальные предприниматели
- 3) Юридические лица
- 4) Граждане, индивидуальные предприниматели и юридические лица.

Вопрос 3. Имущество открытого акционерного общества формируется за счет

- 1) Уставного капитала общества
- 2) Бюджетных ассигнований
- 3) Доходов

4) Уставного капитала общества, бюджетных ассигнований и доходов.

Вопрос 4. Прибыль производственного кооператива распределяется между его членами

- 1) Пропорционально величине их паевых взносов
- 2) Пропорционально величине их паевых взносов, если иной порядок не предусмотрен в уставе кооператива
- 3) В соответствии с их трудовым участием
- 4) В соответствии с их трудовым участием, если иной порядок не предусмотрен в уставе кооператива.

Вопрос 5. Какая из ниже перечисленных организаций является коммерческой?

- 1) Потребительский кооператив
- 2) Производственный кооператив
- 3) Религиозная организация
- 4) Учреждение.

## **Тема 2. Основные фонды предприятия**

### **2.1. Состав и структура основных производственных фондов**

Основные фонды – это материально-вещественные ценности (часть имущества предприятия), действующие в неизменной натуральной форме в течение длительного периода времени и утрачивающие свою стоимость по частям.

В зависимости от целей деления основных средств на отдельные группы различают несколько классификационных признаков, по которым объекты основных средств могут быть отнесены к той или иной группе.

**По назначению и сфере применения** основные средства делятся на **производственные и непроизводственные.**

Производственные основные средства используются в производственной сфере и предназначаются для выпуска продукции, выполнения работ или оказания услуг.

Непроизводственные основные средства находятся в непроизводственной сфере и служат для обеспечения выполнения научных, образовательных, социальных задач (наука, образование, здравоохранение, отдых и др.).

Производственные основные средства в процессе производства теряют свою стоимость, постепенно перенося ее на готовый продукт в виде амортизационных отчислений.

Для непроизводственных основных средств амортизация не применяется.

Исходя из этого, можно также классифицировать основные средства как **амортизируемые и неамортизируемые.**

Далее мы будем рассматривать только основные производственные (амортизируемые) средства, которые для простоты изложения будем в дальнейшем называть просто основными средствами.

Для отнесения какого-либо имущества предприятия к основным (производственным) средствам необходимо одновременное выполнение следующих условий:

а) использование этого имущества в производстве продукции, при выполнении работ или оказании услуг либо для управленческих нужд предприятия;

б) использование имущества в течение длительного времени, а именно срока его полезного использования продолжительностью свыше 12 месяцев или обычного операционного цикла, если он превышает 12 месяцев;

в) предприятием не предполагается последующая перепродажа имущества (в противном случае имущество должно быть учтено как товары);

г) способность приносить предприятию экономические выгоды (прибыль) в будущем.

При этом предметы, по которым выполняются вышеприведенные условия, но числящиеся как готовые предметы на складах предприятий-производителей, должны учитываться как готовая продукция или как товары на предприятиях, осуществляющих торговую деятельность.

**По функциональному назначению** основные средства делятся на следующие подгруппы;

1. Здания (кроме жилых).
2. Сооружения.
3. Машины и оборудование (силовые, рабочие и информационные).
4. Измерительные и регулирующие приборы и устройства.
5. Вычислительная техника.
6. Транспортные средства.
7. Инструмент, производственный и хозяйственный инвентарь и принадлежности.
8. Рабочий, продуктивный и племенной скот.
9. Многолетние насаждения.
10. Внутрихозяйственные дороги.
11. Земельные участки.
12. Объекты природопользования (вода, недра и другие природные ресурсы).
13. Прочие основные средства со сроком службы более 12 календарных месяцев.

**В зависимости от степени воздействия на предмет труда** основные средства подразделяются на **активные и пассивные**. Активная часть основных средств – та из них, которая принимает непосредственное участие в процессе производства (оборудование, рабочие машины, инструменты), пассивная – обеспечивает необходимые условия производства (здания, сооружения).

**В зависимости от имеющихся прав** на объекты основные средства подразделяются на:

- объекты основных средств, принадлежащие предприятию на праве **собственности** (в том числе сданные в аренду);
- объекты основных средств, находящиеся у предприятия в оперативном **управлении** или хозяйственном **ведении**;
- объекты основных средств, **полученные** предприятием **в аренду**.

## ***2.2. Поступление основных средств***

Поступление основных средств на предприятие может происходить:

- 1) в результате приобретения за плату;
- 2) в порядке нового строительства;
- 3) на условиях аренды;
- 4) в качестве взноса (вклада) в уставный капитал;
- 5) безвозмездного получения или дарения;

- 6) путем получения в хозяйственное ведение или оперативное управление;
- 7) с целью осуществления совместной деятельности;
- 8) в порядке товарообменных (бартерных) операций;
- 9) другими способами, не противоречащими действующему законодательству.

### **2.3. Оценка и переоценка основных фондов**

В связи с тем, что основные средства функционируют длительное время, с ними самими и с внешней средой происходят изменения. Это в свою очередь вызывает существование различных измерителей (оценок) величины основных средств, которые могут одновременно характеризовать объем основных средств. Наличие множества оценок – объективная необходимость, обусловленная особенностями данного ресурса.

Из рис. 2.1. видно, что учет и оценка основных средств осуществляется в натуральной и стоимостной формах. Оценка в натуральных показателях используется для расчета производственных мощностей, разработки балансов оборудования и т. п.

Что касается стоимостной оценки основных средств, то можно говорить о существовании целой системы стоимостных оценок. Рассмотрим последовательно все элементы этой системы.

#### **Первоначальная стоимость**

При поступлении объектов основных средств на предприятие формируется их первоначальная стоимость.

Первоначальной стоимостью основных средств, приобретенных за плату (в том числе бывших в эксплуатации), признается сумма фактических *затрат* предприятия на *приобретение, доставку, погрузку, разгрузку, хранение, сооружение и изготовление* объекта основных средств и затрат по **доведению** их до состояния, в котором они пригодны к использованию (монтаж, наладка).

Первоначальной стоимостью основных средств, внесенных **в счет вклада в уставный (складочный) капитал** предприятия, признается их денежная **оценка, согласованная учредителями** (участниками) предприятия.

Первоначальной стоимостью основных средств, полученных предприятием по договору **дарения** и в иных случаях безвозмездного получения, признается их **рыночная стоимость**.

При определении рыночной стоимости могут быть использованы данные о ценах на аналогичную продукцию, полученные в письменной форме от предприятий - изготовителей; сведения об уровне цен, имеющихся у органов государственной статистики, торговых инспекций и организаций; сведения об уровне цен, опубликованные в средствах массовой информации и специальной литературе; экспертные заключения о стоимости отдельных объектов основных средств.

По первоначальной стоимости основные средства до переоценки числятся на балансе предприятия, поэтому они иначе называются **«балансовой стоимостью основных средств»**.

Изменение полной первоначальной стоимости возможно только при достройке, реконструкции, дооборудовании и т. п. Она не отражает изменений, происходящих в ценах, налогах, стоимости работ и услуг и может быть пересчитана на стоимость воспроизводства, на определенную дату.



Рис.2.1. Оценка основных средств

### **Восстановительная стоимость**

**Полная восстановительная стоимость** (или **восстановительная стоимость**) объектов основных средств – это **стоимость воспроизводства** эксплуатируемых основных средств **исходя из современных цен и условий изготовления** аналогичных объектов на определенную дату. Она имеет значение для определения той суммы, которая потребуется для замены основных средств.

Перевод первоначальной стоимости основных средств в восстановительную производится в результате их переоценки, которая может производиться предприятием не чаще одного раза в год (на начало отчетного года) **путем индексации или прямого пересчета** по документально подтвержденным рыночным ценам.

Восстановительная стоимость определяется во время переоценки основных средств. Отечественная экономика знала несколько крупных переоценок. Так, в 1925 году была переоценена крупная государственная промышленность; в 1960 году – вся промышленность; в 1962 году – колхозы;

в 1972 году – общая генеральная инвентаризация и переоценка основных средств.

Проведение переоценок – дело очень трудоемкое и дорогостоящее, сродни переписи населения, именно поэтому и осуществляется не часто. Одна из последних переоценок производилась в 1992 году. Цель ее заключалась в создании экономически обоснованной базы для оценки имущества на предприятиях и для формирования у них необходимых, обоснованных резервов для обновления основных средств. Основные средства (фонды) переоценивались, исходя из их балансовой стоимости (на 1.01.92) и коэффициентов пересчета (например, для зданий, введенных в эксплуатацию до 1.01.91 г., коэффициент пересчета равнялся 25, для приборов всех видов – 36 и т. п.). Затем, исходя из инфляционных процессов, продолжающихся в России, переоценка проводилась ежегодно еще в течение 10 лет.

#### **Остаточная стоимость**

Под **остаточной стоимостью** объектов основных средств понимается реальная их стоимость на определенную дату, исчисляемая путем вычитания из первоначальной (или же восстановительной) стоимости объекта суммы его износа за период эксплуатации.

**Остаточная стоимость (или стоимость с учетом износа)** определяется как разность между полной стоимостью и износом.

Остаточная стоимость показывает фактическую стоимость, которая еще не перенесена на готовую продукцию; необходима для определения потерь при преждевременном выходе из строя основных средств, эффективности их замены, определения налога на имущество и т. п.

#### **Ликвидационная стоимость**

Под **ликвидационной стоимостью** понимается стоимость полезных отходов (металлолома, запасных части, строительных материалов, дров и т. п.), полученных после ликвидации или реализации объекта и принятых к учету по рыночным ценам.

#### **Рыночная стоимость**

**Рыночная (или оценочная)** стоимость основных средств – это цена, которую готов заплатить покупатель, приобретающий их в соответствии с договором купли-продажи. Рыночная стоимость складывается под воздействием спроса и предложения, в ней в большей степени учитывается будущая доходность, уровень инфляции, степень дефицитности основных средств и многие другие факторы рыночного характера.

### ***2.4. Износ и амортизация основных фондов***

Основные производственные фонды (ОПФ), находясь, длительное время в процессе производства, подвергаются физическому и моральному износу.

**Физический** (материальный) **износ**, т. е. потеря ОПФ потребительской стоимости (полезности вещи), происходит как при функционировании ОПФ, так и при их бездействии (разрушение здания под влиянием атмосферных условий, коррозии и т. д.). Сроки физического износа зависят от многих причин: степени нагрузки, качества средств труда, правильности сборки и установки, квалификации рабочих, степени защиты от внешних условий и др. Замедление физического износа средств труда осуществляется с помощью системы планово-предупредительных ремонтов.

Степень физического износа ( $I_{\phi}$ ) определяется следующим образом:

$$I_{\phi} = \frac{T_{\phi}}{T_{нн}} \times 100\%,$$

где  $T_{\phi}$  – фактический срок использования ОПФ;

$T_{нн}$  – срок полезного использования (нормативный срок службы) основных средств.

Данная формула отражает некоторую укрупненную, усредненную оценку степени физического износа, так как в ней учитывается только фактический срок службы основных средств как некоторый агрегированный показатель их эксплуатации. На самом деле физический износ зависит от множества факторов, таких как интенсивность, сменность работы основных средств, специфика технологических процессов, квалификация рабочих, качество материалов и т.п. Однако учет всех этих факторов – очень кропотливая и трудоемкая задача, поэтому на практике и используется простая, укрупненная оценка степени физического износа.

Помимо физического износа ОПФ существует также их **моральный износ**, сущность которого состоит в том, что тот или другой вид ОПФ еще до полного своего физического износа оказывается обесцененным.

Различают моральный износ первого и второго рода (вида).

Моральный износ первого рода вызывается удешевлением производства самих основных средств в отраслях, производящих основные средства.

Степень морального износа первого рода ( $I_{м1}$ ) можно определить по следующей формуле:

$$I_{м1} = \left(1 - \frac{F_{в}}{F_{п}}\right) \times 100\%,$$

где  $F_{в}$  и  $F_{п}$  – соответственно восстановительная и первоначальная стоимость основных средств.

Моральный износ первого рода не приводит к убыткам, так как отражает экономию в затратах прошлого труда и представляет собой эффект увеличения накопления.

Моральный износ второго рода происходит в результате появления аналогичных видов основных средств, имеющих большую производительность.

Степень морального износа второго рода ( $I_{M2}$ ) может быть определена таким образом:

$$I_{M2} = \left(1 - \frac{B_y}{B_n}\right) \times 100\% ,$$

где  $B_y$  и  $B_n$  – соответственно производительность (выработка) устаревшего и нового оборудования.

### **Амортизация основных средств**

Денежное возмещение износа основных фондов производится путем амортизации.

**Амортизация** — это процесс постепенного перенесения стоимости основных фондов на производимую продукцию с целью образования специального амортизационного фонда денежных средств для последующего полного восстановления (реновации) основных фондов.

Амортизационные отчисления включаются в себестоимость выпускаемой продукции. Исходными данными для расчета величины амортизационных отчислений являются:

- сумма первоначальных затрат на основные фонды;
- срок полезного использования (амортизационный период).

### **Норма амортизации**

**Норма амортизации** – главный рычаг амортизационной политики. Посредством нормы регулируется скорость оборота основных фондов, интенсифицируется процесс их воспроизводства. В каждый период развития экономики уровень норм не может быть одинаковым.

Норма амортизации представляет собой отношение годовой суммы амортизации к первоначальной стоимости средства труда, выраженное в процентах. Расчет нормы амортизации ( $H$ ) проводится по следующей формуле:

$$H = \frac{\Phi - Л}{T\Phi} ,$$

где  $\Phi$  – первоначальная стоимость данного вида основных средств, руб.;

$Л$  – ликвидационная стоимость данного вида основных средств, руб.;

$T$  – срок полезного использования, лет.

Уровень нормы амортизации определяется принятым сроком полезного использования различных видов основных фондов. Выбор его величины обусловлен рядом факторов: темпами и направлениями технического прогресса, возможностями производственного аппарата по выпуску новых

видов техники, соотношениями между потребностями и ресурсами в различных видах основных средств и т.п. Расчеты сроков амортизации по конкретным видам основных фондов учитывают многие факторы, отражающие их специфические качества и назначение.

### **Методы начисления амортизации**

Согласно Налоговому Кодексу РФ начисление амортизации по объектам основных средств производится следующими методами:

- 1) линейным методом;
- 2) нелинейным методом.

Сумма амортизации для целей налогообложения определяется налогоплательщиками ежемесячно. Амортизация начисляется отдельно по каждому объекту амортизируемого имущества.

Начисление амортизации по объекту амортизируемого имущества начинается с 1-го числа месяца, следующего за месяцем, в котором этот объект был введен в эксплуатацию.

Начисление амортизации по объекту амортизируемого имущества прекращается с 1-го числа месяца, следующего за месяцем, когда произошло полное списание стоимости такого объекта либо когда данный объект выбыл из состава амортизируемого имущества налогоплательщика по любым основаниям.

Линейный метод начисления амортизации применяется к зданиям, сооружениям, передаточным устройствам, входящим в восьмую - десятую амортизационные группы, независимо от сроков ввода в эксплуатацию этих объектов.

Выбранный налогоплательщиком метод начисления амортизации не может быть изменен в течение всего периода начисления амортизации по объекту амортизируемого имущества.

Начисление амортизации в отношении объекта амортизируемого имущества осуществляется в соответствии с нормой амортизации, определенной для данного объекта исходя из его срока полезного использования.

При применении линейного метода сумма начисленной за один месяц амортизации в отношении объекта амортизируемого имущества определяется как произведение его первоначальной (восстановительной) стоимости и нормы амортизации, определенной для данного объекта.

При применении линейного метода норма амортизации по каждому объекту амортизируемого имущества определяется по формуле:

$$K = [1/n] \times 100\%,$$

где  $K$  - норма амортизации в процентах к первоначальной (восстановительной) стоимости объекта амортизируемого имущества;

$n$  - срок полезного использования данного объекта амортизируемого имущества, выраженный в месяцах.

При применении нелинейного метода сумма начисленной за один месяц амортизации в отношении объекта амортизируемого имущества определяется как произведение остаточной стоимости объекта амортизируемого имущества и нормы амортизации, определенной для данного объекта.

При применении нелинейного метода норма амортизации объекта амортизируемого имущества определяется по формуле:

$$K = [2/n] \times 100\%,$$

где K - норма амортизации в процентах к остаточной стоимости, применяемая к данному объекту амортизируемого имущества;

n - срок полезного использования данного объекта амортизируемого имущества, выраженный в месяцах.

При этом с месяца, следующего за месяцем, в котором остаточная стоимость объекта амортизируемого имущества достигнет 20 процентов от первоначальной (восстановительной) стоимости этого объекта, амортизация по нему исчисляется в следующем порядке:

1) остаточная стоимость объекта амортизируемого имущества в целях начисления амортизации фиксируется как его базовая стоимость для дальнейших расчетов;

2) сумма начисляемой за один месяц амортизации в отношении данного объекта амортизируемого имущества определяется путем деления базовой стоимости данного объекта на количество месяцев, оставшихся до истечения срока полезного использования данного объекта.

Также выделяют производственный метод и метод суммы лет начисления амортизации.

### **Производственный метод**

По этому методу списание стоимости основных средств происходит **пропорционально** **объему** производимой **продукции** и начисление амортизации производится исходя из натурального показателя объема продукции в отчетном периоде и соотношения первоначальной стоимости объекта основных средств и предполагаемого объема производимой продукции за весь срок полезного использования объекта основных средств.

Согласно этому методу сумма годовых амортизационных отчислений в

i-й год работы основных средств ( $A_{ri}$ ) определяется следующим образом:

$$A_{ri} = F_n \times \frac{\Pi_i}{\sum_{I=0} \Pi_i},$$

где  $\Pi_i$  – «производительность» основных средств (объектов) в  $i$ -м году эксплуатации. Это может быть, например, количество отработанных часов на данном оборудовании, количество километров пробега автотранспортных средств, количество выработанной на данном оборудовании продукции, объем продукции, получаемой с нефтяной скважины, угольной шахты, гравийного карьера и т. д.;

$k$  – количество лет эксплуатации объекта.

### Метод суммы лет

Метод суммы лет относится к методу ускоренной амортизации, в котором годовая амортизация определяется следующим образом:

$$A_{ri} = F_n \times \frac{(T_{nu-i} + 1)}{S},$$

где  $A_{ri}$  – сумма годовых амортизационных отчислений в  $i$ -й год эксплуатации;

$S$  – «сумма лет» - сумма порядковых номеров лет, в течение которых функционируют основные средства;

$\frac{T_{nu-i} + 1}{S}$  - норма амортизационных отчислений в  $i$ -й год эксплуатации.

Порядок расчета нормы амортизации, при условии полезного срока службы 5 лет, приведен в табл. 2.1.

При способе списания стоимости **по сумме чисел лет** срока полезного использования годовая сумма амортизационных отчислений определяется исходя из первоначальной стоимости объекта основных средств и годового соотношения, где в числителе число лет, остающихся до конца срока службы объекта, а в знаменателе – сумма чисел лет срока службы объекта.

Таблица 2.1

Порядок расчета нормы амортизации при условии полезного срока службы 5 лет

Номер эксплуатации (i)	года	Число эксплуатации (i, записанное в обратном порядке)	лет	Норма амортизации в i-й год
1		5		5/15
2		4		4/15
3		3		3/15
4		2		2/15
5		1		1/15
Сумма лет (S=15)				

## **2.5. Выбытие основных средств**

Объекты основных средств выбывают с предприятия в результате:

- 1) продажи (реализации) объекта другому юридическому лицу или физическому лицу;
- 2) списания в случае морального и (или) физического износа;
- 3) передачи объектов основных средств в виде вклада в уставный (складочный) капитал других предприятий;
- 4) ликвидации при авариях, стихийных бедствиях и иных чрезвычайных ситуациях;
- 5) передачи по договорам мены, дарения объектов основных средств;
- 6) списания объектов основных средств, ранее сданных в аренду с правом выкупа, в момент перехода права собственности на указанные основные средства к арендатору;
- 7) по другим причинам.

## **2.6. Обобщающие показатели использования основных средств**

### **Фондоотдача**

Основным показателем, характеризующим эффективность использования основных средств, является фондоотдача, которая рассчитывается как отношение объема производимой продукции к стоимости основных средств (фондов), вовлеченных в процесс производства этой продукции. Как правило, этот показатель определяется из расчета годового объема производимой продукции и среднегодовой стоимости основных средств:

$$F_o = \frac{Q}{F_{cp}},$$

где  $F_o$  – фондоотдача, руб./руб. (или в безразмерных единицах);

$Q$  – стоимость валовой (товарной, реализованной) продукции в рассматриваемый период (год), руб.;

$F_{cp}$  – средняя стоимость основных средств за этот же период, руб.

Показатель фондоотдачи, как и любой показатель эффективности, построен по принципу соотношения затрат и результатов. Он характеризует стоимость продукции, приходящейся на 1 рубль основных средств (фондов), т. е. отдачу основных средств («съем продукции с рубля фондов»).

### **Фондоемкость**

$$F_y = \frac{F_{cp}}{Q},$$

где  $F_e$  – фондоемкость, руб./руб. (или в безразмерных единицах);

Очевидно, что это обратный фондоотдаче показатель. Его величина говорит о том, сколько основных средств приходится на рубль продукции, т.е. сколько одного из важнейших ресурсов (основных средств) нужно вовлечь в производство, чтобы получить рубль продукции.

### **Фондовооруженность**

$$F_v = \frac{F_{sp}}{L},$$

где  $F_v$  – фондовооруженность труда, руб./чел.;

$L$  – среднесписочная численность работающих, чел.

Фондовооруженность труда характеризует уровень обеспеченности работников предприятия основными средствами. Показатель может исчисляться как для всех работников предприятия, так и для производственных рабочих. Если предприятие работает в несколько смен, то в знаменателе показателя фондовооруженность труда рабочих берется число рабочих в наиболее заполненную смену.

## **ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ**

### **Вопросы для самопроверки**

1. В чем сущность основных фондов?
2. Как характеризуется состав и структура основных фондов?
3. Какие существуют виды оценок основных фондов?
4. Каковы методы переоценки основных фондов?
5. Какие существуют виды износа средств труда?
6. Какие существуют методы начисления амортизации?
7. Каков порядок расчета амортизационных отчислений равномерным методом?
8. Какие существуют показатели использования основных фондов?

### **Тест**

Вопрос 1. Основными производственными средствами (фондами) называются средства труда, которые

1) Участвуют в производственном процессе в течение длительного периода, целиком переносят свою стоимость на готовый продукт

2) Полностью потребляются в каждом цикле производства

3) Созданы трудом, участвуют в производственном процессе в течение длительного периода, переносят свою стоимость на готовый продукт частями по мере снашивания и в процессе работы сохраняют свою натуральную форму.

Вопрос 2. От чего зависит фондоотдача основных производственных средств (ОПС)?

1) От величины уставного капитала

2) От численности рабочих в наибольшую смену

3) От степени физического износа ОПС

4) От объема выпуска продукции и стоимости ОПС.

Вопрос 3. Первоначальная стоимость отражает

1) Действительную ценность основных средств

2) Фактические затраты на приобретение (создание) основных средств

3) Качественное состояние основных средств.

Вопрос 4. Физический износ основных средств имеет место

1) При воздействии агрессивных сред

2) При появлении новых, прогрессивных технологий

3) При снижении стоимости воспроизводства основных средств.

Вопрос 5. Амортизация основных средств

1) Процесс переноса стоимости основных средств на производимый с их помощью продукт

2) Установленный государством процент возмещения стоимости основных средств

3) Средний срок службы объекта основных средств.

Вопрос 6. Фондоотдача измеряется

1) в рублях

2) в рублях на рубль

3) это безразмерная величина.

Вопрос 7. Остаточная стоимость основных производственных средств (ОПС) – это

1) первоначальная стоимость ОПС минус физический износ

- 2) первоначальная стоимость ОПС минус моральный износ
- 3) первоначальная стоимость ОПС минус амортизационные отчисления за весь период их функционирования
- 4) определяется рынком.

Вопрос 8. Дано:

Стоимость валовой продукции, произведенной за год – 12 000 000 руб.;

численность работающих – 150 человек;

среднегодовая стоимость основных производственных средств (ОПС) – 9 600 000 руб., в том числе по оборудованию группы А:

- полная первоначальная стоимость – 200 000 руб.

- срок полезного использования – 8 лет.

Определить фондоотдачу продукции

Варианты ответов:

- 1) 1,1
- 2) 0,8
- 3) 1,25
- 4) 1,36.

Вопрос 9. . Дано:

Стоимость валовой продукции, произведенной за год – 12 000 000 руб.;

численность работающих – 150 человек;

среднегодовая стоимость основных производственных средств (ОПС) – 9 600 000 руб., в том числе по оборудованию группы А:

- полная первоначальная стоимость – 200 000 руб.

- срок полезного использования – 8 лет.

Определить фондоемкость продукции

Варианты ответов:

- 1) 0,8
- 2) 1,25
- 3) 1,1
- 4) 1,36.

Вопрос 10. . Дано:

Стоимость валовой продукции, произведенной за год – 12 000 000 руб.;

численность работающих – 150 человек;

среднегодовая стоимость основных производственных средств (ОПС) – 9 600 000 руб., в том числе по оборудованию группы А:

- полная первоначальная стоимость – 200 000 руб.

- срок полезного использования – 8 лет.

Определить фондовооруженность продукции

Варианты ответов:

- 1) 58 000
- 2) 64 000
- 3) 12 000
- 4) 60 000.

Вопрос 11. . Дано:

Стоимость валовой продукции, произведенной за год – 12 000 000 руб.;

численность работающих – 150 человек;

среднегодовая стоимость основных производственных средств (ОПС) – 9 600 000 руб., в том числе по оборудованию группы А:

- полная первоначальная стоимость – 200 000 руб.

- срок полезного использования – 8 лет.

Определить норму амортизации по оборудованию группы А (при линейном методе расчета амортизации)

Варианты ответов:

- 1) 15
- 2) 12,5
- 3) 10
- 4) 8.

## **Тема 3. Оборотные средства**

### ***3.1. Определение и состав оборотных средств***

Оборотные средства состоят из оборотных производственных фондов (ОБПФ) и фондов обращения (ФО). В основу такой классификации положена группировка их по сферам оборота.

Оборотные производственные фонды – это предметы труда (т. е. то, «из чего» изготавливается продукция), которые полностью потребляются в каждом цикле производства, изменяют свою натуральную форму и целиком переносят свою стоимость на готовую продукцию.

### ***3.2. Классификация оборотных производственных средств***

- 1) Производственные запасы:
  - а) сырье, основные материалы, полуфабрикаты;
  - б) вспомогательные материалы;
  - в) топливо;
  - г) тара и тарные материалы;
  - д) запасные части для ремонта.

2) Незавершенное производство – продукция, не законченная производством и подлежащая дальнейшей обработке.

3) Расходы будущих периодов – затраты на подготовку и освоение новой продукции, производимые в данный период, но подлежащие включению в себестоимость в будущем.

Производственные запасы учитываются по фактической себестоимости, которая включает в себя все затраты на приобретение материальных ресурсов, в т. ч. оплату процентов за приобретение в кредит, предоставленный поставщикам; наценки и надбавки; комиссионные вознаграждения, уплаченные снабженческим, внешнеэкономическим организациям; стоимость услуг товарных бирж; таможенные пошлины; расходы на транспортировку, хранение и доставку, осуществляемые силами сторонних организаций, и др.

Фактическая себестоимость материальных ресурсов подвержена существенным колебаниям даже по одному и тому же сырью и материалам. Это вызвано изменением цен на сырье, материалы, стоимости услуг, расходов на транспортировку и других составляющих себестоимости.

### ***3.3. Классификация фондов обращения***

- 1) **Готовая продукция на складах** предприятия, ожидающая реализации.

2) **Продукция отгруженная**, но неоплаченная покупателем («товары в пути»).

3) **Свободные денежные средства** предприятия, числящиеся на расчетном и других счетах в банке.

4) **Денежные ресурсы и средства в незаконченных расчетах** (дебиторская задолженность, т. е. сумма долгов, причитающаяся предприятию от других предприятий, задолженность по оплате труда и т. п.).

Структура оборотных средств, удельные веса составляющих ее элементов значительно отличаются по отраслям. Наиболее существенное влияние на такие различия оказывают особенности технологических процессов и длительности производственных циклов. Например, в кораблестроении наибольший удельный вес занимает незавершенное производство (длительность производственного цикла может быть даже несколько лет), при консервировании овощей и фруктов – запасы сырья и т. п.

### 3.4. *Кругооборот оборотных средств*

**Оборотные средства** потому и называются оборотными, что все время находятся **в движении**, постоянно переходя из сферы производства в сферу обращения, меняя при этом свою форму.

В общем виде кругооборот оборотных средств изображен на рис. 3.1.

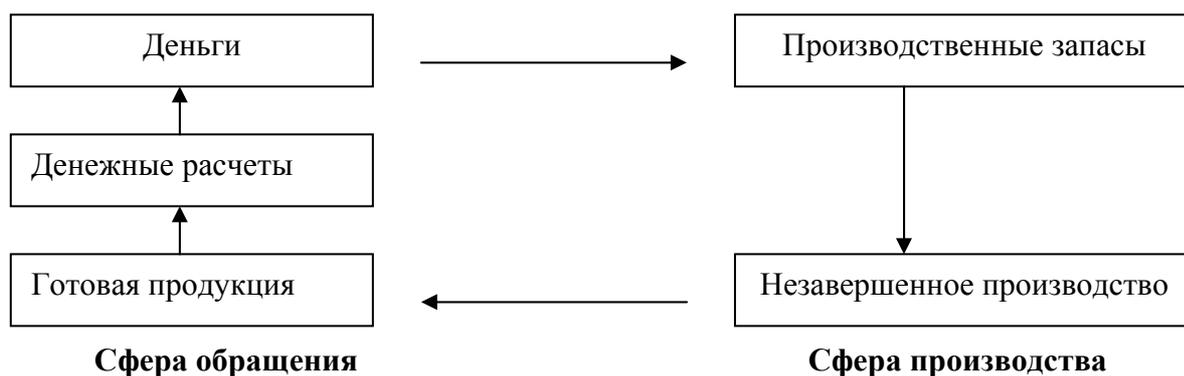


Рис 3.1. Кругооборот оборотных средств

Время, за которое оборотные средства проходят период производства и обращения, т. е. совершают полный кругооборот, называется *периодом оборота оборотных средств*. Это усредненный показатель, совпадающий с фактическими сроками производства и реализации отдельных видов

продукции. Он характеризует среднюю скорость движения оборотных средств на предприятии.

В любой момент оборотные средства, занятые в различных производственных циклах и на различных стадиях, в своей совокупности вложены во все стоимостные формы оборота: запасы, незавершено производство, готовую продукцию, расчеты, денежные средства.

Главная задача эффективного использования оборотных средств – обеспечить непрерывность процесса производства и реализации продукции с наименьшим размером самих оборотных средств.

### ***3.5. Расчет потребности в оборотном капитале***

Определение потребности предприятия в собственных оборотных средствах осуществляется в процессе нормирования, т.е. определения норматива оборотных средств.

Цель нормирования — определение рационального размера оборотных средств, отвлекаемых на определенный срок в сферу производства и сферу обращения.

Обычно выделяют две группы: нормируемые и ненормируемые оборотные средства.

Нормирование – это установление экономически обоснованных (плановых) норм запаса и нормативов по элементам оборотных средств, необходимых для нормальной деятельности предприятия.

К числу нормируемых оборотных средств обычно относятся оборотные производственные фонды и готовая продукция. Фонды обращения обычно ненормируемые.

В отечественной практике известны три основных метода расчета нормативов оборотных средств: аналитический, метод прямого счета, коэффициентный метод.

Аналитический, или опытно-статистический метод нормирования отражает сложившуюся практику организации производства, снабжения и сбыта. Сущность его состоит в том, что при анализе имеющихся товарно-материальных ценностей корректируются их фактические запасы и исключаются излишние и ненужные ценности.

Метод прямого счета предусматривает научно обоснованный расчет запасов по каждому элементу оборотных средств в условиях достигнутого организационно-технического уровня предприятий с учетом всех изменений, происходящих в развитии техники и технологии, в организации производства, транспортировке товарно-материальных ценностей и в области расчетов.

При коэффициентном методе в сводный норматив предшествующего периода вносятся поправки на планируемое изменение объема производства и на ускорение оборачиваемости средств. Применение дифференцированных коэффициентов по отдельным элементам

оборотных средств допустимо, если нормативы периодически уточняются путем прямого счета.

Основным методом нормирования оборотных средств является метод прямого счета по каждому их элементу в отдельности. Другие методы нормирования используются в промышленности как вспомогательные. Общие нормативы собственных оборотных средств определяются в размере их минимальной потребности для образования необходимых для выполнения планов производства и реализации продукции запасов сырья, материалов, топлива, малоценных и быстро изнашивающихся предметов, незавершенного производства, готовых изделий (товаров), на расходы будущих периодов, а также для осуществления всех видов расчетов в установленные сроки.

Нормирование оборотных средств заключается: 1) в разработке и установлении норм запасов всех оборотных средств по отдельным видам товарно-материальных ценностей, выраженных в днях; 2) в разработке нормативов собственных оборотных средств в целом и для каждого их элемента в денежном выражении. Нормы запасов оборотных средств применяются в течение ряда лет для расчетов годовых нормативов. Они уточняются по отдельным видам материальных ценностей при составлении годовых финансовых планов в случае существенного изменения производства, снабжения и сбыта.

Норматив собственных оборотных средств каждого предприятия определяется следующими основными показателями:

- 1) объемом производства и реализации продукции;
- 2) затратами на производство, хранение и реализацию продукции;
- 3) нормами запаса оборотных средств по отдельным видам товарно-материальных ценностей и затрат, выраженных в днях

Общая формула расчета норматива отдельного элемента оборотных средств может быть выражена так:

$$N = (O_{эл} * N_{эл}) * T,$$

где  $N$  – норматив собственных оборотных средств по элементу;  
 $O_{эл}$  – оборот (расход, запуск) по данному элементу за период;  
 $N_{эл}$  – норма оборотных средств по данному элементу;  
 $T$  – продолжительность периода в днях.

Рассмотрим основные принципы нормирования трех важнейших элементов:

1. сырье, основные материалы и покупные полуфабрикаты;
2. незавершенное производство;
3. готовая продукция.

**Нормирование материалов.** Норматив собственных оборотных средств на материалы определяется как произведение стоимости однодневного расхода и нормы оборотных средств в днях. Средняя норма

оборотных средств на материалы в днях исчисляется в целом как средневзвешенная от норм запаса оборотных средств по отдельным видам материалов. В норму оборотных средств в днях включается время:

- нахождение материала в пути от оплаты счета до прибытия;
- приемки, разгрузки, сортировки, складирования и лабораторного анализа;
- подготовка к производству;
- пребывание в виде текущего складского запаса;
- пребывание в виде гарантийного запаса.

Расчет времени производится в соответствии с отраслевыми инструкциями с учетом конкретных условий данного предприятия.

#### **Нормирование незавершенного производства.**

Для расчета норматива собственных оборотных средств на незавершенное производство необходимо определить норму оборотных средств на производство товарной продукции. Норма оборотных средств определяется исходя из длительности производственного цикла и коэффициента нарастания затрат.

Длительность производственного цикла включает время :

- непосредственного процесса обработки (технологический запас);
- пролеживание обработанных изделий у рабочих мест (транспортный запас);
  - пребывание обрабатываемых изделий между отдельными цехами вследствие различия ритмов работы оборудования (оборотный запас);
  - пребывание изделий при массовом производстве в виде запаса на случай перебоев (страховой запас).

Коэффициент нарастания затрат определяется по формуле:

$$K_n = (a + 0,5b) / (a + b),$$

где  $K_n$  – коэффициент нарастания затрат ;

$a$  – затраты, производимые одновременно в начале процесса производства;

$b$  – последующие затраты до окончания процесса производства изделий.

Общая формула расчета норматива оборотных средств на незавершенное производство:

$$N_{нп} = V_{сут} * T_{ц} * K_n,$$

где  $V_{сут}$  – плановый среднесуточный объем выпуска продукции по производственной себестоимости;

$K_n$  – коэффициент нарастания затрат;

$T_{ц}$  – длительность производственного цикла, дни.

**Нормирование готовой продукции.** Норматив оборотных средств на готовую продукцию определяется как произведение однодневного оборота товарной продукции по производственной стоимости и нормы оборотных средств. Последняя устанавливается в зависимости от времени, необходимого на подбор отдельных видов и марок изделий, на комплектование партий отгруженной продукции, на упаковку и транспортировку изделий со склада предприятий-поставщиков на станцию отправления, а также от времени погрузки.

Для характеристики оборотных средств в целом исчисляется общая норма оборотных средств в днях. Её определяют как частное от деления общего норматива оборотных средств (сумма нормативов по отдельным элементам) на однодневный расход по смене затрат на производство.

Итак, оборотные средства предприятий в каждый данный момент времени одновременно прибывают во всех 3 стадиях кругооборота. У эффективно работающих предприятий оборотные средства в процессе производственного потребления не расходуются, а авансируются. Расходуются только у убыточно работающих предприятий.

### ***3.6. Источники формирования оборотных средств***

После того, как мы определились с необходимой величиной оборотных средств, нужно решить, что будет источниками их формирования (иначе говоря, откуда мы возьмем деньги).

По источникам формирования оборотные средства делят на собственные, заемные и привлеченные (табл. 3.1).

*Собственные средства* принадлежат предприятию на правах собственности, например, прибыль, уставный фонд, амортизационный фонд, спецфонды и т. д.

*Заемные средства* – это различного рода ссуды и кредиты, например, краткосрочные и долгосрочные кредиты.

*Привлеченными* называются средства, не принадлежащие организации, но временно используемые в обороте, например, кредиторская задолженность, задолженность по оплате труда и др.

Размер средств и их размещение (во что в данный момент они вложены) показывается на активе баланса предприятия, а источники этих средств – в пассиве баланса.

Таблица 3.1

Источники формирования оборотных средств

<b>Источники формирования оборотных средств</b>		
<b>Собственные</b>	<b>Заемные</b>	<b>Дополнительно привлеченные</b>
1. Уставный капитал	1. Долгосрочные кредиты банка	1. Кредиторская задолженность:
2. Добавочный	2. Долгосрочные	поставщикам и

капитал 3. Резервный капитал, нераспределенная прибыль 4. Фонд накопления 5. Фонд средств социальной сферы	займы 3. Краткосрочные кредиты банка 4. Кредиты банка для работников 5. Краткосрочные займы 6. Коммерческие кредиты 7. Инвестиционный налоговый кредит 8. Инвестиционный взнос работников	подрядчикам по оплате труда, по страхованию, бюджету, прочим кредиторам 2. Фонды потребления 3. Расходы по сомнительным долгам 4. Прочие краткосрочные обязательства 5. Благотворительные и прочие поступления
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### ***3.7. Показатели использования оборотных средств***

#### **Материалоемкость**

Одним из важнейших показателей, характеризующих использование оборотных средств, является показатель материалоемкости продукции:

$$M_e = \frac{M}{Q},$$

где Q – объем произведенной продукции (чаще всего реализованной);  
M – затраты материалов на производство продукции.

Единица измерения материалоемкости в руб./руб. или в безразмерных единицах. Можно рассчитывать материалоемкость по отдельным видам материалов для отдельных видов продукции.

#### **Материалоотдача**

Показатель, обратный материалоемкости, - материалоотдача:

$$M_o = \frac{1}{M_e} = \frac{Q}{M}$$

**Коэффициент использования материалов** – чистый вес единицы той или иной продукции приходящийся на фактический вес материала, израсходованного на производство данной продукции.

### **Удельный расход материала на единицу продукции**

В большинстве отраслей промышленности использование сырья, материалов, топлива характеризуется показателем удельного расхода – средний фактический расход определенного предмета труда на единицу изготовленной продукции.

### **Коэффициент оборачиваемости оборотных средств**

$$K_{об} = \frac{Q_p}{O_{cp}},$$

где  $Q_p$  – объем реализованной продукции, руб.;

$O_{cp}$  – средний остаток оборотных средств за соответствующий период, руб.

## **ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ**

### **Вопросы для самопроверки**

1. Дайте определение понятий «оборотные средства», «оборотные производственные фонды», «фонды обращения»?
2. Классификация оборотных производственных средств.
3. Классификация фондов обращения.
4. Как рассчитывается потребность в оборотном капитале?
5. Назовите основные источники формирования оборотных средств.
6. Как рассчитывается коэффициент оборачиваемости оборотных средств?

### **Тест**

Вопрос 1. Оборотные средства включают в себя

- 1) Основные производственные фонды
- 2) Основные непроизводственные фонды
- 3) Оборотные производственные фонды
- 4) Фонды обращения.

Вопрос 2. В основу распределения (классификации) оборотных средств на оборотные производственные фонды (ОПФ) и фонды обращения (ФО) положена

- 1) Группировка по степени участия в процессе производства
- 2) Группировка по сферам оборота

3) Группировка по степени участия трудовых ресурсов.

Вопрос 3. Какие элементы не входят в производственные запасы?

- 1) Сырье и материалы
- 2) Топливо
- 3) Незавершенное производство
- 4) Полуфабрикаты собственного производства.

Вопрос 4. Какой из перечисленных элементов относится к фондам обращения?

- 1) Топливо и горючее
- 2) Запасные части для ремонта
- 3) Сырье и материалы
- 4) Товары в пути.

Вопрос 5. Оборотные производственные фонды переносят свою стоимость на готовый продукт

- 1) Полностью в течение одного производственного цикла
- 2) Равномерно в течение года
- 3) Пропорционально себестоимости продукции
- 4) Частями в зависимости от объема продукции.

Вопрос 6. Величина необходимых оборотных средств не зависит от

- 1) Объема производства продукции
- 2) Коэффициента оборачиваемости оборотных средств
- 3) Длительности одного оборота
- 4) Величины уставного капитала.

### Типовой пример

#### Задача 1

Определите и проанализируйте структуру оборотных средств предприятий по следующим данным:

Элементы оборотных средств	Сумма, млн руб.	
	1 Предприятие	Предприятие 2
Производственные запасы	94,70	94,92

Незавершенное производство	16,15	27,64
Расходы будущих периодов	134,15	5,32
Готовая продукция	17,65	30,02
Прочие	87,35	62,1

### Решение

Структура оборотных средств представляет собой долю каждого элемента в общей сумме. Определим структуру оборотных средств обоих предприятий:

Элементы оборотных средств	Предприятие 1		Предприятие 2	
	Сумма,млн руб.	Структура,%	Сумма,млн руб.	Структура,%
Производственные запасы	94,70	27,0	94,92	43,1
Незавершенное производство	16,15	4,7	27,64	12,6
Расходы будущих периодов	134,15	38,3	5,32	2,4
Готовая продукция	17,65	5,0	30,02	13,7
Прочие	87,35	25,0	62,1	28,2
Итого	350	100	220	100

Рассчитанные структуры дают возможность сделать вывод о том, что второе предприятие является более материалоемким, чем первое. В то же время первому предприятию приходится вкладывать большие средства в расходы будущих периодов. Скорее всего, это расходы на подготовку и освоение производства, которые обусловлены спецификой производственного процесса. Более высокая доля незавершенного производства может свидетельствовать о большей длительности производственного цикла или большей стоимости перерабатываемого сырья или материалов. В сочетании с большим удельным весом готовой продукции это позволяет сделать предположение, что второе предприятие, скорее всего,

относится к числу тех, что производят продукцию с более высокой долей добавленной стоимости.

## Задача 2

Рассчитайте среднеквартальные и среднегодовые остатки оборотных средств, а также оборачиваемость оборотных средств (длительность оборота) и коэффициент оборачиваемости за год, используя следующие данные:

Остатки оборотных средств		Объем реализованной продукции	
Дата	Сумма, тыс. руб.	Квартал	Сумма, тыс. руб.
На 1 января 2002 г.	2 500	I	3 000
1 апреля 2002 г.	2 600	II	3 500
1 июля 2002 г.	2 400	III	2 900
1 октября 2002 г.	2 400	IV	3 100
1 января 2003 г.	2 500		

## Решение

Коэффициент оборачиваемости определяется по формуле

$$K_{об} = Q_p / O_{ср}.$$

Для расчета длительности оборота в днях используется формула

$$t_{об} = D \cdot O_{ср} / Q_p.$$

Поэтому вначале нужно вычислить средние за год остатки оборотных средств и объем реализации за год:

$$O_{ср} = [(2\,500 + 2\,600) / 2 + (2\,600 + 2\,400) / 2 + (2\,400 + 2\,400) / 2 + (2\,400 + 2\,500) / 2] / 4 = 2\,475 \text{ тыс. руб.},$$

$$Q_p = 3\,000 + 3\,500 + 2\,900 + 3\,100 = 12\,500 \text{ тыс. руб.},$$

$$K_{об} = 12\,500 / 2\,475 = 5 \text{ об/год},$$

$$t_{об} = 360 \cdot 2\,475 / 12\,500 = 71 \text{ дн.}$$

Таким образом, оборотные средства совершили пять оборотов за год, при этом длительность одного оборота составила в среднем 71 день.

## Тема 4. Кадры

### *4.1. Состав и структура кадров*

Создание производства всегда связано с людьми, работающими на предприятии (фирме). Правильные принципы организации производства, оптимальные системы и процедуры играют важную роль. Однако производственный успех зависит от конкретных людей, их знаний, компетентности, квалификации, дисциплины, мотиваций, способности решать проблемы, восприимчивости к обучению.

В то же время трудовые отношения – едва ли не самая сложная проблема предпринимательства, особенно когда коллектив предприятия насчитывает десятки, сотни и тысячи человек. Трудовые отношения охватывают широкий круг проблем, связанных с организацией трудового процесса, подготовкой и набором кадров, выбором оптимальной системы заработной платы, созданием отношений социального партнерства на предприятии.

Управление персоналом предприятия зависит от стратегии развития предприятия и должно быть ориентировано на эффективную реализацию этой стратегии.

Структурная характеристика персонала предприятия определяется составом и количественным соотношением различных категорий и групп работников. Работники производственного предприятия в зависимости от выполняемых функций разделяются на несколько категорий и групп.

Работники предприятия, непосредственно связанные с процессом производства продукции (выполнение работ, предоставление услуг), т. е. занятые производственной деятельностью, составляют промышленно-производственный персонал (ППП). В промышленно-производственный персонал (на промышленном предприятии) включаются работники основных, вспомогательных и обслуживающих цехов; научно-исследовательских, проектно-конструкторских и технологических организаций, лабораторий и подразделений, находящихся на балансе предприятия; администрации предприятия со всеми функциональными отделами и службами и т. д.

**Независимо от сферы приложения труда весь промышленно-производственный персонал предприятия подразделяется на две основные категории: рабочие и служащие.**

Рабочие непосредственно участвуют в процессе производства продукции; управляют машинами, механизмами, установками; наблюдают за работой автоматического и робототехнического оборудования; осуществляют ремонт, регулирование и наладку машин; выполняют погрузочно-разгрузочные и транспортно-складские работы и т. п.

В составе рабочих выделяются две группы: **основных** и **вспомогательных**. Функции, выполняемые ими, различны, поэтому различны и методы, используемые на стадии планирования для определения их численности на предприятии.

К основным относят рабочих, непосредственно занятых изготовлением продукции (станочники, операторы автоматических установок и т.п.), к вспомогательным – рабочих, которые обслуживают производственные процессы (наладчики оборудования, ремонтники, рабочие инструментальных цехов, транспортные и складские рабочие и т. п.).

В группе служащих выделяют такие категории работающих, как **руководители, специалисты** и собственно **служащие**.

К руководителям относятся работники, занимающие должности руководителей предприятия и его структурных подразделений, а также их заместители по следующим должностям: директора, начальники, управляющие в структурных единицах и подразделениях, главные специалисты (главный инженер, главный бухгалтер, главный механик, главный экономист и т. п.).

Специалисты состоят из работников, занятых выполнением инженерно-технических, экономических, бухгалтерских, юридических и других аналогичных функций.

Служащие осуществляют подготовку и оформление документации, учет и контроль, заняты хозяйственным обслуживанием и делопроизводством (агенты, кассиры, делопроизводители, секретари и т. п.).

Соотношение различных категорий работников в их общей численности характеризует структуру кадров (персонала) предприятия, цеха, участка. Структура кадров также может определяться по таким признакам, как возраст, пол, уровень образования, стаж работы, квалификация, степень выполнения норм и т. п.

#### ***4.2. Экономическое содержание труда работников торговли. Производительность и эффективность труда в торговле.***

Труд в торговле и сфере услуг - это часть совокупного общественного труда.

Все трудовые процессы, выполняемые работниками торговли, делятся на 2 вида:

1. Связанные с продолжением процесса производства в сфере обращения (в торговле).
2. Связанные со сменой форм стоимости.

К первому виду относится: транспортировка, сортировка, фасовка, упаковка, хранение товаров. Этот труд является производительным, увеличивающим стоимость общественного продукта, однако новых материальных благ этот труд не создаёт.

Ко второму виду относится труд, обеспечивающий смену форм стоимости (продажу товаров, организацию рекламы, ведению учёта и отчётности и т.д.) Этот труд считается непроизводительным, но необходимым и полезным.

Производительность труда измеряется во всех отраслях количеством продукции в единичном времени, или затрат труда в единичном времени, или затраты времени на единичной продукции.

В торговле производительность труда измеряется объемом товарооборота на одного среднесписочного работника в единицу времени: количеством товаров в натуральном измерении, проданных работником, числом покупателей, приходящихся на одного работника в единственном времени.

Рост производительности труда - это важнейшее условие дальнейшего развития торговли и общества в целом.

Под эффективностью труда понимается результат трудовой деятельности, обеспечивающий повышение производительности труда, наиболее полное удовлетворение населения на товары, должный уровень культуры торговли, сокращение времени на приобретение товаров и т.д.

### ***4.3. Планирование численности торговых работников***

Планирование численности торговых работников начинается с планирования продавцов, контролёров-кассиров, кассиров. Численность работников определяется с учётом наличия рабочих мест, сменности работы, необходимой замены работников на время отпуска и т.д.

При расчёте определяют явочную и среднесписочную численность.

**Явочная численность** - это количество работников, которое должно постоянно находиться на рабочих местах.

**Среднесписочная численность** - численность работников с учетом замены работников, уходящих в отпуск, отсутствующих по болезни и другим уважительным причинам.

Явочная общее время функционирования рабочих мест в неделю  
численность продолжительность рабочей недели для 1  
работника(40час.)

Количество рабочих дней в году определяется как разница между 365 дней и количеством выходных и праздничных дней в году. Реальное количество рабочих дней в году = количество рабочих дней в году минус дни отпуска минус неявка на работу по уважительным причинам.

Также планируется численность кассиров, только исходя из необходимого количества касс. Численность других работников планируется с учётом режима работы предприятия, хозяйственной целесообразности, накопленного опыта.

### ***4.4. Нормирование труда***

Для правильной организации труда на предприятии необходимо знать, какое количество труда требуется для выполнения той или иной работы, иначе — установить меру труда каждого работника, т. е. норму труда.

*Нормирование труда* — определение максимально допустимого количества времени для выполнения конкретной работы или операции в

условиях данного производства (минимально допустимого количества продукции, изготавливаемой в единицу времени — час, смену).

Нормирование труда на предприятии — основа правильной организации труда и заработной платы, оно должно строиться на базе внедрения прогрессивных, технически обоснованных норм.

Различают **опытно-статистический** и **аналитический методы нормирования труда**. Наиболее прогрессивный — это аналитический метод, поскольку он предполагает научные подходы к формированию норм, а опытно-статистический метод только фиксирует сложившееся положение на предприятии в предыдущий плановый период и рассматривает его как базу сравнения для нового периода.

Аналитический метод предусматривает проведение ряда операций:

- исследование трудового процесса, расчлененного на составные элементы;
- изучение всех факторов, влияющих на затраты труда;
- проектирование более совершенного состава операции и методов ее выполнения;
- разработку мероприятий, улучшающих обслуживание рабочего места;
- расчет времени на выполнение работы;
- внедрение нормы в производство.

Аналитический метод нормирования, в свою очередь, может быть дифференцирован на аналитически-расчетный, использующий готовые нормативы времени, и аналитически-исследовательский, в соответствии с которым нормы определяются непосредственным изучением рабочего времени с широким использованием хронометража, фотографии рабочего дня, выборочного метода изучения потерь рабочего времени.

*Хронометраж* — это метод изучения затрат оперативного времени путем наблюдения и замеров длительности отдельных, повторяющихся при производстве каждого изделия элементов операции. Основные его этапы:

- подготовка к наблюдению;
- наблюдение;
- обработка, анализ данных наблюдения: проверка длительности каждого элемента операции, проверка устойчивости хронометражных рядов, сравнение с действующими нормативами;
- определение с учетом передового опыта и внедренных оргтехмероприятий рационального состава операции, продолжительности ее элементов и операции в целом.

*Фотография рабочего дня* — это метод изучения рабочего времени путем наблюдения и замеров его длительности в течение всего или части рабочего дня, а именно: времени обслуживания рабочего места, подготовительно-заключительного времени и времени перерывов в работе.

Фотографии рабочего дня используются для устранения потерь и непроизводительных затрат времени, изучения работы передовиков

производства, определения норм обслуживания оборудования, нормирования времени на обслуживание рабочего места и выполнение подготовительно-заключительных работ, времени отдыха, а в мелкосерийном и единичном производствах — нормирования оперативного времени, главным образом на маломеханизированных работах.

В зависимости от числа лиц, одновременно охватываемых наблюдением, различают фотографию рабочего дня индивидуальную, групповую, бригадную и массовую. При нескольких объектах наблюдения классификации затрат рабочего времени укрупняются, а замеры времени на каждом рабочем месте ведутся с интервалами. Различают фотографию рабочего дня: стационарную, маршрутную, рабочего многостаночника.

Этапы фотографии рабочего дня:

- подготовка к наблюдению — ознакомление с работником и его рабочим местом, характером и условиями выполнения работы; определение элементов работы, подлежащих фиксации;
- наблюдение за всеми затратами рабочего времени; запись цифровым или графическим методом моментов окончания каждого элемента работы;
- отметка перекрываемых элементов работы;
- анализ данных наблюдения — определение длительности отдельных затрат времени и индексация; группировка затрат рабочего времени; составление фактического баланса рабочего времени; анализ затрат рабочего времени по категориям персонала;
- мероприятия, выводы — разработка мероприятий по улучшению использования рабочего времени; проектирование нормативного баланса рабочего времени; определение возможного роста производительности труда.

И хронометраж и фотография рабочего дня позволяют выявить и обосновать нормы времени — затраты времени на единицу продукции или работы на одно изделие или операцию, производимые одним рабочим или группой работников соответствующей численности и квалификации при определенных организационно-технических условиях. Норма времени устанавливается в человеко-часах или человеко-минутах.

В состав нормы времени на единицу продукции или работы при ручных, машинно-ручных и машинных работах включаются следующие элементы затрат:

$$t_n = t_o + t_g + t_{об} + t_{пз} + t_{от} + t_{лн}$$

где  $t_o$  — основное время;

$t_g$  — вспомогательное время;

$t_{об}$  — время обслуживания рабочего места;

$t_{пз}$  — подготовительно-заключительное время;

$t_{от}$  — время на отдых и личные надобности;

$t_{нт}$  – время неустраимых перерывов, предусмотренных технологией и организацией производственного процесса.

#### 4.5. Производительность труда

Производительность труда характеризует эффективность труда в материальном производстве. Это не только один из важнейших показателей эффективности производства, но и показатель, имеющий большое экономическое и социальное значение на макроуровне.

**Производительность труда** – это количество продукции, произведенное за определенный период в расчете на одного работника, или затраты рабочего времени на единицу продукции.

Следует различать понятия производительности и интенсивности труда. При повышении интенсивности труда повышается количество физических и умственных усилий в единицу времени, и за счет этого увеличивается количество производимой в единицу времени продукции. Повышение интенсивности труда требует повышения его оплаты. Производительность труда повышается в результате изменения технологии, применения более совершенного оборудования, применения новых приемов труда и не всегда требует повышения заработной платы. Показатели, определяющие уровень производительности труда, учитывают как изменение собственно производительности, так и интенсивности труда.

Показатель, определяющий количество продукции, произведенной в единицу времени, называется **выработкой**. Выработка характеризует результативность труда.

**Трудоемкость** – это количество труда, необходимое для выработки единицы продукции. Трудоемкость является характеристикой затратности труда (расходования рабочей силы).

В качестве измерителей количества произведенной продукции используют натуральные (тонна, метр, метр кубический, штука и т. д.) и стоимостные показатели.

Выработка определяется в расчете на одного основного рабочего, на одного рабочего и одного работающего.

При определении выработки на одного *основного рабочего* количество произведенной продукции делится на численность основных рабочих.

Если рассчитывается выработка на одного *рабочего*, количество произведенной продукции делится на суммарную численность основных и вспомогательных рабочих.

Для определения выработки на одного *работающего* количество произведенной продукции делится на численность всего промышленно-производственного персонала:

$$B = \frac{K}{\varphi},$$

где  $B$  – выработка продукции;

$K$  – количество произведенной за период продукции в натуральных или стоимостных измерителях;

$Ч$  – численность работников (основных рабочих, основных и вспомогательных, промышленно-производственного персонала).

Трудоемкость продукции, как и выработка, может быть рассчитана в разных вариантах. Различают технологическую, производственную и полную трудоемкость.

**Технологическую трудоемкость продукции** находят путем деления затрат труда основных рабочих на количество произведенной ими продукции.

**Производственную трудоемкость продукции** рассчитывают делением затрат труда основных и вспомогательных рабочих на количество произведенной продукции.

**Полную трудоемкость** определяют делением затрат труда промышленно-производственного персонала на количество произведенной продукции:

$$T = \frac{З_{mp}}{B},$$

где  $T$  – трудоемкость продукции;

$З_{mp}$  – затраты труда различных категорий работников на производство продукции;

$B$  – объем произведенной продукции.

При изучении вопросов производительности труда необходимо рассмотреть факторы роста производительности труда.

*Факторы роста производительности труда* – это движущие силы или причины, под влиянием которых изменяется ее уровень и динамика.

Существует множество классификаций таких факторов, рассмотрим одну из них:

1) повышение технического уровня производства (внедрение прогрессивных технологий, механизация, автоматизация, модернизация действующего оборудования, изменение конструкций и технических характеристик изделий и т. д.) – этот фактор, как правило, не меняет затрат живого труда, а изменяет оснащенность труда;

2) улучшение организации производства и труда (совершенствование управления производством, повышение норм и зон обслуживания, сокращение потерь рабочего времени за счет невыходов, внутрисменных простоев, потерь от брака и т. д.);

3) изменение объема и структуры производства продукции (изменение удельных весов отдельных видов продукции);

4) прочие факторы.

## 4.6. Основные формы оплаты труда

Как всякий товар, труд имеет цену. Цена труда – это заработная плата. «Цена» труда индивидуума зависит от его качества – квалификации.

**Заработная плата** - это величина денежного вознаграждения, выплачиваемого наемному работнику за выполнение определенного задания, объема работ или исполнение своих служебных обязанностей в течение некоторого времени.

Различают **номинальную** и **реальную** заработную плату.

*Номинальная заработная плата* – это начисленная и полученная работником заработная плата за определенный период.

*Реальная заработная плата* – это количество товаров и услуг, которые можно приобрести за номинальную заработную плату.

Существуют две формы оплаты труда. Оплата устанавливается или в зависимости от времени, на протяжении которого предприятие использовало рабочую силу, либо в соответствии с объемом выполненных работ. В первом случае оплата называется **повременной**, во втором случае – **сдельной**.

Повременная оплата труда применяется, если невозможно или трудно нормировать труд, при строго регламентированных, высокомеханизированных и автоматизированных производственных процессах, в производствах, требующих высокого качества и точности выполнения работ, и там, где нет надобности стимулировать интенсивность труда.

Главное преимущество для рабочего при повременной оплате труда состоит в том, что он имеет гарантированный ежемесячный заработок, не зависящий от возможного снижения уровня производства в данный период времени. Недостатком является то, что рабочий не имеет возможности повысить свой заработок путем увеличения личной доли участия в производственном процессе.

С точки зрения предприятия главный недостаток повременной оплаты в том, что она не стимулирует повышения выработки рабочих. При этом предприятие имеет относительную экономию на заработной плате при увеличении производства продукции (рис. 4.1).

Повременная форма оплаты труда включает две системы: простую повременную и повременно-премиальную.

При **простой повременной** системе размер заработной платы зависит от тарифной ставки работника и количества отработанного времени.

**Повременно-премиальная** система оплаты труда применяется с целью повышения качественных или количественных показателей (безаварийная работа, повышение качества продукции).

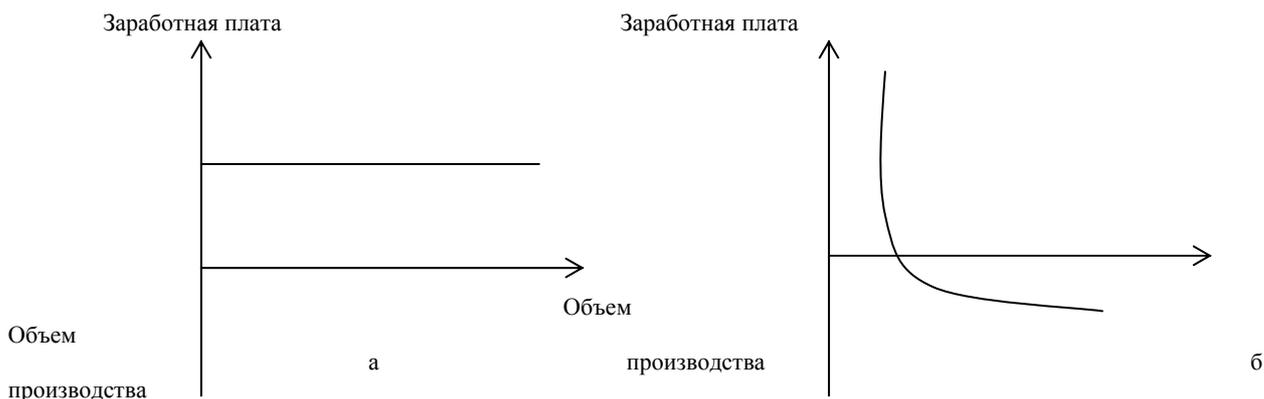


Рис.4.1. Зависимость издержек на заработную плату от объема производства при повременной форме оплаты труда в расчете на весь выпуск (а) и на единицу продукции (б)

**Сдельная форма оплаты труда** применяется там, где можно установить однозначную зависимость между объемом произведенной продукции и количеством затраченного труда каждого рабочего или группы рабочих.

С точки зрения рабочего сдельная форма оплаты труда имеет то преимущество, что дает возможность повышения заработка при увеличении интенсивности труда (рис.4.2).

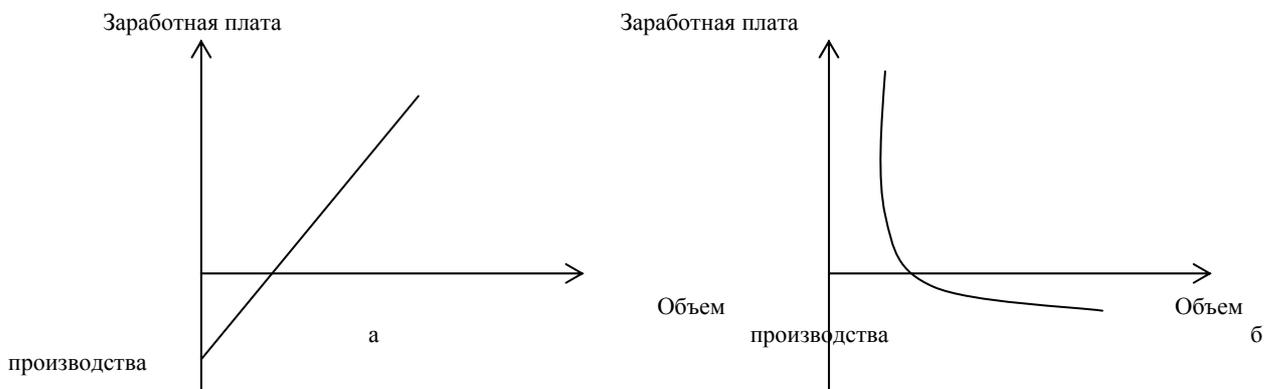


Рис.4.2. Зависимость издержек на заработную плату от объема производства при сдельной форме оплаты труда в расчете на весь выпуск (а) и на единицу продукции (б)

Для предприятия применение сдельной системы оплаты труда дает возможность стимулировать при необходимости выработку рабочих, а основным недостатком является возможное снижение качества при росте выработки.

Сдельная форма оплаты труда имеет несколько систем: прямую сдельную, сдельно-премиальную, сдельно-прогрессивную, косвенную сдельную, аккордную, коллективную сдельную.

При **прямой сдельной** системе оплаты труда заработок рабочего находится в прямой зависимости от его индивидуальной выработки. Такая система применяется там, где легко можно организовать индивидуальный учет труда. Заработок определяется как сумма произведений соответствующей сдельной расценки на фактическую выработку.

Расценка – это часть заработной платы, приходящаяся на единицу продукции.

При **сдельно-премиальной** системе сверх заработка по прямым сдельным расценкам выплачивается премия за выполнение и перевыполнение плана по заранее установленным качественным или количественным показателям.

При **сдельно-прогрессивной** системе оплаты труда рабочего в пределах установленной нормы оплачивается по основным расценкам, а сверх нормы – по повышенным.

**Косвенно-сдельная** система применяется для оплаты труда вспомогательных рабочих, обслуживающих основных рабочих-сдельщиков, от темпа и выработки которых зависит производительность основных рабочих.

При **аккордной** системе размер оплаты работ устанавливается не за каждую производственную операцию в отдельности, а за весь комплекс работ, взятый в целом с указанием срока их выполнения.

**Коллективные системы** оплаты труда целесообразно применять в тех случаях, когда невозможен учет индивидуальной выработки каждого рабочего.

#### ***4.7. Тарифная и бестарифная системы***

Соизмерять разнообразные виды труда, учитывая их сложность и условия выполнения, позволяет тарифная система.

При организации оплаты труда рабочих основными элементами тарифной системы являются тарифно-квалификационные справочники, тарифные сетки и ставки.

**Тарифно-квалификационный справочник** содержит перечень производств и профессий отраслей производства с характеристикой каждой профессии. С помощью справочника определяют содержание и разряд работы и требования к ее исполнителю.

**Тарифная сетка** представляет собой совокупность действующих тарифных разрядов и соответствующих им тарифных коэффициентов.

**Тарифный коэффициент** показывает, во сколько раз уровень оплаты работ данного разряда выше уровня оплаты работ первого разряда.

**Тарифная ставка** – это выраженный в денежной форме абсолютный размер оплаты труда в единицу рабочего времени. Тарифные ставки могут быть часовыми, дневными и месячными. Тарифная ставка I разряда не может быть ниже минимального размера оплаты труда, установленного государством.

Правительством РФ утверждена Единая тарифная система (ЕТС) для учреждений и организаций бюджетной сферы. За пределами бюджетной сферы в организациях и фирмах применяют различные размеры диапазона разрядов работников.

Тарифные коэффициенты Единой тарифной сетки по оплате труда работников организаций бюджетной сферы

<b>Разряды</b>	1	2	3	4	5	6	7	8	
Тарифные коэффициенты	1,0	1,36	1,69	1,91	2,16	2,44	2,76	3,12	
<b>Разряды</b>	10	11	12	13	14	15	16	17	
Тарифные коэффициенты	3,99	4,51	5,10	5,76	6,51	7,36	8,17	9,07	

Пример тарифной сетки рабочих предприятия

Показатели	Разряды							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Тарифные коэффициенты	1,0	1,09	1,21	1,33	1,50	1,71	1,98	2,31

В последнее время на ряде предприятий применяется бестарифная система оплаты труда. По этой системе заработная плата всех работников представляет собой долю в фонде оплаты труда или всего предприятия, или отдельного подразделения.

Самым распространенным является такой метод расчета заработной платы, при котором фактическая величина заработка каждого работника зависит от квалификационного уровня работника, коэффициента трудового участия (КТУ), фактически отработанного времени.

Другой метод определения заработной платы с использованием бестарифной системы заключается в том, что заработная плата зависит от объемов реализации. Например, директору предприятия устанавливается заработная плата 1,5 % от суммы реализации, его заместителям – 80 % от заработной платы директора и так далее в соответствии с квалификационным уровнем.

Разновидностью бестарифной системы является также контрактная система, когда с работником заключается контракт на определенное время с указанием уровня оплаты.

#### 4.8. Заработная плата и производительность труда

Политика в области оплаты труда является составной частью управления предприятием, и от нее в значительной мере зависит эффективность его работы, так как заработная плата является одним из важнейших инструментов, позволяющих рационально использовать рабочую силу. При разработке политики в области заработной платы необходимо учитывать соотношение темпов роста заработной платы и производительности труда.

Можно выделить три основные модели, определяющих соотношение темпов роста производительности труда и заработной платы (рис.4.3):

- 1) рост заработной платы пропорционален росту производительности труда;
- 2) рост заработной платы отстает от роста ПТ (дигрессивная модель);
- 3) рост заработной платы опережает рост производительности труда (прогрессивная модель).

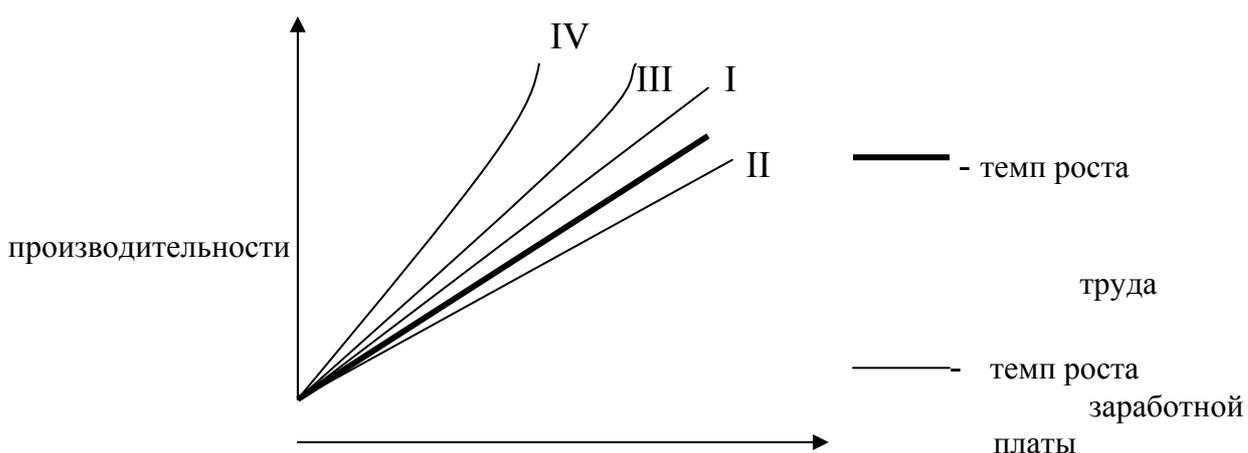


Рис.4.3. Соотношение темпов роста заработной платы и производительности труда

Первую модель (рис. 4.3, I) можно считать идеальной. В масштабах государства она не порождает инфляции, а для предприятия содержит стимул к повышению производительности труда его работников. На практике такое соотношение поддерживать трудно.

Вторая ситуация (рис. 4.3, II) не должна порождать инфляцию, но не содержит стимула к повышению производительности труда.

Если темп роста заработной платы опережает темп роста производительности труда, то такая модель стимулирует рост производительности труда, но порождает инфляцию (рис.4.3,III). Слишком высокие темпы роста заработной платы (рис. 4.3, IV) нарушают связь между

затратами труда и его оплатой, что так же приводит к снижению его производительности.

Таким образом, грамотная политика в области оплаты труда позволяет повышать его производительность, а, следовательно, эффективность использования рабочей силы.

#### **4.9. Рынок труда, занятость и безработица**

*Рынок труда (рабочей силы)* — система экономических отношений по поводу купли-продажи такого специфического товара, как рабочая сила, важная сфера экономической и социально-политической жизни общества. На рынке труда фиксируются ставки заработной платы и условия занятости.

Рынок труда, как и любой товарный рынок, основан на *спросе* и *предложении*. Спрос в данном случае выступает в форме потребности на занятие свободных рабочих мест и выполнения работ, а предложение – в наличии незанятой рабочей силы или желания изменить место работы. Спрос и предложение реализуются в конкурентной борьбе между работниками на занятие того или иного рабочего места или выполнение работы и между работодателями за привлечение нужной рабочей силы, как по своему количественному, так и качественному составу.

Со стороны спроса главным фактором, влияющим на динамику занятости, является состояние экономической конъюнктуры, фаза экономического цикла. Помимо этого серьезное влияние на потребность в рабочей силе оказывает научно-технический прогресс. На спрос и предложение рабочей силы влияет ряд факторов: демографические, миграционные, характеризующие экономическую активность разных групп населения, — на предложение рабочей силы, а состояние экономики — на спрос.

В России синонимом понятия «рабочая сила» является понятие «экономически активное население».

*Экономически активное население* — это часть населения страны, обеспечивающая предложение рабочей силы для производства товаров и услуг. Численность экономически активного населения включает занятых и безработных.

К *занятым* относятся лица, работающие по трудовому договору (контракту) на предприятии любой формы собственности, а также имеющие иную оплачиваемую работу (службу), занимающиеся предпринимательской деятельностью; самостоятельно обеспечивающие себя работой; выполняющие работы по гражданско-правовым договорам. Занятыми считаются и лица, проходящие военную службу и службу в органах внутренних дел, а также учащиеся очной формы профессионального обучения и лица, которые отсутствуют на рабочем месте по уважительной причине (отпуск, нетрудоспособность, переподготовка и др.).

К *безработным* относятся трудоспособные граждане, которые не имеют работы и заработка, зарегистрированы в органах по вопросам занятости, ищут работу и готовы приступить к ней.

Безработица – это социально-экономическое явление. Она характеризуется следующими показателями.

*Уровень безработицы* определяется как удельный вес численности безработных в численности экономически активного населения. *Продолжительность безработицы* (продолжительность поиска работы) – это промежуток времени, в течение которого лицо ищет работу, с момента начала поиска работы и до рассматриваемого периода, используя при этом любые способы.

Различается безработица естественная и вынужденная. К *естественной безработице* относятся те формы, которые неустранимы и соответствуют долговременному равновесию рынка рабочей силы, а к *вынужденной* – формы безработицы, существующие помимо естественной и повышающие общий уровень безработицы.

Естественная безработица характеризует наилучший для экономики резерв рабочей силы, способный достаточно быстро совершать межотраслевые и межрегиональные перемещения в зависимости от колебаний спроса и обусловленных им потребностей производства. Естественная безработица включает такие виды, как фрикционная, институциональная и добровольная.

*Фрикционная*, или текущая, безработица вызвана текучестью кадров, увольнениями с предприятий (учреждений) в большинстве случаев по собственному желанию и носит естественный характер.

Работники меняют место работы в поисках лучших условий труда, возможностей продвижения по службе, более высокой зарплаты и т. п. Нежелательный характер фрикционная безработица приобретает тогда, когда ее уровень превышает средний либо по отношению к показателям других стран, либо за достаточно продолжительный период в данной стране.

*Институциональная безработица* порождена правовыми нормами, особенностями устройства рынка рабочей силы, факторами, влияющими на спрос и предложение на нее.

Рынок рабочей силы инерционен и, как правило, не способен перестраиваться с той же скоростью, что и производство. Структура профессий, уровни квалификации и иные характеристики рынка труда меняются сравнительно медленно, отстают от потребностей производства, в результате чего появляется особая разновидность институциональной безработицы. Институциональной следует считать и безработицу, возникшую из-за несовершенства информации о свободных рабочих местах.

*Добровольная безработица* обусловлена тем, что среди трудоспособного населения всегда есть люди, которые по каким-то причинам не желают работать. Очевидно, что такая безработица тоже имеет признаки естественной.

Вынужденная безработица включает технологическую, структурную, региональную и скрытую формы безработицы.

*Технологическая безработица* особенно заметна в странах, где научно-технический прогресс сочетается с высоким уровнем доходов. Такая комбинация делает сокращение рабочих мест экономически эффективным, превращает его в постоянное явление.

*Структурная безработица* — нормальное явление с точки зрения логики научно-технического развития. Старые производства сокращаются, новые получают развитие. Набор кадров и их профессиональная подготовка требуют определенного времени. Высвобожденные работники не сразу трудоустраиваются, им требуется помощь как государственных органов, так и предприятий для организации профессиональной подготовки и переподготовки с учетом требований, предъявляемых на новых рабочих местах, а также оказание соответствующей материальной поддержки. Структурная безработица характеризуется тем, что предложение рабочей силы и спрос на нее постоянно оказываются в несоответствии друг с другом из-за происходящих в хозяйстве структурных изменений.

*Региональная безработица* возникает в условиях избытка рабочей силы в районах, которые в силу географических или природных факторов оказываются относительно неблагоприятными для экономической деятельности.

*Скрытая безработица* характерна в основном для стран с глубокими деформациями рыночных механизмов. Например, отсутствие стимулов к труду ведет к низкой производительности, когда работу одного человека выполняют двое. Это свидетельствует о том, что одно рабочее место лишнее, а уровень скрытой безработицы достигает 50%. В состав скрыто безработных входят люди, которые трудятся неполный рабочий день или неделю, а также те, кто отчаялся найти рабочие места и, утратив права на получение пособий, отказался регистрироваться на биржах труда. Скрытая безработица влечет за собой негативные последствия для эффективности производства, будучи верным спутником депрофессионализации, низкой дисциплины, уравниловки. Она снижает реальную заработную плату и в конечном счете противоречит интересам самих работающих.

Экономика России переживает крайне сложный переходный период, что, естественно, отражается на рынке труда. Проблемы занятости, своевременности выплат заработной платы и другие стоят очень остро. Государственная политика на рынке труда, безусловно, нуждается в совершенствовании.

Мировой опыт показывает, что основными направлениями государственного регулирования рынка труда могут быть программы по стимулированию роста занятости, увеличению числа рабочих мест, а также программы, обеспечивающие решение вопросов подготовки и переподготовки рабочей силы.

На российском рынке труда целесообразно:

- 1) повышение доступности пособия по безработице и одновременное увеличение его размера для фактически безработных; это

могло бы уменьшить боязнь сокращений и позволило бы направлять более существенные ресурсы на скорейшее трудоустройство выбывших;

2) развитие взаимоотношений работодателей со службой занятости с тем чтобы, местные центры занятости были лучше информированы о нуждах предприятий и, следовательно, могли предпринимать более адекватные действия;

3) совершенствование программ обучения работников и механизмов их реализации, что помогло бы предприятиям трудоустраивать высвобождающихся работников и удовлетворять свои потребности в кадрах той или иной квалификации;

4) развитие межрегионального движения рабочей силы путем создания для этого необходимых социальных условий (например, региональных рынков жилья).

Рыночная экономика предполагает совершенно иной, чем ранее, тип взаимоотношений между работником и работодателем и требует освоения субъектами социально-трудовых отношений новых социальных ролей и соответствующих им функций. Для работодателя это означает формирование нового отношения к оплате труда и установки на эффективное использование персонала. Для работника важное значение приобретает осознание связи между мерой труда и вознаграждением, иное отношение к профессиональному росту и трудовой мобильности. Именно развитие этих диспозиций у субъектов социально-трудовых отношений создает предпосылки для рационального использования трудовых ресурсов.

## **ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ**

### **Вопросы для самопроверки**

1. Дайте определение понятия производительности труда?
2. В чем сущность и задачи нормирования труда?
3. Какие формы и методы оплаты труда применяются на практике?
4. Что понимается под безработицей?
5. Виды безработицы.
6. Соотношение темпа роста заработной платы и производительности труда.

### **Тест**

Вопрос 1. К персоналу, занятому в неосновной деятельности завода по производству двигателей автомобиля, относятся

- 1) Работники транспортного цеха
- 2) Работники базы отдыха завода
- 3) Работники конструкторского бюро завода
- 4) Работники отдела главного механика.

Вопрос 2. Что не входит в понятие «тарифная система оплаты труда рабочих»

- 1) Тарифно-квалификационные справочники
- 2) Тарифные сетки
- 3) Тарифные ставки
- 4) Должностные оклады.

Вопрос 3. Какая информация лишняя при расчете сдельной заработной платы рабочего?

- 1) Объем фактически произведенной продукции, шт.
- 2) Тарифная ставка рабочего соответствующего разряда
- 3) Тарифная ставка работы соответствующего разряда
- 4) Норма времени на производство единицы продукции.

Вопрос 4 Единица измерения нормы выработки

- 1) час
- 2) шт./ч
- 3) ч/шт.
- 4) руб./ч.

Вопрос 5 Единица измерения нормы времени

- 1) час
- 2) шт./ч
- 3) ч/шт.
- 4) руб./ч.

Вопрос 6 Какая система используется при оплате труда вспомогательных рабочих?

- 1) Сдельно-прогрессивная
- 2) Сдельно-премиальная
- 3) Косвенно-сдельная
- 4) Аккордная.

### **Типовой пример**

#### **Задача 1**

Объем произведенной на предприятии за год продукции составил 200 тыс. т.

Рассчитайте показатели производительности труда, основываясь на данных, представленных в таблице:

Категория	Численность, чел.	Годовой фонд рабочего времени одного работника, ч
Рабочие, в т.ч.:		
основные	100	1 712
вспомогательные	50	1 768
Руководители	15	1 701
Специалисты	10	1 701
Служащие	5	1 768

### Решение

Производительность труда характеризуется показателями выработки и трудоемкости.

1. Рассчитываем показатели выработки:

а) выработка на одного производственного (основного) рабочего

$$ПТ = K / Ч = 200 / 100 = 2 \text{ тыс. т/чел.};$$

б) выработка на одного рабочего

$$ПТ = K / Ч = 200 / (100 + 50) = 1,333 \text{ тыс. т/чел.};$$

в) выработка на одного работающего

$$ПТ = K / Ч = 200 / (100 + 50 + 15 + 10 + 5) = 1,111 \text{ тыс. т/чел.}$$

2. Рассчитываем показатели трудоемкости:

а) трудоемкость технологическая

$$T = Z_{mp} / B = 100 \cdot 1 712 / 200 = 0,856 \text{ чел.}\cdot\text{ч/т};$$

б) трудоемкость производственная

$$T = Z_{mp} / B = (100 \cdot 1 712 + 50 \cdot 1 768) / 200 = 1,298 \text{ чел.}\cdot\text{ч/т};$$

в) трудоемкость полная

$$T = 3_{mp} / B = (100 \cdot 1\,712 + 50 \cdot 1\,768 + 15 \cdot 1\,701 + 10 \cdot 1\,701 + 5 \cdot 1\,768) / 200 = 1,555 \text{ чел.}\cdot\text{ч/т.}$$

## Тема 5. Экономические основы развития коммерческих предприятий. Предприятие в системе рыночных отношений.

### *5.1. Содержание и сущность экономического механизма организации (предприятия) торговли*

*Планирование - центральное звено в управлении. Виды планов торгового предприятия.*

**Планирование** — особый вид деятельности, выражающийся в выполнении различных технологических операций по составлению планов (расчет плановых показателей, их взаимосвязь, согласование, определение цен и т. д.)

**План** — документ, имеющий силу приказа для указанных в нем лиц и структурных единиц.

В плане указывается:

1. цель предприятия и его структур на плановый период, количественно выраженная системой установленных показателей с указанием конкретных видов работ, услуг и т. д.;

2. средства достижения цели;

3. методы и сроки увязки средств и целей;

4. этапы и сроки выполнения работ;

5. исполнители плана по срокам и видам работ;

6. методы, этапы и средства контроля выполнения плана.

По определению зарубежных экономистов:

Планирование — это изучение прошлого для решения в настоящем что делать в будущем.

**Планирование** — это центральное звено в управлении, т. к. оно выявляет все возможности предприятия, концентрирует ресурсы на важнейших направлениях его экономического и социального развития. Хорошо поставленное планирование должно быть научно обоснованным, комплексным, непрерывным, реальным, иногда регулируемым государством.

Научная обоснованность планов означает, что они должны составляться с учетом экономических законов, достижения научно-технического прогресса, тенденций социально-экономических процессов.

Комплексность планов означает их тесную увязку с планированием предприятий других отраслей народного хозяйства.

Непрерывность планирования предполагает ведущую роль перспективных планов, которые определяют параметры текущих планов, в результате чего добиваются сочетания первых и вторых.

Реальность планов обеспечивается разработкой оперативно-организационных мероприятий, включающих рациональное использование имеющегося оборудования, трудовых, финансовых ресурсов, внедрение прогрессивных форм обслуживания населения и т. д.

Государственное регулирование состоит в разумном сочетании государственной экономической стратегии, государственного централизованного планирования с определенной самостоятельностью торговых предприятий. Конкретно государственное регулирование проявляется в установлении контрольных цифр, стабильных экономических нормативов, государственных заказов, лимитов и т. д.

Виды планов торгового предприятия различаются по следующим признакам:

1. По срокам исполнения:

а) стратегические (очень большой срок, более 20 лет);

б) долгосрочные (15-20 лет);

в) среднесрочные (5 лет);

г) текущие (1 год);

д) оперативно-календарные;

2. По элементам назначения:

а) финансовые;

б) инвестиционные и способствующие техническому развитию;

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

г) производственные планы;

д) коммерческие и другие;

3. По уровням управления предприятием:

а) в целом по предприятию;

б) планы секций, отделов, комплексов, филиалов и т. д.

Под стратегическим планированием понимаются определенные стратегические цели развития торгового предприятия на основе прогноза его возможностей и изменения внешней среды, а также выработку программы действий по достижению этой цели.

Текущее планирование необходимо для установления краткосрочных целей торговых предприятий и тактики их достижения.

## ***5.2. Методы планирования, их сущность, содержание и возможности применения в условиях рынка.***

Методы планирования:

1. **Нормативный.** Этот метод предполагает использование технико-экономических расчетов, которые базируются на использовании прогрессивных научно-обоснованных норм и нормативов, расходовании отдельных видов ресурсов на единицу производства продукции или объема услуг (норма расхода электроэнергии, товарных запасов и т. д.).

2. **Балансовый.** Различают материальные (натуральные), стоимостные (денежные) и трудовые балансы. Они составляются по всем видам предметов потребления, денежным средствам и трудовым ресурсам. Материальные балансы имеют единицы измерения: метры, штуки, пары, литры, тонны; стоимостные — рубли; трудовые — человек.

Любой материальный баланс с помощью цен можно перевести в стоимостной. В то же время есть чисто стоимостные балансы: государственный бюджет РФ, баланс национального дохода РФ, финансовые планы торговых предприятий, баланс доходов и расходов населения.

Для торговли большое значение имеет последний баланс, на основе которого определяются равные разности сумм денежных доходов населения и нетоварных расходов. На их основе планируется объем розничного товарооборота.

3. Экономико-математический. Экономическая задача перекладывается на язык математики и решается чаще всего с применением компьютерной и другой техники.

4. Программно-целевой. Его сущность состоит в том, что разрабатывается целевая комплексная программа по решению комплексной или целевой задачи.

5. Метод принятия оптимальных решений. Его сущность состоит в том, что из множества полученных решений выбирается одно лучшее (оптимальное). Это делается с помощью специальных показателей — критериев оптимальности. В качестве таковых выступает максимальный товарооборот, максимальная прибыль, минимальные издержки.

### ***5.3. Предприятие как агент рыночной экономики***

Рынок — совокупность интересов и действий, существующих и потенциальных покупателей и продавцов, а также условий, характеризующих состояние и движение таких интересов и действий. Рынок — это механизм взаимодействия покупателей и продавцов, реализующийся через рыночные цены, взаимное соотношение спроса и предложения.

Предприятие в рыночной экономике выступает на различных рынках: производственных ресурсов и готовой продукции; ориентируется на локальный, национальный или даже международный рынки. Предприятие в рыночном механизме выступает агентом спроса и агентом предложения, предлагает свои цены потребителям и поставщикам и одновременно учитывает сложившийся на рынке уровень цен, реализует свои интересы и предложения и учитывает (в той или иной степени) предложения других рыночных агентов, строит свою рыночную стратегию и тактику в соответствии с существующим типом рыночной структуры и текущей ситуацией.

В данной главе указаны лишь некоторые исходные положения, характеризующие место предприятия в рыночной экономике. Они будут рассмотрены в последующих главах. С другой стороны, теоретические аспекты функционирования более подробно анализируются в соответствующих разделах курса микроэкономики.

#### **5.4. Место предприятия в системе рыночных отношений. Условия складывания рыночных отношений**

Рынок складывается по мере формирования определенных исторических условий, учет которых необходим при характеристике положения предприятия в рыночной экономике.

Прежде всего, это общественное разделение труда, возникновение обмена, что привело к появлению денег, которое расширяло стимулы к производству тех или иных товаров специально для продажи. В результате появилось товарное производство, т.е. производство таких изделий, которые нужны их производителю не для собственного потребления, а в качестве носителя стоимости, позволяющего получить взамен другие нужные для него предметы.

Важным условием складывания рыночных отношений является экономическая обособленность производителей. Товарный обмен обязательно предполагает стремление получить взамен своего товара эквивалентное количество другого. Такое стремление возникает вследствие экономической обособленности интересов, исторически возникшей на базе частной собственности. Впоследствии экономическая обособленность начала опираться и на коллективную собственность, тоже, однако, ограниченную каким-то определенным кругом интересов (кооперативы, хозяйственные общества, государственные предприятия и т.д.).

Но чтобы рыночное хозяйство эффективно функционировало, необходимо еще и третье условие — самостоятельность производителя, свобода предпринимательства. Осуществление внерыночного регулирования хозяйства допускается в любой системе, однако, чем меньше скован товаропроизводитель, тем больше простора для развития рыночных отношений.

#### **5.5. Самостоятельность предприятия**

Предприятие обладает самостоятельностью в организации производства и коммерческой свободой. Оно определяет пути и способы реализации своей продукции, выбирает контрагентов, с которыми будет иметь дело; экономические связи закрепляются договорами. Важным условием коммерческой свободы является также свободное ценообразование.

Независимость как исходный признак организации предприятия нельзя понимать упрощенно. В экономике абсолютной свободы производителей не существует. Предприятие имеет полную самостоятельность в том смысле, что над ним нет инстанции, управляющей его хозяйственной деятельностью. Но оно не свободно от рынка, от его жестких требований. Поэтому можно говорить лишь об определенных рамках самостоятельности.

Взаимодействует с самостоятельностью принцип личной экономической заинтересованности лиц, создавших предприятие. Предприятие в рамках рыночной экономики выступает как источник личной выгоды, и это является одним из ведущих факторов предпринимательской деятельности.

Данный фактор, непосредственным образом влияющий на деятельность предприятия, выражается в стремлении организовать работу предприятия так, чтобы получить максимально возможную прибыль. Однако особенностью товарного производства является то, что предприниматель, преследуя свою сугубо личную выгоду, тем не менее, работает на общество в конечном итоге, удовлетворяя свои интересы, создает более качественные типы продукции.

Обладая самостоятельностью, предприятие берет на себя ответственность за результаты осуществляемой деятельности. Оно отвечает за нарушение договорных, кредитных, расчетных и налоговых обязательств, продажу товаров, пользование которыми может причинить вред здоровью, и за нарушение иных правил, предусмотренных законодательством.

Помимо вышеуказанных обязательств предприятие должно быть организовано таким образом, чтобы рационально использовать имеющиеся в его распоряжении землю и другие природные ресурсы, не загрязнять окружающую среду, не нарушать правил безопасности производства, соблюдать санитарно-гигиенические нормы и требования по защите здоровья его работников.

Характерным признаком деятельности предприятия является хозяйственный риск. Рыночные отношения требуют от предприятия производства качественной и конкурентоспособной продукции. Ключевой момент, лежащий в основе хозяйственного риска, — соотношение между предполагаемыми затратами и результатами. Если цены произведенных продуктов не возмещают затрат, это значит, что либо предприниматель не сумел эффективно организовать деятельность своего предприятия, либо неблагоприятно сложилась конъюнктура. Необходимость постоянно контролировать комбинации условий производства все время заставляет изыскивать новые технологические решения, снижать себестоимость продукции и т.д.

Свобода предпринимательства, свобода выбора и личный интерес формируют отношения состязательности, конкуренции между участниками рыночного обмена.

Предприятие, осуществляя самостоятельное хозяйствование, связано через систему рыночных связей (рынки ресурсов и готовой продукции) с другими предприятиями, поставщиками и потребителями.

### ***5.6. Предприятие в различных рыночных структурах***

На поведение каждого предприятия влияет характер, тип рынка, на котором оно функционирует. Тип рынка зависит от вида продукции, количества предприятий (фирм), наличия или отсутствия ограничений на вход в отрасль и выход из нее, доступности информации о ценах, нововведениях и т.п. Различают следующие основные типы рынков или рыночных структур: чистая (совершенная) конкуренция, монополия, монополистическая конкуренция, олигополия.

Чистая (совершенная) конкуренция возникает при определенных условиях:

- наличие множества мелких фирм, предлагающих на рынке однородную продукцию. Для потребителя безразлично, у какой конкретно фирмы он приобретает эту продукцию;
- доля каждого предприятия на рынке отрасли незначительна, так что ни одно из них не способно сколько-нибудь существенно влиять на цену продукта;
- фирма может свободно, без ограничений входить и выходить из отрасли;
- фирма без ограничений имеет возможность получить любую информацию о ценах на товары и ресурсы, о затратах, качестве товаров, технике производства и т.д.

Конкуренция, при которой не выполняется хотя бы один из принципов совершенной конкуренции, называется несовершенной.

Полной противоположностью совершенной конкуренции является чистая монополия. В условиях чистой монополии в отрасли действует только одно предприятие, т.е. границы фирмы и отрасли совпадают. Чистая монополия обычно возникает там, где выпускаемый предприятием продукт является в известном смысле уникальным, отсутствуют его аналоги или близкие заменители (субституты). Причиной возникновения монополии может быть наличие барьеров для вступления в отрасль. Барьеры могут носить экономический (например, исключительное право предприятия на какой-либо производственный ресурс, патент на изобретение или технологию) или административный характер (например, необходимость получения лицензии на осуществление определенных видов деятельности).

Если в условиях совершенной конкуренции предприятие выбирает только объем производства, цена задается внешним образом и предприятие вынуждено приспосабливаться к ней, то в условиях монополии предприятие-монополист не только определяет собственный объем производства, но и устанавливает цену. Не следует, однако, преувеличивать и силу монопольной власти отдельного предприятия. Даже чистая монополия вынуждена считаться с потенциальной конкуренцией. Конкуренция может обостриться в связи с нововведениями, появлением товаров-заменителей, импортом аналогичных товаров, а также межотраслевой «борьбой за рубль потребителя» — конкуренцией со стороны производителей различных благ, каждый из которых стремится увеличить долю своих товаров в потребительском бюджете.

Монополистическая конкуренция возникает там, где в отрасли действуют десятки предприятий, производящих разнообразную дифференцированную продукцию. Дифференциация продуктов может основываться не только на различиях в качестве товара, но и на тех услугах, которые связаны с его обслуживанием. Причинами выбора покупателя могут быть привлекательная упаковка, наличие купона, обеспечивающего скидку цены, более удачное расположение или время работы магазина. Важное

значение поэтому приобретает не только цена, но и неценовые факторы: реклама, условия продажи, наличие или отсутствие гарантийного ремонта, возможность покупки в рассрочку и т.п.

В условиях монополистической конкуренции нет высоких барьеров для вступления новых предприятий в отрасль. Легкость вступления не означает, однако, полного отсутствия каких-либо барьеров. Ими могут быть патенты, торговые марки и т.п., но в отличие от чистой монополии они не носят исключительного характера, поскольку патентуются товары-субституты.

При значительной дифференциации производимой продукции трудно найти два предприятия, производящих совершенно аналогичный продукт или услугу. Границы отрасли нередко оказываются размытыми. Каждое предприятие проводит самостоятельную ценовую политику и осуществляет товарную стратегию, а с другой стороны, тайный сговор между ними и проведение единой рыночной политики затруднительны, как практически невозможны предсказание и учет действий всех участников монополистической конкуренции.

Монополистическая конкуренция широко представлена в отраслях, производящих предметы потребления, и в сфере услуг.

Олигополия — рыночная структура, при которой в отрасли действует ограниченное число продавцов, а вход в отрасль новых предприятий ограничен высокими барьерами. Олигополия может возникать в отраслях, производящих как стандартизованные товары (алюминий, медь), так и дифференцированные (автомобили, стиральные порошки, сигареты, электробытовые приборы).

В условиях олигополии несколько предприятий контролируют основную часть рынка. Обычно выделяют жесткую (классическую) олигополию, при которой главную роль играют 3-4 фирмы, и мягкую (аморфную) олигополию, когда основная часть продукции выпускается 6-8 предприятиями.

Олигопольная ситуация обычно порождается наличием высоких барьеров для вступления в отрасль. Они могут быть связаны с эффектом масштаба — экономически эффективным в ряде отраслей (например, в автомобильной промышленности) оказывается только крупномасштабное производство, патентной монополией (например, в наукоемких отраслях), монопольным контролем над редкими источниками сырья (например, в нефтедобыче), высокими расходами на рекламу (например, в производстве прохладительных напитков или шоу-бизнесе), другими естественно сложившимися или искусственно созданными барьерами.

Характерной особенностью олигополии является высокая взаимозависимость — число предприятий настолько ограничено, что каждое из них вынуждено при формировании экономической политики (принятии решений по ценам и объему производства) принимать во внимание реакцию со стороны конкурентов.

В условиях олигополии возможны два варианта поведения предприятия: некооперативное и кооперативное. При некооперативном

поведении каждое предприятие самостоятельно решает проблемы определения цены и объема производства, не оглядываясь на действия или возможную ответную реакцию со стороны других фирм отрасли. Такое поведение может быть характерно для «ведущей фирмы», которая осуществляет контроль более чем на половине рынка, или для предприятия, начинающего ценовую войну. Ценовая война — постепенное снижение существующего уровня цен с целью вытеснения конкурентов с олигополистического рынка.

При кооперативном поведении предприятия - олигополисты учитывают и согласовывают рыночные стратегии и тактики. Одни фирмы пытаются предвидеть поведение соперников, другие предпочитают действовать сообща, договариваясь о единой политике цен, о разделе рынков сбыта и т.п. Стремление предприятий к совместным действиям находит свое отражение в образовании картелей, негласных соглашениях или даже в простом следовании за ценовым лидером и отрасли. Если между участниками соглашения достигается твердая договоренность о ценах, разделе рынка и других способах ограничения конкуренции, то олигополия фактически превращается в чистую монополию.

Укажем также на некоторые другие формы несовершенной конкуренции, с которыми может столкнуться предприятие на различных рынках.

Самым «плохим» для потребителя случаем является рыночная ситуация, при которой монополия практикует ценовую дискриминацию. Ценовая дискриминация состоит в том, что одинаковые товары монополия продает разным потребителям по разным ценам.

Цены могут различаться в зависимости от дохода потребителя, объема потребления, времени покупки и т.п., т.е. их различия никак не связаны с различием издержек (затрат на производство). Предприятия, использующие ценовую дискриминацию, обычно присваивают часть потребительского излишка.

Совершенно иная ситуация складывается для потребителя в условиях монополии — монополии со стороны покупателя. Покупатель-монополист имеет возможность покупать предлагаемые экономические блага по наиболее низкой цене.

Особой ситуацией является двусторонняя монополия. Двусторонняя монополия — рыночная структура, при которой монополисту противостоит монополист (единственный продавец сталкивается с единственным покупателем).

### ***5.7. Предприятие в рыночном механизме. Общая характеристика рыночного механизма***

Рынок представляет собой социальный (общественный) организм, обеспечивающий постоянную связь между производителями и потребителями экономических благ через процесс взаимного приспособления (выравнивания) спроса и предложения, формирования рыночных

цеп. Основными составляющими рыночного механизма являются спрос, предложение и цена.

**Спрос.** Спрос характеризует желание (и возможность) потреби гелей купить определенное количество товара по определенной цене.

Спрос зависит от различных факторов; наиболее отчетливо проявляется зависимость спроса от цены: чем ниже цена блага, тем большее его количество (при прочих равных условиях) готовы купить потребители, тем выше на него спрос.

Кроме цены на спрос влияют и другие факторы: увеличение (или сокращение) доходов потребителя; изменение вкусов и предпочтений; ценовые и дефицитные ожидания; колебание расходов на рекламу; изменение цен на товары-заменители (товары-субституты) и дополнительные (комплементарные) блага; число потребителей в отрасли и др.

Для анализа функциональных зависимостей спроса в экономической теории используются понятия закона спроса и функции спроса.

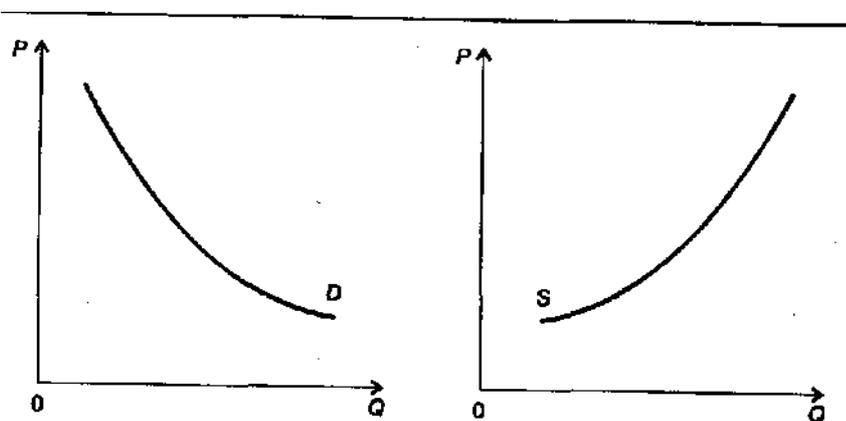


Рис. 5.1. Кривая спроса P — цена; Q — спрос

Рис. 5.2. Кривая предложения P — цена; Q-предложение

Закон спроса показывает обратную связь между ценой и количеством покупаемого продукта. Функция спроса - функция, определяющая величину спроса в зависимости от влияющих на него факторов. В общем виде

$$Q_d = F(P, I, T, P_{sub}, P_{com}, N, B),$$

где  $Q_d$  - величина спроса;  $P$  - цена товара;  $I$  - уровень дохода потребителей;  $T$  — количественное выражение предпочтений (вкусов и ожиданий) потребителей;  $P_{sub}$  - цена на товары-субституты;  $P_{com}$  — цена на комплементарные товары;  $N$  — количество потребителей;  $B$  — прочие факторы.

Зависимость спроса от различных факторов может быть проиллюстрирована графически, для чего обычно строится кривая спроса (рис. 5.1).

Кривая спроса — кривая, показывающая, какое количество экономического блага покупатели готовы купить по разным ценам в данный

момент времени. Изменение цен означает движение по кривой спроса; воздействие неценовых факторов сдвигает кривую спроса вправо или влево.

**Предложение.** Предложение - количество экономического блага, которое продавцы готовы предложить потребителям по определенной цене. Предложение товаров также неразрывно связано с ценой, но зависимость эта прямая: чем выше цена, тем больше товара (при прочих равных условиях) готовы предложить продавцы.

Прямая связь между ценой и количеством предлагаемого продукта называется законом предложения. Зависимость количества произведенных благ от уровня цен графически иллюстрируется с помощью кривой предложения (рис. 5.2). Кривая предложения — кривая, показывающая, какое количество экономического блага производители готовы продать по разным ценам в данный момент времени. Изменение цены означает движение по кривой предложения. Кроме цены на предложение влияют и другие факторы:

изменение технологии производства (если вводится более совершенная технология, то снижаются издержки и выпускается больше продукции);

изменение ресурсных цен (снижение цен на ресурсы ведет к увеличению предложения товара);

изменение налогов и субсидий (повышение налогов снижает величину предложения, а субсидии приводят к расширению производства);

изменение числа товаропроизводителей (чем больше их, тем больше количество предлагаемого товара);

- ценовые и дефицитные ожидания агентов рыночной экономики.

Функция предложения определяет предложение в зависимости от влияющих на него факторов. В общем виде

$$Q_s = F(P, P_r, T, K, N, B)$$

где  $Q_s$  — величина предложения;  $P$  — цена товара;  $P_r$  — цена ресурсов;

$T$  — налоги и субсидии;  $K$  — уровень технологии;  $N$  — количество продавцов;  $B$  — прочие факторы.

Изменение неценовых факторов приводит к сдвигу кривой предложения вправо или влево.

**Равновесная цена.** Рынки передают информацию в форме цен продавцам и покупателям товаров и услуг. Продавцы и покупатели планируют свою деятельность на основе этой информации и своих знаний. Как показывают кривые спроса и предложения, при каждой цене люди планируют купить или продать определенное количество товара.

На рынке существует много продавцов и покупателей, каждый из которых планирует свои действия независимо от других. В результате на рынке возможны ситуации, когда количество товаров, которое потребители планируют купить, больше или меньше, чем количество товаров, которое производители товаров желают продать по существующей цене.

Если же суммарное количество товара, предложенное производителями, совпадает с количеством товара, которое потребители планируют купить, то на рынке существует равновесие.

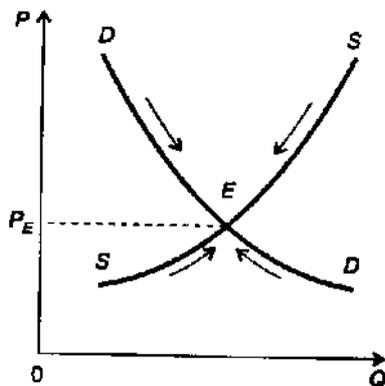


Рис. 3.3. Рыночное равновесие  
 $E$  — точка равновесия;  
 $P_E$  — равновесная цена

Равновесие достигается под влиянием конкурентной среды рынка, иначе говоря, на конкурентном рынке равновесная цена и соответствующее ей количество товара определяются рыночным спросом и предложением. При этом на рынке отсутствуют тенденции изменения цен и количества товаров.

Как показано на рис. 5.3, любой избыток товара, т.е. товарный излишек, толкает цену товаров вниз, к точке равновесия  $E$ . Любой товарный дефицит, нехватка товаров на рынке будут толкать цену товаров вверх, к точке равновесия спроса и предложения  $E$ . В конечном итоге установится равновесная цена  $P_E$ , по которой будет продаваться ( $Q_E$  товаров на рынке).

Способность конкурентных сил спроса и предложения устанавливать цену на уровне, на котором решения о продаже и покупке взаимно соответствуют, называется уравнивающей функцией цен. Равновесная цена разгружает рынок, не оставляя обременительный товарный излишек у продавцов и не создавая нехватки товаров для потенциальных покупателей.

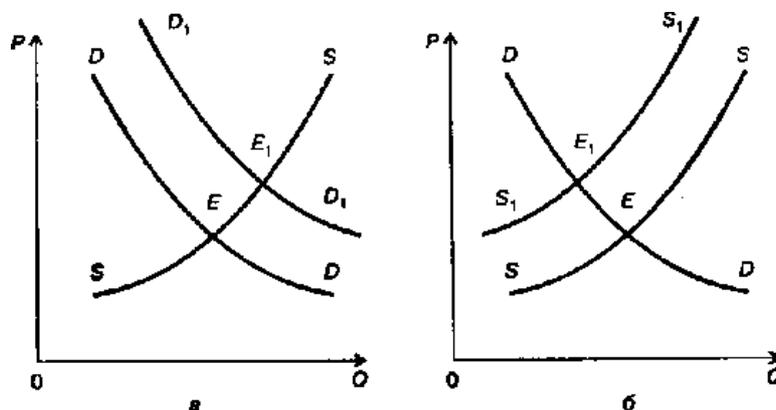
Если спрос растет, т.е. при неизменном предложении товаров происходит смещение всей кривой спроса вверх, то устанавливается новый, более высокий уровень равновесной цены и новый, больший объем продаж товаров. И наоборот, при снижении спроса, но при неизменном предложении кривая спроса смещается влево вниз, что ведет к установлению более низкого уровня равновесной цены и меньшего объема продаж (рис. 5.4).

Равновесие — закон для каждого конкурентного рынка; благодаря ему поддерживается равновесие экономической системы в целом.

Рыночный механизм обеспечивает согласование интересов товаропроизводителей (продавцов) и потребителей (покупателей): под влиянием изменений спроса производители изменяют объемы производства, а цены гибко реагируют на эти изменения. На рынке существует конкуренция, также влияющая на спрос и предложение. На рынке происходит процесс приспособления друг к другу потребителей и производителей, и каждый раз,

когда равновесие на рынке по тем или иным причинам нарушается, для изменившихся условий складываются новая рыночная цена и новый объем производства.

Рис. 5.4. Равновесная цена при изменяющемся спросе и неизменном предложении (а) и изменяющемся предложении и неизменном спросе (б)



**Эластичность.** Понятие эластичности играет важную роль в изучении возможных реакций продавцов и покупателей на изменение цен.

Эластичность спроса относительно цены (по пенс) показывает относительное изменение объема спроса под влиянием изменения цены на 1%:

$$E_d = (Q_1 - Q_0 / Q_1 + Q_0) * (Q_1 + Q_0 / P_1 - P_0)$$

где  $E_d$  — ценовая эластичность спроса;  $Q_0, Q_1$ , — спрос до и после изменения цены;  $P_0, P_1$  — цена до и после изменения. Спрос называют эластичным, если  $E_d > 1$  (спрос растет или снижается быстрее цены), и неэластичным, если  $E_d < 1$ . Если изменение цены не вызывает никакого изменения спроса, то  $E_d = 0$ . Факторы, влияющие на ценовую эластичность спроса:

1) наличие товаров-субститутов: чем больше товаров-заменителей, тем эластичнее спрос на товар;

качество товара: чем выше качество товара, тем менее эластичен спрос на него;

степень необходимости товара: спрос на большинство предметов первой необходимости неэластичен, на предметы роскоши — эластичен;

удельный вес блага в бюджете потребителя: чем выше удельный вес, тем, как правило, выше ценовая эластичность спроса;

5) размеры запаса: чем он больше, тем более эластичен спрос;

6) ожидания потребителей;

7) размер дохода.

Для более точного учета последнего фактора нередко используется показатель эластичности спроса по доходу:

$$E1=(Q1-Q0/Q1+Q0)*(I1+I0/I1-I0)$$

где  $E1$  — эластичность спроса по доходу;  $Q1, Q_0$  — спрос до и после изменения дохода;  $I1, I_0$  — доход до и после изменения. Для определения степени влияния на величину спроса на данный товар изменения цены другого блага рассчитывается показатель перекрестной эластичности спроса:

$$E_c=(Q1^a - Q_0^a / Q1^a + Q_0^a)*(P1^b + P_0^b / P1^b - P_0^b)$$

где  $E_c$  — перекрестная эластичность спроса;  $Q1, Q_0$  — спрос на благо А до и после изменения цены на благо Б;  $P1, P_0$  — цена блага Б до и после изменения.

Для товаров-субститутов коэффициент перекрестной эластичности будет положительным, для комплементарных благ — отрицательным.

Эластичность предложения по цене показывает относительное изменение объема предложения под влиянием изменения цен на 1%:

$$E_s=(Q1 - Q_0 / Q1 + Q_0)*(P1 + P_0 / P1 - P_0)$$

$E_s$  — ценовая эластичность предложения;  $Q1, Q_0$  — предложение до и после изменения цены;  $P1_x$  и  $P_0_0$  — цены до и после изменения. Так же как спрос, предложение может быть абсолютно эластичным (график — прямая, параллельная горизонтальной оси) и абсолютно неэластичным (график — прямая, параллельная вертикальной оси).

Эластичность предложения зависит от ряда факторов:

1) возможности длительного хранения товара и стоимости хранения товара. Для товара, который не может храниться длительное время (например, свежая рыба), эластичность предложения будет низкой. То же самое относится и к дорогостоящей продукции;

2) особенностей производственного процесса. Если производитель товара может легко расширить его производство при повышении цены либо переключиться на выпуск другой продукции при понижении его цены, то предложение этого товара является эластичным;

3) продолжительности периода существования изменившихся цен. Производитель не в состоянии мгновенно реагировать на изменение цены, так как ему требуется определенное время, чтобы нанять дополнительных рабочих, закупить оборудование, сырье и т.д. (расширение производства) либо уволить рабочих, рассчитаться по банковскому кредиту и т.д. (сокращение производства).

Предложение, поскольку оно связано с изменением производственного процесса, медленнее реагирует на изменение цены, чем спрос. Поэтому в определении показателя эластичности фактор времени является определяющим.

Обычно при оценке протяженности временных периодов выделяют краткосрочный, среднесрочный и долгосрочный период.

Краткосрочным называется период, в течение которого нет возможности для осуществления фирмой каких-либо изменений в объеме выпускаемой продукции. Среднесрочный период дает возможность увеличения или сокращения объема производства на имеющихся производственных мощностях. В течение долгосрочного периода возможно расширение или сокращение предприятием своих производственных мощностей. С ростом протяженности периода эластичность предложения будет расти.

### **Спрос предприятия**

Предприятие предъявляет спрос на различные факторы производства — необходимые для производства экономических благ элементы. Спрос предприятия на ресурсы зависит от спроса потребителей на продукцию предприятия: чем выше спрос на продукцию, тем выше спрос на ресурсы. С этой точки зрения спрос предприятия носит производный характер.

Основные положения о закономерностях формирования спроса предприятия сформулированы в теории фирмы. Напомним ее основные постулаты.

Экономическая деятельность предприятия может быть описана производственной функцией:

$$Q=f(F_1, F_2 \dots F_n)$$

где  $Q$  — объем производства;  $F_1 \dots F_n$  — количества использованных факторов производства.

Производственная деятельность предприятия может сопровождаться увеличением использования одного фактора или одновременно нескольких факторов производства. С ростом использования одного фактора (при неизменности остальных) наступает момент, когда дополнительное применение фактора ведет к снижению сначала относительного, а затем и абсолютного объемов выпуска продукции. Увеличение использования одного фактора приводит к последовательному снижению его отдачи — в этом заключается закон убывающей предельной производительности (закон убывающей отдачи). При одновременном применении различных факторов может иметь место убывающая, постоянная и возрастающая отдача. При постоянной отдаче увеличение объема продукции осуществляется теми же темпами, что и увеличение затрат, при возрастающей — объем выпуска увеличивается более быстрыми темпами, чем прирост затрат всех использованных для производства ресурсов.

Предельная производительность ресурса (прирост продукта, полученный в результате использования дополнительной единицы переменного фактора) является мерой его вклада в продукт. Расширение использования ресурса продолжается до тех пор, пока его предельная производительность является положительной величиной. Если от натуральных показателей (объема производства) перейти к денежным (пенам и доходу или выручке от продажи продукта), то получим, что ресурс будет использоваться в производстве до тех пор, пока предельная доходность ресурса (прирост

дохода, полученный от вовлечения в производство дополнительной единицы) будет больше (или равен) его предельных издержек.

Предприятие, разрабатывая рыночную стратегию и производственную программу, может перебирать разные варианты комбинации ресурсов и объема выпуска продукции. Общее правило заключается в том, что предприятие всегда стремится к достижению наилучшего результата: если объем использования ресурсов известен, то максимизируется результат (объем производства, выручка от продажи); если известен результат, которого необходимо достичь, — минимизируется объем ресурсов.

Предприятие рассматривает различные варианты комбинаций применяемых ресурсов до того момента, пока отдача всех факторов не сравняется (последняя денежная единица — рубль, доллар и т.п.. затраченная на каждый ресурс, дает одинаковую отдачу). Для конкурентных рынков это правило может быть сформулировано и таким образом: каждый ресурс используется до тех пор, пока его предельный продукт в денежном выражении не станет равен цене.

### **Предложение предприятия**

Предложение предприятия формируется с учетом трех групп факторов: предъявляемым платежеспособным спросом потребителей его продукции; имеющимся и потенциальным (планируемым) уровнем издержек производства (затрат предприятия на производство блага); общей рыночной ситуацией и повелением конкурентов.

Современная экономическая наука имеет достаточно разработанную теорию поведения потребителя, описывающую закономерности формирования спроса потребителей. Напомним вкратце ее основные постулаты.

Потребитель покупает какое-либо благо потому, что ожидает получить от него удовлетворение своей потребности. Способность блага удовлетворить одну или несколько человеческих потребностей называется полезностью блага.

Полезность блага при условии постоянства вкусов потребителя изменяется с изменением количества потребляемого блага — потребляемые последовательно части какого-либо блага обладают для потребителя убывающей полезностью. Максимум удовлетворения потребностей достигается в том случае, когда предельная полезность блага (добавочная полезность или удовлетворение, извлекаемое потребителем из одной дополнительной единицы конкретной блага) будет равна нулю.

В теории потребительского выбора потребитель не пресыщен ни одним из экономических благ, т.е. предельная полезность всех экономических благ всегда положительна.

Теория, далее, исходит из постоянства и определенной согласованности вкусов потребителя. Покупатели прекрасно представляют предельную полезность всех благ, что позволяет им при существующих предпочтениях сравнивать и классифицировать все наборы потребительских благ и услуг. Предпочтения потребителя транзитивны, иными словами, если

потребитель предпочитает набор благ А набору благ />, а набор Б — набору />, то он также предпочтет набор А набору Я. Данное положение объясняет рациональность поведения потребителя.

Покупатель предпочитает большее количество товара минимуму он согласен отказаться от небольшого количества блага А, если ему предложат большее количество блага-субститута.

Денежный доход потребителя всегда ограничен, поэтому потребитель стремится максимизировать совокупную полезность всех потребляемых благ через их различные комбинации. Функция полезности максимизируется в том случае, когда денежный доход потребителя распределяется таким образом, что каждая последняя денежная единица (рубль, доллар и т.п.), затраченная на приобретение любого блага, приносит одинаковую предельную полезность. При этом пены на потребительские блага не зависят от количества приобретаемых благ.

Учет закономерностей формирования потребительского выбора очень важен для предприятия, разрабатывающего ту или иную товарную стратегию. Кроме того, предприятие должно попытаться максимально точно определить функциональные зависимости спроса на производимый продукт от различных факторов. Этому может способствовать расчет соответствующих коэффициентов эластичности спроса (по цене, по доходу, а также перекрестной эластичности). Для более подробного анализа важен учет и иных характеристик спроса на товар (этап жизненного цикла спроса, наличие различных социальных эффектов — эффект присоединения к большинству, эффект сноба и т.п.).

Качественные и количественные оценки существующего и потенциального спроса на продукт позволяют предприятию принимать решения относительно возможного изменения объема продукции, установления того или иного уровня цен, максимального размера издержек и ожидаемой прибыли.

Более подробно практическое применение основных постулатов теории фирмы и теории потребительского выбора будет рассмотрено при анализе соответствующих аспектов деятельности предприятия.

## **ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ**

### **Вопросы для самопроверки**

1. Дайте определение понятия «планирование».
2. Какие виды планов Вы знаете?

3. Назовите методы планирования. Какой из методов имеет большее значение для торговли?
4. Назовите функции предприятия в рыночной экономике?
5. Как складывались рыночные отношения?
6. Назовите основные типы рынка и их характеристики.
7. Дайте определение понятию «спрос». Какие факторы на него влияют?
8. Дайте определение понятию «предложение». Какие факторы на него влияют?
9. Сформулируйте закон спроса и предложения.

## Тест

Вопрос 1. Какие три подсистемы включает в себя система планирования?

- 1) стратегическое, долгосрочное, среднесрочное +
- 2) оперативное, текущее, стратегическое
- 3) финансовое, производственное, коммерческое

Вопрос 2. Какой метод планирования предполагает использование технико-экономических расчетов?

- 1) нормативный +
- 2) экономико-математический
- 3) балансовый

Вопрос 3. Что является характерным признаком деятельности предприятия?

- 1) свобода предпринимательства
- 2) хозяйственный риск +
- 3) самостоятельность в организации производства

Вопрос 4. Эластичность предложения зависит от:

- 1) изменения числа товаропроизводителей
- 2) изменение ресурсных цен
- 3) особенностей производственного процесса +

Вопрос 5. К основным постулатам теории фирмы относятся:

- 1) потребитель покупает какое-либо благо потому, что ожидает получить от него удовлетворение своей потребности
- 2) экономическая деятельность предприятия может быть описана производственной функцией, зависящей от объема производства и количества использованных факторов производства +
- 3) экономическая деятельность предприятия может быть описана производственной функцией, зависящей от цены товара, цены ресурсов, налогов и субсидий, уровня технологий и прочих факторов.

Вопрос 6. Теория потребительского выбора подразумевает...

- 1) максимум удовлетворения потребностей достигается в том случае, когда предельная полезность блага будет равна нулю +
- 2) предельная производительность ресурса мерой его вклада в продукт
- 3) функцию, зависящую от цены товара и уровня дохода потребителей

## **Тема 6. Основные показатели развития: товарооборот, прибыль. Издержки обращения на предприятии.**

### ***6.1. Сущность товарооборота***

Объектом рыночной деятельности является товар. Его покупают и продают, в этом смысл рынка. Довести товар от производителя к потребителю и удовлетворить тем самым потребности последнего — главная цель маркетинга.

Товар — предмет (материально-вещественный и интеллектуальный продукт) или действие (т. е. услуга), обладающие полезными (потребительскими свойствами (потребительской ценностью) и предназначенные для продажи.

Рыночный процесс проявляется в том, что товар, обмениваемый на деньги, должен сменить своего собственника: от продавца перейти к покупателю, причем покупатель может оказаться и конечным потребителем товара, и всего лишь торговым посредником, помогающим довести товар от сферы производства до сферы потребления. Однако со сменой владельца возникает и необходимость физического перемещения товара, хотя оно может по времени и месту не совпадать с моментом продажи (обмена товара на деньги). Более того, товар может сменить одного владельца или даже нескольких, не изменяя своего местонахождения, и, наоборот, может быть перевезен со склада на склад, не будучи проданным. Сущность товародвижения заключается в сочетании физического и экономического процессов перехода товара из сферы производства в сферу товарного обращения и из последней — в сферу потребления. Товар произведен в Москве, но предназначен для продажи жителям Санкт-Петербурга, поэтому доставлен в этот город; куплен он был в Москве фирмой, расположенной в Твери, продан же в магазинах Санкт-Петербурга.

Физическое движение товара заключается в его, территориальном перемещении — из одного географического пункта в другой. Движение в экономическом пространстве состоит в переходе товара от одного владельца к другому, в смене прав собственности на товар.

Товародвижение — это перемещение товара в пространстве (географическом и экономическом).

Товародвижение предусматривает потенциальную возможность многократного (многозвенного) перехода товара от одного владельца к другому. Сложность и многозвенность процесса товародвижения вызывают необходимость его дифференцированного изучения по отдельным этапам и звеньям. Выделение этапов товародвижения основывается на признаках завершенности процесса и размера партии товара. В товародвижении (и

соответственно в торговой деятельности) выделяются два этапа: первый — оптовый, где перемещаются и меняют владельца крупные партии товара, а покупателями (как торговыми посредниками, так и потребителями, производственными и массовыми) являются юридические лица, достаточно крупные предприятия; второй — розничный, где товары в размерах, достаточных для личного потребления, переходят к индивидуальным потребителям, населению. Соответственно товарооборот тоже делится на две категории: оптовый и розничный.

Товарооборот характеризует объем продажи и покупки товаров в стоимостных единицах, реже — в натуральных. Бесплатная передача продукта или услуги (предоставление, помощь, перемещение) товарооборотом не является. В узком смысле под товарооборотом понимают только куплю-продажу продукта, при этом продажа услуг выделяется, самостоятельно.

Между понятиями товародвижения и товарооборота существует неразрывная связь, они невозможны друг без друга. Движение товара в экономическом пространстве (переход товара от одного владельца к другому) совершается в форме товарооборота, обмена товара на деньги.

Товарооборот представляет собой процесс купли-продажи, обмена товара на деньги. В его основе лежит уступка права собственности на товар в обмен на его денежный эквивалент

В товарообороте всегда имеются два полюса: покупатель и продавец; покупка есть в то же время продажа. Однако в статистике рынка, как правило, товарооборот рассматривается с позиции продавца и в анализе интерпретируется в качестве синонима продажи. Исключение составляет характеристика покупки товаров отдельными группами населения.

Товарооборот – общая стоимость товаров, реализованных населению и другим потребителям в денежном выражении. Товарооборот измеряется в рублях, может вычисляться за различные промежутки времени, наибольший интерес представляют дневной, месячный, квартальный, годовой товарооборот. В зависимости от типа торгового предприятия, товарооборот может быть оптовым и розничным.

Структура товарооборота – это его деление по товарным группам или по отдельным товарам. Торговая надбавка для розничного торгового предприятия – это разница между розничной и оптовой ценой товара, для оптового – разница между оптовой ценой и ценой производителя продукции.

Товарооборот является основным показателем развития предприятия. Он рассматривается как показатель объема товарной массы и как показатель размера торгового предприятия, как показатель денежной выручки торговле-сбытового предприятия (фирмы) за проданные товары, т. е. как финансово-экономический эффект торговой деятельности, и как показатель размера

денежных расходов покупателей на приобретение товаров, а также как показатель потребления товарной массы.

Товарооборот измеряется в стоимостных единицах и в натуральном выражении. В стоимостных единицах величина товарооборота ( $O$ ) зависит от количества проданных товаров ( $q$ ) и цены единицы товара ( $p$ ), т. е. в формализованном виде соответствует произведению:  $O = p \cdot q$

Товарооборот — совокупность актов купли-продажи.

Следовательно, по своей сущности товарооборот — показатель синтетический, поскольку он складывается из отдельных актов купли-продажи, продаж отдельных товаров, товарооборота всех регионов. Анализ товарооборота, естественно, предусматривает и обратную процедуру: его разложение на структурные составляющие.

Самостоятельно рассматриваются товарооборот (сбыт и реализация) средств производства, товарооборот предметов потребления и продажа услуг. Выделяется сбыт товаров (т. е. продажа товара производителем, или товарооборот производителей), он соответствует понятию товарной массы, вовлеченной в сферу товарного обращения. Самостоятельное место в статистике занимает товарооборот закупочных предприятий и организаций (объем закупок), в нем выделяется объем государственных, кооперативных и частных закупок продукции сельского хозяйства. Товарооборот предприятий торговой отрасли представляет собой торгово-посреднический товарооборот. На макроуровне может быть использован сводный показатель общего объема товарооборота, включающего все названные элементы. Он может быть использован для оценки роли сферы товарного обращения в экономике (доля товарооборота в валовом внутреннем продукте), для оценки места (ранга) уровня личного потребления в экономике (доля расходов на покупку потребительских продуктов и услуг в общем объеме валового внутреннего продукта) и др.

С процессом товародвижения непосредственно связан показатель, характеризующий участие в рыночном процессе торговых посредников, который называется валовым товарооборотом.

Сумма всех продаж товара на пути движения от производителя к потребителю образует валовой товарооборот.

Размер валового товарооборота прямо пропорционален числу перепродаж, т. е. он включает повторный счет и не отражает реального объема проданных товаров. Реальный объем товаров, «путешествующих» по каналу товародвижения, характеризуется конечной продажей товара, называется чистым товарооборотом.

Чистый товарооборот — товарооборот, освобожденный от повторного счета, равный конечной продаже товара.

Конечная продажа означает, что данная партия товара больше продаваться не будет. Это означает в масштабах всей торговли, что, товар вышел за границу сферы товарного обращения, а в масштабе отдельного региона, отдельного канала товародвижения, отдельной фирмы — что товар продан за их пределы и в данном регионе (канале, фирме) больше продаваться не будет.

Розничная продажа представляет собой акт обмена денег на товар и услуги. Согласно «Инструкции по учёту розничного товарооборота и товарных запасов в торговле», розничным товарооборотом является продажа потребительских товаров населению, юридическим лицам и их обособленным подразделениям. Продажа товаров осуществляется за наличный расчёт, по безналичному расчёту или посредством кредитных карточек.

Розничным товарооборотом является продажа товаров населению через специально организованную торговую сеть, рынки, а также непосредственно на предприятиях, в организациях, учреждениях. Продажа по безналичному расчёту непродовольственных товаров юридическим лицам и их обособленным подразделениям, включая организации социального назначения в объёме розничного товарооборота не учитывается и входит в состав общего объёма оборота предприятия торговли.

В розничном товарообороте учитывается продажа потребительских товаров:

- физическими лицами, осуществляющими продажу товаров.

Обособленными подразделениями юридических лиц являются представительства и филиалы юридического лица. Юридические лица, их обособленные подразделения, данные об объёме розничного товарооборота представляют в органы статистики по месту нахождения предприятия торговли.

В розничный товарооборот включается продажа товаров в ценах фактической реализации по моменту отпуска товаров покупателям независимо от времени уплаты денег и сдачи торговой выручки в банк. Объём розничного товарооборота определяется строго за отчетный период.

Розничный товарооборот делится на товарооборот розничной торговли и оптовой. Товарооборот — количественный показатель, характеризующий объём продаж. Розничный товарооборот представляет собой заключительную стадию движения потребительских товаров из сферы обращения в личное потребление путём их обмена на денежные доходы.

Товарооборот выражает экономические отношения, возникающие при реализации собственной продукции, покупных товаров, оказания услуг по организации.

Сумма оборота от реализации продукции производства (розничного и оптового) от реализации выкупных товаров образует общий оборот, то есть валовой. Валовой товарооборот характеризует полный объём производственной и торговой деятельности предприятия. По отношению к нему планируют и учитывают другие показатели: издержки производства и обращения, расходы на оплату труда, прибыль и др. Товарооборот планируют и учитывают в розничных ценах, включая наценку.

Роль и значение товарооборота как экономического показателя заключаются в следующем:

- товарооборот является объёмным показателем, характеризующим масштабы деятельности предприятия;
- по удельному весу товарооборота предприятия в товарообороте региона отрасли можно судить о доли предприятия на рынке;
- товарооборот в расчёте на душу населения характеризует один из аспектов жизненного уровня населения;
- по доле товарооборота предприятия, в товарообороте региона определяется предприятие-монополист (оно считается таковым, если удельный вес товарооборота предприятия в товарообороте региона превышает 30%);
- по отношению к товарообороту учитываются, анализируются и планируются показатели, оценивающие эффективность деятельности предприятия (**товарооборачиваемость, рентабельность, уровень издержек** и др.).

## ***6.2. Состав товарооборота***

В состав розничного товарооборота торговой сети включается:

### **1.1. Продажа товаров населению:**

а) за наличный расчет, по кредитным, пластиковым карточкам банков, электронным картам, расчетным чекам сберегательных банков, по перечислениям со счетов вкладчиков банков по их поручениям, включая ссуды молодым семьям на приобретение товаров за иностранную валюту, в том числе по перечислениям с валютных счетов населения; продажа товаров на борту самолетов, в пассажирских поездах, с аукционов, через комиссионные магазины, реализация товаров непосредственно производителями, с оплатой через кассу предприятия;

б) в кредит с рассрочкой платежа, при этом в объём товарооборота включается полная стоимость товаров по ценам фактической реализации по моменту получения товара покупателем;

в) по безналичному расчету организациями, фирмами, выполняющими заказы населения на покупку товаров по почте (по времени сдачи ими посылок в отделения связи);

г) в порядке встречной торговли между производственными предприятиями и населением.

1.2. Продажа через торговую сеть юридическим лицам и их обособленным подразделениям:

а) товаров по дисконтным картам, которая дает покупателю право на скидку.

б) товаров за наличный расчет;

В товарные запасы розничной и оптовой торговли включаются: товары, имеющие в наличии на отчетную дату на складах, числящиеся на их балансе.

В состав товарных запасов розничной торговли не включаются.

а) товары в пути;

б) тара всех видов: мягкая, жесткая, стеклянная, как свободная, так и занятая под товаром;

в) товары материально-технического снабжения;

г) товары на складах предприятий, занимающихся заготовительной деятельностью.

### ***6.3. Сущность и значение прибыли, принципы ее формирования***

Один из важнейших показателей итоговой деятельности фирмы в условиях рынка – прибыль.

Прибыль как конечный финансовый результат деятельности предприятия в общем виде представляет собой разницу между общей суммой доходов и затратами на производство и реализацию продукции с учетом убытков от различных хозяйственных операций.

*Значение* прибыли:

- основной источник развития предприятия, обновления и расширения производственной базы;
- источник социальных благ для сотрудников предприятия;
- из нее выплачиваются дивиденды по акциям;
- по ее величине кредиторы оценивают возможности предприятия возратить заемные средства, а инвесторы могут судить о целесообразности инвестиций;
- важнейший источник формирования бюджетов разных уровней.

Таким образом, прибыль выступает в качестве синтетического показателя оценки хозяйственной деятельности, источника средств для развития производства и материального стимулирования.

Кроме этого, прибыль выполняет следующие *важные функции*:

- является критерием и показателем, характеризующим финансовый результат предпринимательской деятельности предприятия; сам факт, что предприятие имеет прибыль, при прочих разных условиях, свидетельствует об эффективной деятельности предприятия;

- выполняет стимулирующую функцию, что связано с тем, что прибыль является не только финансовым результатом, но и основным элементом финансовых ресурсов предприятия; увеличение прибыли будет способствовать не только расширению производства, но и социальному развитию предприятия, а также большему материальному поощрению сотрудников предприятия.

Для выявления финансового результата необходимо сопоставить выручку с затратами на производство и реализацию, которые принимают форму себестоимости продукции. Предприятие получает прибыль, если выручка превышает себестоимость. Если выручка равна себестоимости, то удалось возместить лишь затраты на производство и реализацию продукции, а прибыль отсутствует. При затратах, превышающих выручку, предприятие получает убытки - отрицательный финансовый результат, что ставит его в достаточно сложное финансовое положение, не исключающее и банкротство.

В процессе формирования прибыли отражаются все стороны хозяйственной деятельности предприятия: уровень использования основных производственных фондов (машин, оборудования), технологии, организации производства и труда.

На предприятиях рассчитывают прибыль от производства товарной продукции, реализации, валовую, чистую прибыль, налогооблагаемую и др.

Различия в видах прибыли определяются их экономическим содержанием и положениями законодательства о налогообложении прибыли предприятия.

Первичным понятием является валовая (балансовая) прибыль. Она включает в свой состав:

- прибыль от реализации продукции; исчисляется как разница между выручкой от реализации продукции (работ, услуг) без налога на добавленную стоимость, акцизов и затратами на производство и реализацию, включаемых в себестоимость продукции;
- прибыль от реализации основных фондов и другого имущества;
- внереализационные доходы и расходы, т.е. результат от внереализованных операций.

При отражении валовой прибыли в бухгалтерском балансе, она называется балансовой.

Прибыль от производства товарной продукции определяется вычитанием из объема товарной продукции затрат на ее производство.

Прибыль (убыток) от реализации продукции (работ, услуг) определяется как разница между выручкой от реализации в действующих ценах без налога на добавленную стоимость, акцизов и затрат на производство и реализацию продукции.

В условиях рыночных отношений прибыль от реализации имеет большое значение, так как стремление к максимизации прибыли стимулирует товаропроизводителя к увеличению объема производства и реализации конкурентоспособной продукции. Снижение выручки и прибыли является толчком к выявлению причин и разработке плана организационно-технических мероприятий по их устранению.

Прибылью от внереализационных операций является прибыль от операций, непосредственно не связанных с основной деятельностью (сдача имущества в аренду, доходы по ценным бумагам предприятия, доходы по дооценке товаров, превышение суммы полученных штрафов над уплаченными, прибыль от совместной деятельности, прибыль прошлых лет, выявленная в отчетном году).

Балансовая прибыль за минусом платежей в бюджет и местным органам, процентов на кредит составляет чистую прибыль предприятия.

Прибыль после уплаты процентов за кредит и налогов - чистая прибыль (подразделяется на распределяемую на дивиденды акционеров и нераспределяемую прибыль). Амортизационные отчисления вместе с нераспределенной прибылью являются собственными источниками инвестирования предприятия.

Налогооблагаемая прибыль – это часть валовой прибыли, подлежащая налогообложению. Объектом налогообложения выступает валовая прибыль предприятия, уменьшенная или увеличенная в соответствии с положениями о действующего законодательства.

Рассмотрим условия роста прибыли предприятия:

- расширение ассортимента товаров;
- внедрение инноваций коммерческого характера с целью увеличения объемов продажи новых товаров, пользующихся повышенным спросом;
- умение идти на обоснованный коммерческий риск;
- экономически целесообразное использование средств, получаемых от экономии затрат.

Прибыль и убытки представляют собой разницу между предварительной оценкой затрат и доходов и реально осуществленными затратами и полученными доходами. Для всех предприятий обязательным условием деятельности является *максимизация прибыли*: прибыль максимальна в пределах между точкой безубыточности и точкой, в которой предельный доход равен предельным издержкам.

Правило максимизации прибыли заключается в выборе такого объема производства и реализации товара, чтобы его цена равнялась долговременным предельным издержкам. При этом предельные издержки представляют собой дополнительные переменные издержки,

связанные с производством и реализацией каждой дополнительной единицы продукции. Предприятия, как правило, решают задачу максимизации прибыли на долговременный период.

#### ***6.4. Факторы, влияющие на прибыль и товарооборот.***

Сумма и уровень прибыли и товарооборота формируются под воздействием разнообразных факторов, оказывающих на них как положительное, так и отрицательное влияние. Количество факторов, определяющих величину прибыли и товарооборота, вряд ли можно четко ограничить, оно весьма велико. Все факторы можно разделить на основные, оказывающие наибольшее влияние на сумму и уровень прибыли и товарооборота, и второстепенные, влиянием которых можно пренебречь.

Кроме того, всю совокупность факторов можно разделить на внутренние и внешние. Они тесно связаны между собой.

К внутренним факторам, влияющим на прибыль и рентабельность, относятся ресурсные факторы, а также факторы, связанные с развитием розничного товарооборота. Среди внутренних факторов можно выделить следующие:

- объем розничного товарооборота. При неизменной доле прибыли в цене товара рост объема продажи товаров позволяет получить большую сумму прибыли;
- товарную структуру розничного товарооборота. Расширение ассортимента способствует росту товарооборота. Повышение в товарообороте удельного веса товаров более высокого качества, являющихся престижными, позволяет повысить долю прибыли в цене товара;
- организацию товародвижения. Ускоренное продвижение товаров в торговую сеть способствует увеличению товарооборота и снижению текущих расходов. В результате масса и уровень прибыли возрастают;
- рационализацию торгово-технологического процесса продажи товаров. Для получения прибыли необходимо использовать прогрессивные методы продажи товаров: самообслуживание, продажу товаров по образцам и каталогам. Это способствует росту объема товарооборота, а также снижению его издержкостности;
- численность и состав работников. Достаточная численность при определенном уровне технической вооруженности труда позволяет в полной мере реализовать программу предприятия по получению необходимой суммы прибыли. Большое значение имеет уровень квалификации работников;
- формы и системы экономического стимулирования труда работников. Влияние этого фактора можно оценить через показатель расходов на оплату труда, а также через показатель рентабельности расходов на оплату труда. В настоящее время повышается роль морального поощрения работников, получения ими удовлетворения от

своего труда;

- производительность труда работников предприятия. Рост производительности труда при прочих равных условиях влечет за собой увеличение массы прибыли и повышение рентабельности деятельности предприятия;

- фондовооруженность и техническую вооруженность труда работников. Чем выше оснащенность работников современным оборудованием, тем выше их производительность труда;

- состояние материально-технической базы предприятия. Предприятие, располагающее более современной и развитой материально-технической базой, имеет предпосылки для постоянного увеличения розничного товарооборота в долгосрочном периоде. Это влечет за собой увеличение массы получаемой прибыли и повышение рентабельности;

- состояние и развитие торговой сети, ее территориальное размещение. Размещение и структура торговой сети оказывает непосредственное влияние на сумму прибыли и рентабельность. Серьезное влияние на показатели прибыли может оказать развитие не только стационарной магазинной сети, но и мелкорозничной, почтовой и передвижной сети;

- моральный и физический износ основных фондов. Этот фактор очень важен для повышения рентабельности деятельности предприятия. Использование изношенных основных фондов, морально устаревшего оборудования не позволяет рассчитывать на увеличение прибыли в перспективе;

- фондоотдачу. С повышением фондоотдачи увеличивается розничный товарооборот в расчете на 1 руб. средств, вложенных в основные фонды;

- сумму оборотных средств. Чем большей суммой оборотных средств располагает предприятие, тем большую массу прибыли оно получает в результате их одного оборота;

- применяемый порядок ценообразования. От размера издержек, включаемых в цену товара, зависит сумма получаемой прибыли. Постоянный рост доли издержек в цене товара может привести к обратному результату. Такое же влияние оказывает, и размер прибыли, включаемой в цену товара — постоянный рост доли прибыли в цене товара может привести к уменьшению общей массы прибыли;

- организацию работы по взысканию дебиторской задолженности. Своевременное взыскание дебиторской задолженности способствует ускорению оборачиваемости оборотных средств, следовательно — увеличению прибыли;

- организацию исковой работы с клиентами, а также работы с тарой. Данный фактор непосредственно влияет на размер прибыли от внеоперационных операций;

- осуществление режима экономии. Позволяет относительно снижать текущие затраты предприятий и увеличивать сумму получаемой прибыли. Под режимом экономии понимается не абсолютное, а

относительное снижение текущих расходов;

- деловую репутацию предприятия. Представляет собой сформировавшееся у потребителей мнение о потенциальных возможностях предприятия. Высокая деловая репутация позволяет предприятию получать дополнительную прибыль, повышать рентабельность.

Предприятия не могут работать изолированно. Они постоянно находятся во взаимоотношениях с внешней средой: покупателями, производителями и продавцами товаров; инвесторами; кредиторами; общественными организациями и государственными учреждениями. Совокупность этих отношений непосредственным образом влияет на эффективность работы предприятий, сумму их прибыли, рентабельность деятельности.

К основным внешним факторам, влияющим на формирование прибыли предприятия, можно отнести следующие:

- емкость рынка. От нее зависит розничный товароборот предприятия. Чем больше емкость рынка, тем шире возможности предприятия по получению прибыли;

- состояние конкуренции. Чем она сильнее, тем значительнее ее отрицательное влияние на сумму и уровень прибыли, поскольку приводит к усреднению нормы прибыли. Конкурентная борьба требует определенных дополнительных расходов, снижающих получаемую сумму прибыли;

- величину цен, устанавливаемых поставщиками товаров. В условиях конкуренции повышение цен поставщиками не всегда приводит к адекватному повышению продажных цен. Предприятия часто стремятся меньше работать с посредниками, выбирать среди поставщиков тех, кто предлагает товары одного уровня качества, но по более низким ценам;

- цены на услуги предприятий транспорта, коммунального хозяйства, ремонтных и других организаций. Повышение цен и тарифов на услуги увеличивает текущие расходы предприятий, уменьшает прибыль и снижает рентабельность производственной и торговой деятельности;

- развитие профсоюзного движения. Предприятия стремятся ограничить расходы на заработную плату. Интересы работников выражают профсоюзы, которые ведут борьбу за повышение размеров оплаты труда, что создает предпосылки для снижения прибыли предприятия;

- развитие деятельности общественных организации потребителей товаров и услуг;

- регулирование государством деятельности предприятий. Этот фактор относится к числу основных, определяющих размер прибыли и рентабельности.

## ***6.5. Товарные запасы***

Для осуществления непрерывного процесса товарного обращения необходимы определенные запасы товаров.

**Товарные запасы** — это совокупность товарной массы, которая находится в сфере обращения и предназначена для продажи.

Функции товарных запасов:

1. Обеспечивают непрерывность расширенного производства и обращения;
2. Удовлетворяют платежеспособному доходу населения, т. к. являются формой товарного предложения;
3. Характеризуют соотношение между объемом и структурой дохода и товарного предложения.

Необходимость образования товарных запасов вызвана следующими причинами:

1. Непрерывностью процессов обращения;
2. Сезонностью производства и потребления;
3. Неравномерностью размещения производства и районов потребления;
4. Непредвиденными колебаниями дохода и ритма производства;
5. Необходимостью преобразования производственного ассортимента в торговый;
6. Необходимостью преобразования страховых резервов и др.

Классификация товарных запасов:

1. По назначению:

а) текущего хранения

Основная масса всех товарных запасов около 80% общей суммы предназначена для бесперебойной продажи товаров, следовательно, они должны завозиться в торговую сеть равномерно, через определенные промежутки времени. Размеры товарных запасов этого вида планируются на основе определенных нормативов.

б) сезонного хранения долгосрочного завоза

17-18% общей суммы товарных запасов создаются по тем товарам, по которым существует разрыв во времени между производством и реализацией (овощи, картофель, фрукты, школьная форма, валенная обувь, елочные украшения, школьно-письменные принадлежности и прочее).

Запасы долгосрочного завоза создаются для снабжения населения районов Крайнего Севера, отдаленных и высокогорных районов. Многие населенные пункты удалены от железнодорожных путей, туда товары могут быть доставлены водным путем, в период навигации, который продолжается три-четыре месяца или только санным путем в зимнее время.

в) целевого назначения

Такие запасы предназначены для выполнения определенных задач, для стимулирования закупок некоторых сельскохозяйственных продуктов (создание запасов сахара для стимулирования закупок свеклы)

2. В зависимости от места обращения:

а) Товарные запасы в розничной сети;

б) На оптовых предприятиях;

в) В пути

3. По отношению к плановому периоду:

а) Отчетные — на конкретную отчетную дату, на начало планового периода (начальные или входные);

б) На конец планового периода (конечные или выходные)

Единицы измерения в натуральном выражении, в стоимостном выражении, в днях оборота.

Тов. Запасы (в днях) = тов. запасы в сумме/однодневный товарооборот (руб.)

Время товарного обращения товарных запасов (товарооборачиваемости зависит от объема товарооборота, величины товарных запасов и других факторов)

Товарооборачиваемость (в днях) = сред.тов.запас.за.период /  
однодневный товарооборот за тот же период (руб.)

Товарооборачиваемость (в оборотах) = количество дней в периоде /  
оборачиваемость.в.днях или

= товарооборот за период / сред.тов.запас

По мере расширения внутреннего рынка величина товарных запасов постоянно возрастает. Это связано с ростом розничного товарооборота, расширением и улучшением его ассортимента страны. Переполнение каналов товарообращения связано с диональной формой запасов в отличие от нормальной формы, исключая подобные ситуации.

Аномальные товарные запасы могут порождаться выпуском товаров без учета общественных потребностей, поставкой товаров низкого качества; они оседают в торговле, создавая некоторые неходовые и залежалые товары, и нарушают ритм товарного и денежного обращения. Существует норматив товарных запасов (с соблюдением доли участия собственных оборотных средств в обращении плановых запасов) и он определяется самими торговыми представителями. Увеличение норматива товарных запасов и, соответственно, прироста собственных оборотных средств, предусматривается за счет средств фонда производственного развития этих предприятий. Чем значительнее объем товарных запасов, тем больше средств отвлекается из этого фонда. Ущерб народному хозяйству приносит как избыток товарных запасов, так и недостаток. Нормальное функционирование торговли возможно только при наличии оптимальных товарных запасов в отрасли и во всех звеньях товародвижения как в целом, так и по ассортименту в стране, улучшении товароснабжения и управления товарными запасами.

На повышение уровня запасов влияют:

1. Развитие производства;
2. Расширение ассортимента товаров;
3. Увеличение в товарообороте доли товаров, замедленной оборачиваемости
4. Повышения насыщенности рынка;
5. Появление товаров, удовлетворяющих новым потребностям
6. Расширение сети магазинов, оптовых баз и др.

Факторы, понижающие уровень запасов:

1. Улучшение размещения промышленности;
2. Рационализация товарного движения;
3. Повышение доли запасов в оптовом звене;
4. Рациональное прикрепление поставщиков к покупателям, сокращение тем самым запасов в пути;
5. Целесообразность применения транзитного завоза и др.

### ***6.6. Товарные ресурсы***

**Товарные ресурсы** — материальная основа развития товарооборота и повышение уровня народного потребления.

Источниками товарных ресурсов являются многие отрасли промышленности и сельского хозяйства.

Объем промышленного и сельскохозяйственного производства характеризуются следующими показателями:

1. Валовая продукция — включает: стоимость произведения готовой продукции, полуфабрикатов, услуг и незавершенного производства;
2. Товарная продукция — предназначается для снабжения других предприятий, потребления населения, экспорта;
3. Реализованная продукция — исчисляется исходя из количества поставляемых и оплачиваемых потребителями готовой продукции, полуфабрикатов, работ и услуг промышленного характера. В этом показателе учитывается реализация продукции коммунальному строительству и непромышленным хозяйствам.

Товарная продукция промышленности и сельского хозяйства составляет товарные ресурсы. Часть товарных ресурсов находится в распоряжении государства и реализуется им через систему материально-технологического снабжения или торговлю. Предметы народного потребления, поступающие населению через торговлю, называются **товарными фондами**. Продукты питания поступают потребителям и из других источников. Так работники сельского хозяйства получают часть продуктов в порядке натурального распределения, а также со своих приусадебных участков. Некоторые рабочие и служащие имеют в личной собственности домашний скот, огороды, сады. Население приобретает продукты на рынках. Указанные ресурсы не входят в состав товарных фондов, регулируемых государством. Населению поступают не все предметы

народного потребления, так как есть и другие потребности, которые должны быть удовлетворены за счет товарных фондов (государственных резервов, экспорта и т. д.)

Товарные фонды образуются как за счет централизованных (государственных), так и децентрализованных (местных) источников.

Первые формируются за счет государственных ресурсов — это предметы народного потребления, вырабатываемые государством легкой, пищевой, мясомолочной, рыбной промышленностью. Сюда же относится тяжелая промышленность, сельское хозяйство. Государственные фонды пополняются за счет импорта товаров народного потребления.

Вторые включают продукцию местных органов власти, общественных организаций, частных организаций, подсобных предприятий, торговых предприятий и др. Это сельскохозяйственные продукты, приобретенные в порядке децентрализации закупок, товары, принятые или скупленные на комиссию от населения, большое место занимает продукция местной промышленности (посуда, галантерея, мебель, швейные, трикотажные изделия).

Успешное развитие товарооборота требует постоянного наличия в торговой сети товаров в широком ассортименте. Воздействие торговли на производство начинается с предоставлением его заказов на товары. Они должны быть обоснованными, то есть составляться на основе изучения доходов населения.

Хозяйственные связи торговых предприятий оформляются договорами, в них указывается количество, ассортимент, качество, сроки поставки, виды упаковки, способы транспортировки, материальная ответственность за нарушение условий поставки товаров и др.

При заключении договоров учитывается требование — “ положение о поставках товаров”.

Планирование товарных ресурсов предусматривает определение их общей величины, согласование ее с потребностями народного хозяйства, распределения рыночных фондов. Товарные ресурсы планируются путем разработки материальных балансов по каждому виду товаров.

Балансы бывают:

1. Исполнительными (на основе отчетных данных);
2. Плановыми (на плановый период).

### ***6.7. Планирование товарных запасов***

Сущность планирования товарных запасов заключается в ее нормировании, то есть разработке норм товарных запасов по отдельным товарным группам и по предложению в целом. Планирование товарных запасов производится с использованием товарооборота IV квартала. Различают 2 основных метода планирования товарных запасов:

1. экономико-статистический;

## 2. технико-экономических расчетов

Суть первого метода заключается в том, что анализируются отчетные данные о фактических товарных запасах на конец года за ряд предшествующих лет. По каждой товарной группе строится динамический ряд и рассчитывается темп роста товарных запасов на планируемый год. Наиболее точно это можно сделать методом выравнивания с помощью среднескользящей. Расчет норматива товарных запасов производится на IV квартал планируемого года.

Метод технико-экономических расчетов предполагает расчет нормы товарных запасов в днях по элементам. Норма товарных запасов в днях состоит из следующих четырех элементов:

1. Рабочего запаса. Включает: представительный ассортиментный набор, запас на среднедневную реализацию, запас на приемку и подготовку товаров к продаже.

**Представительный ассортиментный набор** — это запас товаров, предназначенный для показа покупателям имеющегося ассортимента. Его величина зависит от установленного ассортиментного перечня товаров.

### Пример:

Пусть для магазина установлено иметь 80 разновидностей кондитерских изделий. Средняя цена за единицу товара — 150 руб. Представительный ассортиментный набор в сумме =

$$150 \text{ руб.} * 80 \text{ разновидностей} = 12000 \text{ руб.}$$

Пусть однодневный товарооборот магазина по данной группе товаров (по кондитерским изделиям) равен 59 тыс. руб. Товарный запас в днях равен отношению товарного запаса в сумме к однодневному товарообороту.

Представительный ассортиментный набор в днях =

$$= 12000 / 59000 \text{ руб.} = 0,2 \text{ дня}$$

В торговом зале необходимо иметь запас на среднедневную реализацию (1 день). Запас на приемку и подготовку товаров к продаже определяется на основе данных о средних затратах времени, связанных с приемкой и подготовкой товаров к продаже. Эти данные можно получить, проведя хронометраж отдельных операций.

Пусть в нашем примере время на приемку и подготовку товаров к продаже составляет 1 день. Итого рабочий запас составит 2,2 дня

$$0,2 + 1 + 1 = 2,2 \text{ дня}$$

2. Запас текущего пополнения. Зависит от интервала между двумя поступлениями товаров, широты ассортимента и комплектности поступающих партий товара.

### Пример:

Товар поступает каждые 3 дня. В соответствии с договором (спецификацией) в каждой партии должно поступать 16 наименований кондитерских изделий, а фактически поступает 12. Прежде всего,

определяется коэффициент комплектности поступающей партии отваров, который представляет собой отношение числа ассортимента разновидностей, поступающих в каждой партии товаров к числу ассортимента разновидностей, указанных в договоре (спецификации).

В нашем примере коэффициент комплектности  $= 12 / 16 = 0,75$

Затем рассчитывается частота пополнения запаса с учетом комплектности поставок, для этого интервал между двумя поступлениями товаров делится на коэффициент комплектности

$3 / 0,75$  дня

Запас текущего пополнения планируется в размере  $1/2$  частоты пополнения с учетом комплектности поставок и составляет в нашем примере

$4 / 2 = 2$  дня

Рабочий запас и запас текущего пополнения в совокупности составляют торговый запас ( $2,2 + 2 = 4,2$ )

3. Страховой гарантийный запас, необходим для того, чтобы обеспечить бесперебойную торговлю на случай нарушения сроков и объема поставки товаров, и других непредвиденных обстоятельств.

Величину страхового запаса определяют в % от размера торгового запаса по взаимозаменяемым товарам в размере до 100%, а по остальным до 50% (взаимозаменяемым).

Кондитерские изделия - это взаимозаменяемый товар, тогда гарантийный запас составит 50% от торгового запаса, то есть

$4,2 * 50\% / 100\% = 2,1$  дня

Таким образом, норма товарных запасов в днях по кондитерским изделиям на основе перечисленных трех элементов составит

$4,2 + 2,1 = 6,3 \approx 6$  дней

4. Запас товаров в пути планируется только в том случае, если товары поступают от иногородних поставщиков. Он зависит от места нахождения поставщиков, скорости транспортировки товаров, действующего порядка расчетов.

Пусть в нашем примере поставщики местные, тогда четвертый элемент равен нулю.

Нормы товарных запасов в днях определяются по каждой товарной группе и по предложению в целом. Затем рассчитывают нормативы в сумме по каждой товарной группе и по предложению в целом. Рассмотрим расчет норматива в сумме на примере данных следующей таблицы.

Товарные группы	Норматив тов. запасов в днях	Товарооборот IV квартала, тыс.руб.	Среднедневной товарооборот, тыс.руб.	Т	Т
Мясо и птица	3	1170	13		
Колбасные изделия	3	809	9		

Масло животное	2	92	1
Молоко и мол. Продукты	5	698	7,8
Кондитерские изделия	6	532	5,9
Крупа	18	450	5
Прочие товары	15	1377	15,3
Итого:	8	5122	56,9

Среднедневной товарооборот =  $1170/90$  дней = 13 и т.д.  
 Норматив товарных запасов =  $13 * 3 = 39$  и т.д.

### ***6.8. Экономическая природа и сущность издержек обращения.***

**Издержки обращения** - это затраты живого и овеществлённого труда, необходимые для доведения товаров до потребителя.

Издержки обращения - важнейший качественный показатель деятельности торговых предприятий.

Единица измерения издержек обращения: в рублях (стоимостная оценка / и в процентах к товарообороту (уровень издержек обращения.)

Уровень издержек  $\_ \frac{\text{Сумма издержек обращения за период}}{\text{объем розничного т/оборота за тот же период}}$

Различают дополнительные и чистые издержки обращения.

*Дополнительные издержки обращения* обусловлены продолжением в торговле процессов производства (транспортировка товара, подсортировка, фасовка, упаковка, хранение и т.д.) Перечисленные функции постепенно отойдут к производителю и дополнительные издержки должны постепенно исчезнуть.

**Чистые издержки обращения** - это затраты, связанные с организацией торгового процесса: с реализацией товаров, рекламы, денежным обращением, ведением торговой корреспонденции, осуществлением учета, повышением культуры обслуживания покупателей, развитием дополнительных новых форм обслуживания и т.д.

### ***6.9. Классификация издержек обращения.***

Издержки обращения классифицируются по признакам:

1. В зависимости от **отрасли** деятельности - в опте, в рознице, в общественном питании.

2. По степени зависимости от объемов товарооборота условно-переменные (зависящие от товарооборота) условно постоянные (не зависящие от объема товарооборота).

К переменным относят расходы по транспортным перевозкам, по о/т, по подработке и подготовке товаров к продаже, потере товаров в пределах норм убыли, расходы по таре и др..

К постоянным относятся расходы на рекламу, аренду, содержание и текущий ремонт помещений, административно-управленческие расходы, и др..

3. По способам отнесения издержек обращения на товарные группы. Они бывают прямые и распределительные.

Прямые - это те, которые можно отнести к определенной товарной группе, не прибегая к каким-либо распределительным расчетам.

Распределительные - это те, которые относят на ту или иную товарную группу после предварительного расчета (распределения).

4. В зависимости от качества торгового обслуживания различают издержки обращения, связанные с повышением качества обслуживания покупателей и не связанные с качеством обслуживания покупателей.

### ***6.10. Анализ издержек обращения в целом по предприятию и по отдельным статьям***

Задачи анализа издержек обращения:

1. Изучение степени выполнения плана издержек обращения за отчетный период и ряд предшествующих лет.

2. Определение основных факторов, оказывающий влияние на общий уровень затрат, изыскание резервов экономии.

3. Разработка мероприятий, направленных на улучшение хозяйственной деятельности мероприятия.

Анализ издержек обращения состоит из следующих этапов:

1 этап: Расчёт необходимых для анализа показателей (сумм и уровней издержек обращения по плану и фактически, а также за прошлые периоды.)

2 этап: Расчёт размера изменения, уровня издержек обращения. Размер изменения = фактический или ожидаемый уровень издержек обращения - плановый уровень издержек обращения.

Пример: Уровень издержки обращения по плану 16%. Фактические уровень издержки обращения -15,8%. Размер изменения уровня издержек обращения = 15,8%- 16%= -0,2%

Результат со знаком «-» - это размер снижения уровня издержек обращения. Явление положительное.

При нормальных условиях работы уровня издержек обращения должен снижаться.

Результат со знаком «+» - это размер повышения уровня издержек обращения. Явление отрицательное.

3 этап: Расчёт темпа изменения, уровня издержек обращения.

Темп 
$$= \frac{\text{размер изменения уровня издержек обращения}}{\text{изменения плановый уровень издержек обращения}} * 100\%$$

Темп 
$$= \frac{-0,2\%}{100\%} = -1,25\%$$

Изменения 
$$16\%$$
 \*

Результат со знаком «-» - это темп снижения уровня издержек обращения.

Является положительным.

Результат со знаком «+» - это темп повышения уровня издержек обращения. Является отрицательным.

4 этап: Расчёт сумм абсолютной экономии или перерасхода издержек обращения.

Абсолютная экономия или перерасход = фактическая сумма издержек обращения - плановая сумма издержек обращения.

Пример: Пусть сумма издержек обращения по плану 500т.р. сумма издержек обращения фактически 550т.р. Сумма абсолютного перерасхода = 550т.р.-500т.р.= 50т.р. Результат со знаком «-» - абсолютная экономия.

Абсолютная экономия или перерасход не является оценочными показателями.

5 этап: Расчёт относительной экономии или перерасхода по издержке обращения. Сумма относится экономии или перерасхода =

Размер изменения уровня издержки 
$$= \frac{\text{обращения фактических или ожидаемый товарооборот}}{100\%}$$

Результат со знаком «-» - это сумма относительной экономии. Явление «+». Результат со знаком «+» - это сумма относительного перерасхода. Явление «-».

Пример: Пусть товарооборот по плану 35000 руб. Фактически товарооборот 36500руб.

Сумма относительной 
$$= -0,2 * 36500 = -73$$

млн.р.

экономии 
$$100\%$$

6 этап: оценка деятельности предприятия, разработка выводов и предложений.

Если при анализе имеют место размер и темп снижения уровня издержки обращения и сумма относительной экономии, то деятельность предприятия следует оценить «+»

При наличии размера и темпа повышения уровня издержки обращения и сумма относительного перерасхода, то деятельность предприятия следует оценить «-»

В нашем примере деятельность предприятия следует оценить «+», т.к. имеют место размер и темп снижения уровня издержки обращения и суммой относительной экономии.

Указанный анализ проводится как по предприятию в целом, так и по каждой статье издержек обращения в отдельности.

### 6.11. Расчёт влияния факторов на уровень издержек обращения.

Большое влияние на уровне издержек обращение оказывают:

1. Структура товара оборота.
2. Влияние изменения цен

Рассмотрим влияние первого фактора на примере данных следующей таблицы:

Товары	Продовольственный магазин				
	Доли в товарообороте, %		Уровень издержек обращения	Процентные числа	
	п	фа		п	ф
1. Хлеб и хлебобулочные изделия	2,6	10,8	13,2	16	2,56
2. Гастрономические	9,8	4,4	14,1	70	1,4
3. Бакалейные	7,6	35,2	12,2	45	9,44

Далее необходимо найти процентные числа по плану и фактически. Процентные числа по плану:

1. Хлеб  $12,6\% * 13,2\% = 166,32\%$

2. Гастрономические  $49,8\% * 14,1\% = 702,18\%$

3. Бакалейные  $37,6\% * 12,2\% =$

458,72% Процентные чист по факту:

1. Хлеб  $10,8\% * 13,2\% = 142,56\%$

2. Гастрономические  $54\% * 14,1\% = 761,4\%$

3. Бакалейные  $35,2\% * 12,2\% = 429,44\%$

Далее определяю! уровень издержек обращения по предприятию в целом,

по плану и фактически. Для этого сумму процентов чисел по плану и

фактически надо разделить на сто процентов.

Уравнение издержек обращения по предприятию по плану =

$$= 1327,22\% / 100\% = 13.272\%$$

Уравнение издержек обращения по предприятию в целом фактически =

$$= 1333,4\% / 100\% = 13.334\%$$

Далее определяется влияние структуры товарооборота на уровень издержек

обращения предприятия = фактический - планирования =  $13,334\% - 13,272\% =$

0,062%  
За счет изменения структуры товарооборота уровень издержек обращения возрос на 0,062% .

## ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ

### Вопросы для самопроверки

1. Дайте определение понятия «товародвижение».
2. В чем различия товародвижения от товарооборота?
3. В чем измеряется товарооборот?
4. Что представляет собой прибыль?
5. Какие функции выполняет прибыль?
6. Какие условия необходимы для роста прибыли предприятия?
7. Что называют товарными фондами и за счет чего они образуются?
8. Чем отличаются товарные фонды от товарных запасов?
9. В чем сущность издержек обращения?
10. Из каких этапов состоит анализ издержек обращения?

### Тест

Вопрос 1. Товародвижение – это ...

- 1) многократный переход товара от одного владельца к другому
- 2) процесс купли-продажи, обмена товара на деньги
- 3) перемещение товара в пространстве (географическом, экономическом) +

Вопрос 2. Чистый товарооборот – это ...

- 1) сумма всех продаж товара на пути движения от производителя к потребителю
- 2) товарооборот, освобожденный от повторного счета +
- 3) продажа товаров населению через специально организованную торговую сеть

Вопрос 3. В состав товарных запасов розничной торговли не включаются:

- 1) товары в пути +
- 2) товары, проданные за наличный счет
- 3) товары, проданные в кредит

Вопрос 4. К внутренним факторам, влияющим на прибыль и рентабельность относят:

- 1) организацию товародвижения +

- 2) развитие профсоюзного движения
- 3) состояние конкуренции

Вопрос 5. На повышение уровня товарных запасов влияют:

- 1) непрерывность процессов обращения
- 2) рационализация товарного движения
- 3) расширение ассортимента товаров +

Вопрос 6. Объем промышленного и сельскохозяйственного производства характеризуется следующими показателями:

- 1) товарооборотчиваемость и товародвижение
- 2) валовая продукция, товарная продукция, реализованная продукция +
- 3) рентабельность и издержки

Вопрос 7. Большое влияние на уровень издержек обращения оказывает:

- 1) структура товарооборота и изменение цен +
- 2) улучшение размещения промышленности и расширение сети магазинов
- 3) емкость рынка и состояние конкуренции

Вопрос 8. К внешним факторам, влияющим на формирование прибыли относят:

- 1) деловую репутацию
- 2) величину цен +
- 3) сумму оборотных средств

## Тема 7. Затраты и себестоимость продукции и услуг. Структура затрат и их оптимизация.

### 7.1. Сущность и классификация издержек

В процессе основной деятельности предприятия происходит потребление имеющихся у него ресурсов. Результатом этой деятельности является продукт, в затратах на производство которого отражается уровень использования ресурсов. Если суммарные затраты (издержки) оказываются ниже доходов от реализации продукции предприятия, оно имеет положительный результат своей деятельности, называемый *прибылью*.

**Издержки** – это денежное выражение затрат производственных факторов, необходимых для осуществления предприятием своей производственной деятельности.

В странах с развитыми рыночными отношениями существуют два подхода к оценке издержек: бухгалтерский и экономический.

**Бухгалтерские издержки** представляют собой стоимость израсходованных ресурсов, измеренную в фактических ценах их приобретения. Это издержки, представленные в виде платежей за приобретаемые ресурсы (сырье, материалы, амортизация, труд и т. д.).

Однако для принятия решений о целесообразности продолжения деятельности своего предприятия владельцы должны учитывать экономические издержки.

**Экономические издержки** – это количество (стоимость) других продуктов, от которых следует отказаться или которыми следует пожертвовать, чтобы получить какое-то количество данного продукта.

Для отечественной экономики характерен бухгалтерский подход к оценке издержек. Если принять это во внимание, то термины «издержки» и «затраты» можно считать синонимами.

Для целей учета затраты классифицируются по различным признакам.

*По экономической роли в процессе производства* затраты можно разделить на основные и накладные.

К **основным** относятся затраты, связанные непосредственно с технологическим процессом, а также с содержанием и эксплуатацией орудий труда.

**Накладные** – расходы на обслуживание и управление производственным процессом, реализацию готовой продукции.

*По методу отнесения затрат на производство конкретного продукта* выделяют прямые и косвенные затраты .

**Прямые** – это затраты, связанные с изготовлением только данного вида продукции и относимые непосредственно на себестоимость данного вида продукции.

**Косвенные затраты** при наличии нескольких видов продукции не могут быть отнесены непосредственно ни на один из них и подлежат распределению косвенным путем.

По отношению к объему производства продукции затраты подразделяются на переменные и постоянные.

**Переменные затраты** это затраты, общая величина которых на данный период времени находится в непосредственной зависимости от объема производства и реализации.

**Под постоянными затратами** понимают такие затраты, сумма которых в данный период времени не зависит непосредственно от объема и структуры производства и реализации.

К переменным обычно относят затраты на сырье и материалы, топливо, энергию, транспортные услуги, часть трудовых ресурсов, т. е. те издержки, уровень которых изменяется с изменением объема производства (рис. 7.1. а).

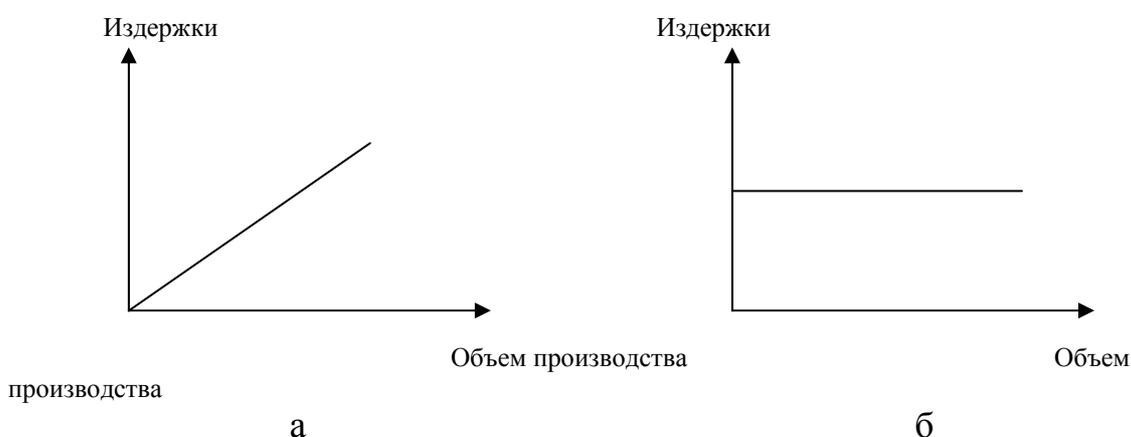


Рис.7.1. Зависимость переменных (ПИ) издержек (а) и средних переменных (СПИ) издержек (б) от изменения объема производства

Однако, если рассмотреть средние переменные издержки (издержки на единицу продукции), можно заметить, что их уровень остается примерно одинаковым при различных объемах производства. На единицу продукции расходуется примерно одинаковое количество сырья, электроэнергии и т. д. (рис. 7.1. б).

К постоянным издержкам относятся отчисления на амортизацию, арендная плата, заработная плата управленческого персонала и прочие затраты, которые имеют место, даже если предприятие не производит продукцию. В определенном диапазоне выпуска общая сумма этих издержек остается практически неизменной (рис. 7.2. а).

Что касается средних постоянных издержек (на единицу продукции), они снижаются с ростом объема производства и увеличиваются при его снижении (рис. 7.2. б).

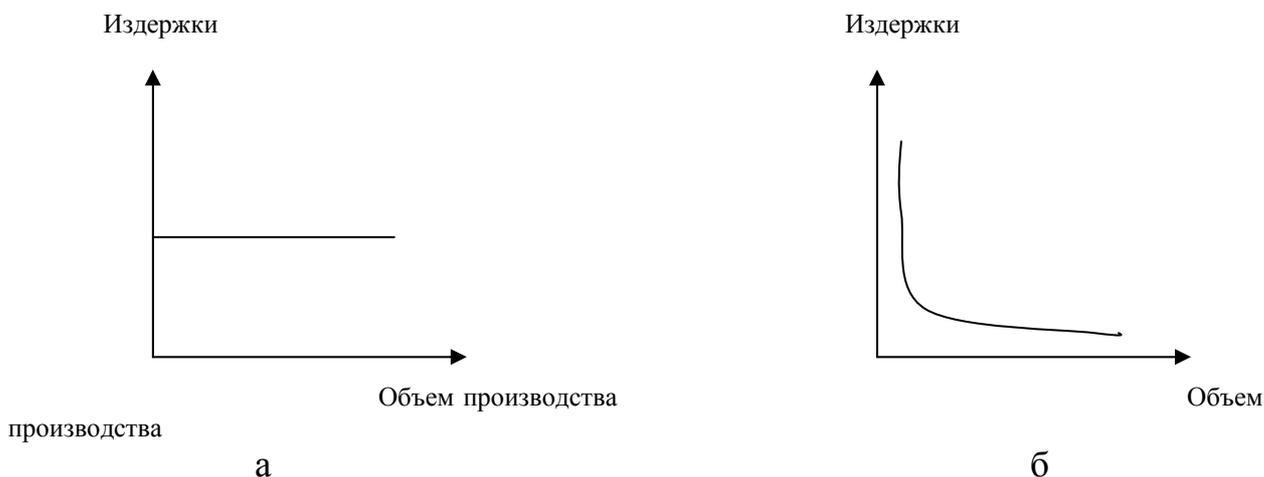


Рис.7.2. Зависимость постоянных (ПОИ) издержек (а) и средних постоянных (СПОИ) издержек (б) от изменения объема производства

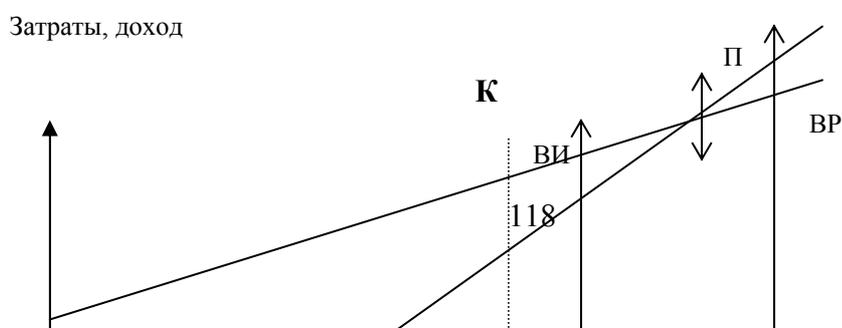
Сумма постоянных и переменных издержек составляет **валовые издержки** предприятия. С увеличением объема производства и реализации продукции валовые издержки на единицу продукции снижаются за счет снижения постоянных расходов.

## 7.2. График безубыточности

Деление затрат на постоянные и переменные лежит в основе метода, который широко распространен в экономике. Впервые он был предложен в 1930 г. инженером Уолтером Раутенштраухом как способ планирования, получивший известность под названием *графика критического объема производства*, или *графика безубыточности* (рис. 7.3).

График безубыточности в различных его модификациях широко используется в современной экономике. Несомненным преимуществом этого метода является то, что с его помощью можно быстро получить довольно точный прогноз основных показателей деятельности предприятия при изменении условий на рынке.

При построении графика безубыточности предполагается, что не происходит изменений цен на сырье и продукцию за период, на который осуществляется планирование; постоянные издержки считаются неизменными в ограниченном диапазоне объема продаж; переменные издержки на единицу продукции не изменяются при изменении объема продаж; продажи осуществляются достаточно равномерно.



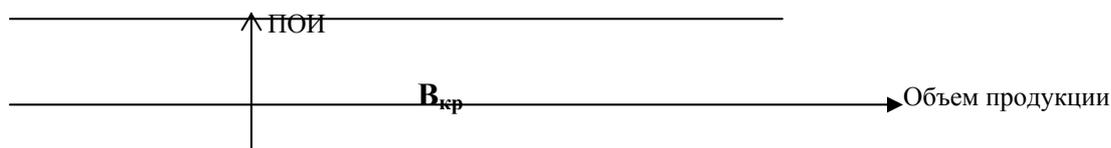


Рис.7.3. График безубыточности

При построении графика по горизонтальной оси откладывается объем производства в единицах изделий или в процентах использования производственной мощности, а по вертикальной – затраты на производство и доход. Затраты откладываются с подразделением на постоянные (ПОИ) и переменные (ПИ). Кроме линий постоянных и переменных издержек, на графике отображаются валовые издержки (ВИ) и выручка от реализации продукции (ВР).

Точка пересечения линий выручки и валовых затрат представляет собой **точку безубыточности (К)**. Эта точка интересна тем, что при соответствующем ей объеме производства и продаж ( $V_{кр}$ ) у предприятия нет ни прибыли, ни убытков. Объем производства, соответствующий точке безубыточности носит название *критического*. При объеме производства меньше критического предприятие своей выручкой не может покрыть затраты и, следовательно, результатом его деятельности являются убытки. Если объем производства и продаж превышает критический, предприятие получает прибыль.

Точка безубыточности может быть определена и **аналитическим методом**.

Выручку от реализации продукции определяют по выражению

$$ВР = ПОИ + ПИ + П,$$

где ПОИ – постоянные издержки;

ПИ – переменные издержки;

П – прибыль.

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

$$ВР = ПОИ + ПИ.$$

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

$$Ц \times V_{кр} = ПОИ + СПИ \times V_{кр}$$

где Ц – цена единицы продукции;  
СПИ – переменные расходы на единицу продукции;  
 $V_{кр}$  – критический выпуск.  
Теперь можно рассчитать критический выпуск:

$$V_{кр} = \frac{ПОИ}{Ц - СПИ}$$

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

Преимущества разделения затрат на постоянную и переменную части используются многими современными предприятиями. Наряду с этим широко применяется учет затрат по полной себестоимости и соответствующая их группировка.

### ***7.3. Группировка затрат на производство продукции***

Расходы, связанные с производством и реализацией, включают в себя:

- 1) расходы, связанные с изготовлением (производством), хранением и доставкой товаров, выполнением работ, оказанием услуг, приобретением и (или) реализацией товаров (работ, услуг, имущественных прав);
- 2) расходы на содержание и эксплуатацию, ремонт и техническое обслуживание основных средств и иного имущества, а также на поддержание их в исправном (актуальном) состоянии;
- 3) расходы на освоение природных ресурсов;
- 4) расходы на научные исследования и опытно-конструкторские разработки;
- 5) расходы на обязательное и добровольное страхование;
- 6) прочие расходы, связанные с производством и (или) реализацией.

Расходы, связанные с производством и реализацией, подразделяются на:

- 1) материальные расходы;
- 2) расходы на оплату труда;
- 3) суммы начисленной амортизации;
- 4) прочие расходы.

**Себестоимость продукции** представляет выраженные в денежной форме текущие затраты предприятий на производство и реализацию продукции (работ, услуг).

Себестоимость продукции является качественным показателем, так как она характеризует уровень использования всех ресурсов, находящихся в распоряжении предприятия.

Себестоимость продукции конкретного предприятия определяется условиями, в которых оно действует. Такая себестоимость называется **индивидуальной**.

Если на основе индивидуальной себестоимости предприятий определить средневзвешенную величину затрат по отрасли, такая себестоимость будет называться **среднеотраслевой**. Среднеотраслевая себестоимость ближе к общественно необходимым затратам труда.

Основным документом, которым руководствуются при формировании себестоимости продукции на предприятии является Положение о составе затрат по производству и реализации продукции (работ, услуг) и о порядке формирования финансовых результатов, учитываемых при налогообложении прибыли.

В целях анализа, учета и планирования всего многообразия затрат, входящих в себестоимость продукции, применяются две взаимодополняющие классификации: поэлементная и калькуляционная.

При группировке затрат по элементам определяются затраты предприятия в целом, без учета его внутренней структуры и без выделения видов выпускаемой продукции. Документ, в котором представлены затраты по элементам, представляет собой **смету затрат на производство**. Смета затрат составляется для расчета общей потребности предприятия в материальных и денежных ресурсах. Сумма затрат по каждому элементу определяется на основе счетов поставщиков, ведомостей начисления заработной платы и амортизации.

**Элементы себестоимости** – это однородные по своему характеру затраты всех служб и цехов на производственные и хозяйственные нужды.

Затраты, образующие себестоимость продукции (работ, услуг), группируются в соответствии с их экономическим содержанием по следующим элементам:

- 1) материальные затраты (за вычетом стоимости возвратных отходов);
- 2) затраты на оплату труда;
- 3) отчисления на социальные нужды;
- 4) амортизация основных средств;
- 5) прочие затраты.

Материальные затраты отражают стоимость приобретаемого со стороны сырья и материалов; стоимость покупных материалов; стоимость покупных комплектующих изделий и полуфабрикатов; стоимость работ и услуг производственного характера, выплачиваемых сторонним организациям; стоимость природного сырья; стоимость приобретаемого со стороны топлива всех видов, расходуемого на технологические цели, выработку всех видов энергии, отопления зданий, транспортные работы; стоимость покупной энергии всех видов, расходуемой на технологические, энергетические, двигательные и прочие нужды.

Из затрат на материальные ресурсы, включаемых в себестоимость продукции, исключается стоимость реализуемых отходов.

Под отходами производства понимаются остатки сырья, материалов, полуфабрикатов, теплоносителей и других видов материальных ресурсов, образовавшихся в процессе производства продукции, утративших полностью или частично потребительские качества исходного ресурса. Они реализуются по пониженной или полной цене материального ресурса в зависимости от их использования.

Затраты на оплату труда отражают затраты на оплату труда основного производственного персонала предприятия, включая премии рабочим и служащим за производственные результаты, стимулирующие и компенсирующие выплаты.

Отчисления на социальные нужды до недавнего времени отражали обязательные отчисления от затрат на оплату труда работников, включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг). Эти отчисления производили по установленным законодательством нормам органам государственного социального страхования, Пенсионного фонда, государственного фонда занятости и медицинского страхования.

С 1 января 2001 г. все отчисления в социальные внебюджетные фонды заменил единый социальный налог.

Амортизация основных средств отражает сумму амортизационных отчислений на полное восстановление основных средств.

Прочие затраты – это налоги, сборы, отчисления во внебюджетные фонды, платежи по кредитам в пределах ставок, затраты на командировки, по подготовке и переподготовке кадров, плата за аренду, износ по нематериальным активам, ремонтный фонд, платежи по обязательному страхованию имущества и т. д.

Группировка затрат по экономическим элементам не позволяет вести учет по отдельным подразделениям и видам продукции, для этого нужен учет по **статьям калькуляции**.

**Калькуляция** – это исчисление себестоимости единицы продукции или услуг по статьям расходов. В отличие от элементов сметы затрат, статьи калькуляции себестоимости объединяют затраты с учетом их конкретного целевого назначения и места образования.

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

Типовая номенклатура включает следующие статьи:

1. Сырье и материалы.
2. Возвратные отходы (вычитаются).
3. Покупные изделия, полуфабрикаты и услуги производственного характера сторонних предприятий и организаций.
4. Топливо и энергия на технологические цели.
5. Заработная плата производственных рабочих.
6. Отчисления на социальные нужды.
7. Расходы на подготовку и освоение производства.

8. Общепроизводственные расходы
9. Общехозяйственные расходы.
10. Потери от брака.
11. Прочие производственные расходы.
12. Коммерческие расходы.

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

*Цеховая себестоимость* представляет собой затраты производственного подразделения предприятия на производство продукции.

*Производственная себестоимость* помимо затрат цехов включает общие по предприятию затраты.

*Полная себестоимость* включает затраты и на производство, и на реализацию продукции.

*Общепроизводственные расходы* – это расходы на обслуживание и управление производством. В их состав входят расходы на содержание и эксплуатацию оборудования и цеховые расходы.

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

В состав *коммерческих расходов* включают расходы на тару и упаковку, расходы на транспортировку, затраты на рекламу, прочие расходы по сбыту.

Статьи затрат, входящие в состав калькуляции, подразделяют на **простые и комплексные**. Простые состоят из одного экономического элемента (заработная плата). Комплексные статьи включают несколько элементов затрат и могут быть разложены на простые составляющие (общепроизводственные, общехозяйственные расходы).

Учет затрат необходим для определения финансовых результатов деятельности предприятия.

#### ***7.4. Теория оптимального объема выпуска продукции***

Оптимальный объем производства продукции – это такой объем, который обеспечивает выполнение заключенных договоров и обязательств по производству продукции в установленные сроки с минимумом затрат и максимально возможной эффективностью.

Оптимальный объем производства продукции можно определить двумя методами:

- методом сопоставления валовых показателей;
- методом сопоставления предельных показателей.

При использовании этих методов применяются следующие допущения:

- предприятие производит и реализует только один товар;

- целью предприятия является максимизация прибыли в рассматриваемый период;

- оптимизируются только цена и объем производства, поскольку предполагается, что все остальные параметры деятельности предприятия остаются неизменными;

- объем производства в рассматриваемый период равен объему реализации.

Однако, несмотря на жесткие рамки приведенных допущений, применение указанных методов в значительной мере повышает вероятность принятия верных решений.

Рассмотрим на примере определение оптимального объема производства продукции по вышеперечисленным методам.

В табл. 7.1 приведены исходные данные для определения оптимального объема производства продукции.

Таблица 7.1

Объем реализации продукции и издержки на ее производство

Объем	Постоянные	Переменные	Валовые
0	1200	0	1200
10	1200	200	1400
20	1200	360	1560
30	1200	490	1690
40	1200	610	1810
50	1200	760	1960
60	1200	960	2160
70	1200	1220	2420
80	1200	1550	2750
90	1200	1980	3180
100	1200	2560	3760

Применение метода сопоставления валовых показателей для определения оптимального объема производства продукции предполагает следующую последовательность действий:

- определяется величина объема производства, при котором достигается нулевая прибыль;

- устанавливается объем производства с максимальной прибылью.

Рассмотрим объем реализации продукции (табл. 7.2)

Таблица 7.2

Объем реализации продукции с максимальной прибылью

Объем	Цена,	Валовая	Валовые	Прибыль,
-------	-------	---------	---------	----------

реализации, тыс.шт	руб.	выручка, тыс.руб.	издержки, тыс.руб.	тыс. руб.
0	-	0	1200	-1200
10	48	480	1400	-920
20	48	960	1560	-600
30	48	1440	1690	-250
40	48	1920	1810	110 440
50	48	2400	1960	720
60	48	2880	2160	940
70	48	3360	2420	1090
80	48	3840	2750	1140
90	48	4320	3180	1040
100	48	4800	3760	

Исходя из данных таблицы, мы можем сделать следующие выводы:

- нулевая прибыль достигается при объеме производства и реализации в интервале от 30 до 40 тыс. шт. продукции;
- максимальная величина прибыли (1140 тыс. руб.) получается при объеме производства и реализации продукции в 90 тыс. шт., что и является в данном случае оптимальным объемом производства.

Метод сопоставления предельных показателей позволяет установить, до каких пределов рентабельно увеличение производства и реализации. В его основе лежит сопоставление предельных издержек и предельного дохода. При этом действует правило: если величина предельного дохода на единицу продукции превышает величину предельных издержек на единицу продукции, то увеличение производства и реализации будет рентабельно.

Прежде чем перейти к определению оптимального объема производства продукции по методу сопоставления предельных показателей, следует рассмотреть такое понятие, как *предельные издержки*. При формировании производственного плана предприятия важно установить характер увеличения объемов производства при добавлении дополнительных производственных переменных факторов к уже имеющимся фиксированным ресурсам и как в этом случае будут складываться совокупные издержки производства и реализации. Ответ на данный вопрос дает «закон убывающей отдачи». Его суть состоит в том, что, начиная с определенного момента, последовательное присоединение единиц переменного ресурса (например, труда) к неизменному фиксированному ресурсу (например, основным фондам) дает уменьшающийся добавочный, или предельный, продукт в расчете на каждую последующую единицу переменного ресурса. Рассмотрим данное высказывание на примере (табл. 7.3).

Таблица 7.3.

Динамика показателей деятельности предприятия

Вложение	Общий	Предельная	Средняя
----------	-------	------------	---------

переменного ресурса труда	объем производства, тыс.руб	производительность	производительность (2 столбец:1 столбец)
0	0	0	-
1	5	50	5
2	15	10	7,5
3	30	15	10
4	38	8	9,5
5	45	7	9
6	51	6	8,5

Из таблицы видно, что чем больше привлекается дополнительных работников, тем больше выпускается продукции. Однако каждый раз привлечение еще одного дополнительного работника дает неодинаковую прибавку к увеличению объема продукции. Эта прибавка представляет собой предельный продукт труда одного работника. Он рассчитывается путем простого вычитания рассматриваемого уровня производства из последующего увеличения объема производства. В нашем примере предельный продукт на одного дополнительно привлекаемого работника увеличивается до третьего работника, а затем начинает падать. Такое изменение роста предельного продукта объясняется снижением роста средней производительности труда на одного работника. Это вызывается тем, что при росте численности работников основные фонды остаются неизменными. Исходя из рассмотренной ситуации, не следует делать поспешных выводов о прекращении производства дополнительной продукции, поскольку снижение величины прироста объемов производства на каждого привлекаемого одного работника еще не свидетельствует о том, что производство дополнительных единиц продукции нерентабельно. Все зависит от того, увеличивается ли прибыль при найме еще одного работника. Например, если цена продукции на рынке неизменна, то предприятие получит доход в результате того, что оно имеет для продажи больше продуктов, при условии, что величина дополнительных издержек, связанных с наймом дополнительного работника, будет меньше цены товара.

Из приведенного примера можно предположить, что себестоимость единицы продукции, произведенной с помощью привлечения дополнительной рабочей силы, снижается до определенного момента, а затем снова начинает расти. Падение или рост себестоимости каждой дополнительной единицы продукции называется *предельной себестоимостью*.

Концепция предельных издержек имеет большое практическое значение, поскольку показывает издержки, которые предприятию придется понести в случае увеличения производства на одну единицу. Однако одновременно данная концепция показывает издержки, которые предприятие «сэкономит» в случае сокращения объема производства на эту последнюю единицу. Таким образом, издержки производства в условиях рыночных отношений следует рассматривать не просто как произведенные затраты на приобретение всего

необходимого для производства продукции и ее изготовления, но и как установление лучшей возможности по их использованию, т. е., говоря иначе, необходимо формировать такие издержки, которые дают наилучший результат.

Вернемся к определению оптимального объема производства продукции по методу сопоставления предельных показателей. Расчет оптимального объема производства продукции представлен в табл.7.4.

Таблица 7.4

Расчет оптимального объема производства продукции методом сопоставления предельных показателей

Объем реализации, тыс.шт.	Предельный доход, руб.	Предельные издержки, руб.	Предельная прибыль, руб.
10	48	20	28
20	48	16	32
30	48	13	35
40	48	12	36
50	48	15	33
60	48	20	28
70	48	26	22
80	48	33	15
90	48	43	5
100	48	58	-10

В нашем случае предельным доходом на единицу продукции является рыночная цена единицы изделия. Предельные издержки представляют собой разницу между последующими общими издержками и предыдущими общими издержками (см. метод сопоставления валовых показателей), поделенные на объем производства. Предельная прибыль находится как разница между предельным доходом и предельными издержками.

Таким образом, исходя из данных таблицы, можно сделать следующие выводы:

- расширение объемов производства продукции эффективно (рентабельно) до 90 тыс. шт.;
- любое увеличение объемов производства свыше 90 тыс. шт. продукции при неизменной величине цены приведет к уменьшению валовой прибыли, поскольку величина дополнительных издержек превысит величины дополнительного дохода на единицу продукции.

### ***7.5. Снижение затрат и себестоимости продукции и услуг***

Решающим условием снижения себестоимости служит непрерывный технический прогресс. Внедрение новой техники, комплексная механизация и автоматизация производственных процессов, совершенствование

технологии, внедрение прогрессивных видов материалов позволяют значительно снизить себестоимость продукции.

Серьезным резервом снижения себестоимости продукции является расширение специализации и кооперирования. На специализированных предприятиях с массово-поточным производством себестоимость продукции значительно ниже, чем на предприятиях, вырабатывающих эту же продукцию в небольших количествах. Развитие специализации требует установления и наиболее рациональных кооперированных связей между предприятиями.

Снижение себестоимости продукции обеспечивается прежде всего за счет повышения производительности труда. С ростом производительности труда сокращаются затраты труда в расчете на единицу продукции, а следовательно, уменьшается и удельный вес заработной платы в структуре себестоимости.

Успех борьбы за снижение себестоимости решает, прежде всего, рост производительности труда рабочих, обеспечивающий в определенных условиях экономию на заработной плате. Рассмотрим, в каких условиях при росте производительности труда на предприятиях снижаются затраты на заработную плату рабочих. Увеличение выработки продукции на одного рабочего может быть достигнуто за счет осуществления организационно-технических мероприятий, благодаря чему изменяются, как правило, нормы выработки и соответственно им расценки за выполняемые работы. Увеличение выработки может произойти и за счет перевыполнения установленных норм выработки без проведения организационно-технических мероприятий. Нормы выработки и расценки в этих условиях, как правило, не изменяются.

В первом случае, когда изменяются нормы выработки и расценки, предприятие получает экономию на заработной плате рабочих. Объясняется это тем, что в связи со снижением расценок доля заработной платы в себестоимости единицы продукции уменьшается. Однако это не приводит к снижению средней заработной платы рабочих, так как приводимые организационно-технические мероприятия дают возможность рабочим с теми же затратами труда выработать больше продукции. Таким образом, проведение организационно-технических мероприятий с соответствующим пересмотром норм выработки позволяет снижать себестоимость продукции за счет уменьшения доли заработной платы в единице продукции одновременно с ростом средней заработной платы рабочих.

Во втором случае, когда установленные нормы выработки и расценки не изменяются, величина затрат на заработную плату рабочих в себестоимости единицы продукции не уменьшается. Но с ростом производительности труда увеличивается объем производства, что приводит к экономии по другим статьям расходов, в частности сокращаются расходы по обслуживанию производства и управлению. Происходит это потому, что в цеховых расходах значительная часть затрат (а в общезаводских почти полностью) - условно-постоянные расходы (амортизация оборудования,

содержание зданий, содержание цехового и общезаводского аппарата и другие расходы), не зависящие от степени выполнения плана производства. Это значит, что их общая сумма не изменяется или почти не изменяется в зависимости от выполнения плана производства. Отсюда следует, что, чем больше выпуск продукции, тем меньше доля цеховых и общезаводских расходов в ее себестоимости.

С ростом объема выпуска продукции прибыль предприятия увеличивается не только за счет снижения себестоимости, но и вследствие увеличения количества выпускаемой продукции. Таким образом, чем больше объем производства, тем при прочих равных условиях больше сумма получаемой предприятием прибыли.

Важнейшее значение в борьбе за снижение себестоимости продукции имеет соблюдение строжайшего режима экономии на всех участках производственно-хозяйственной деятельности предприятия. Последовательное осуществление на предприятиях режима экономии проявляется прежде всего в уменьшении затрат материальных ресурсов на единицу продукции, сокращении расходов по обслуживанию производства и управлению, в ликвидации потерь от брака и других непроизводительных расходов.

Материальные затраты, как известно, в большинстве отраслей промышленности занимают большой удельный вес в структуре себестоимости продукции, поэтому даже незначительное сбережение сырья, материалов, топлива и энергии при производстве каждой единицы продукции в целом по предприятию дает крупный эффект.

Предприятие имеет возможность влиять на величину затрат материальных ресурсов, начиная с их заготовки. Сырье и материалы входят в себестоимость по цене их приобретения с учетом расходов на перевозку, поэтому правильный выбор поставщиков материалов влияет на себестоимость продукции. Важно обеспечить поступление материалов от таких поставщиков, которые находятся на небольшом расстоянии от предприятия, а также перевозить грузы наиболее дешевым видом транспорта. При заключении договоров на поставку материальных ресурсов необходимо заказывать такие материалы, которые по своим размерам и качеству точно соответствуют плановой спецификации на материалы, стремиться использовать более дешевые материалы, не снижая в то же время качества продукции.

Основным условием снижения затрат сырья и материалов на производство единицы продукции является улучшение конструкций изделий и совершенствование технологии производства, использование прогрессивных видов материалов, внедрение технически обоснованных норм расходов материальных ценностей.

Сокращение затрат на обслуживание производства и управление также снижает себестоимость продукции. Размер этих затрат на единицу продукции зависит не только от объема выпуска продукции, но и от их абсолютной суммы. Чем меньше сумма цеховых и общезаводских расходов

в целом по предприятию, тем при прочих равных условиях ниже себестоимость каждого изделия.

## ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ

### Вопросы для самопроверки

1. Каков состав затрат, включаемых в себестоимость продукции? Какова их классификация?
2. В чем состоит назначение группировки затрат по экономическим элементам?
3. В чем экономическое назначение классификации затрат по статьям калькуляции?
4. Дайте определение постоянных и переменных затрат.
5. Сущность аналитического метода определения точки безубыточности.
6. Перечислите основные методы определения оптимального выпуска продукции.

### Типовой пример

#### Задача 1

В цехе произведено 200 шт. изделия А и 400 шт. изделия Б. Составьте смету затрат на производство по цеху и калькуляцию себестоимости каждого вида продукции.

Исходные данные, тыс. руб., приведены в таблице:

Показатели	Всего	На изделия	
		А	Б
1	2	3	4
1. Зарботная плата производственных рабочих	200	120	80
2. Основные материалы	140	80	60
3. Зарплата административно-управленческого персонала	80	–	–
4. Зарботная плата вспомогательных рабочих	80	–	–
5. Амортизация здания	60	–	–

6. Электрическая энергия на технологические цели	100	40	60
1	2	3	4
7. Электрическая энергия на освещение цеха	40	–	–
8. Амортизация оборудования	160	–	–
9. Прочие затраты	200	–	–

### ***Решение***

Для того чтобы составить смету затрат на производство, нужно суммировать однородные по экономическому содержанию затраты в соответствии со статьями сметы затрат.

1. В статье «материальные затраты» отразим стоимость основных материалов и затраты на электрическую энергию:

$$MЗ = 200 + 100 + 40 = 340 \text{ тыс. руб.}$$

2. Статья «затраты по оплате труда» представит собой заработную плату производственных рабочих и административно-управленческого персонала:

$$ЗП = 200 + 80 + 80 = 360 \text{ тыс. руб.}$$

3. В статье «амортизация» отразится суммарная амортизация стоимости здания и оборудования:

$$А = 60 + 160 = 220 \text{ тыс. руб.}$$

4. Сумму прочих затрат перенесем без изменения:

$$ПЗ = 200 \text{ тыс. руб.}$$

Итого общие затраты по смете составят:

$$340 + 360 + 220 + 200 = 1\,120 \text{ тыс. руб.}$$

Сумма по смете затрат дает общие затраты подразделения, но не дает возможности определить себестоимость каждого вида продукции. Для этого нужно составить калькуляцию. В строках 3–5, 7–9 таблицы с исходными данными отражены косвенные затраты, которые нужно распределить между двумя видами продукции. Распределим их пропорционально прямым

затратам, отраженным в строках 1, 2, 6. Для этого косвенные затраты по каждому виду продукции умножим на следующие коэффициенты:

а) для продукции А

$$K_A = (120 + 80 + 40) / (200 + 140 + 100) = 0,55;$$

б) для продукции Б

$$K_B = (80 + 60 + 60) / (200 + 140 + 100) = 0,45.$$

Результаты расчетов поместим в таблицу, строки которой представляют собой статьи калькуляции:

Статья калькуляции	Затраты, тыс. руб.		
	Всего	Изделие А	Изделие Б
1. Заработная плата производственных рабочих	200	120	80
2. Основные материалы	140	80	60
3. Электрическая энергия на технологические цели	100	40	60
4. Общепроизводственные затраты (сумма строк 3–5, 7–9 исходной таблицы)	680	374	306
Всего затрат	1 120	614	5 069
На единицу продукции	–	3,07	1,265

## Тема 8. Налоги и налоговая система

### 8.1. Понятие и сущность налогов

Государству для выполнения своих функций необходимы финансовые средства, которые оно и получает посредством налогов. Поэтому государство не может обойтись без налогов. Управление экономикой, оборона, суд, таможня, охрана порядка, бесплатное медицинское обслуживание и образование - вот далеко не полный перечень тех направлений расходов бюджета страны, для финансирования которых необходимо собирать налоги. Таким образом, со времени возникновения государства налоги стали необходимой частью экономических отношений.

Понятие налога дано в статье 8 Налогового кодекса Российской Федерации НК РФ.

**Налог** - это обязательный, индивидуально безвозмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц в форме отчуждения принадлежащих им на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления денежных средств, в целях финансового обеспечения деятельности государства и (или) муниципальных образований.

Основными свойствами налогов являются их обязательность и безэквивалентность. Первое свойство связано с тем, что государство изымает определенную часть дохода налогоплательщика в виде обязательного взноса, в порядке общественного принуждения, а второе свидетельствует о том, что уплата налогов не сопровождается прямым встречным исполнением со стороны государства каких-либо обязательств или оказанием услуг.

От налогов следует отличать сборы.

**Сбор** - обязательный взнос, взимаемый с организаций и физических лиц, уплата которого является одним из условий совершения в интересах плательщиков сборов государственными органами, органами местного самоуправления, иными уполномоченными органами и должностными лицами юридически значимых действий, включая предоставление определенных прав или выдачу разрешений (лицензий).

Характерными чертами сбора являются: обязательность и оказание государственными или иными органами в интересах плательщиков услуги (юридически значимых действий). К таким услугам, например, относятся: регистрация предприятия, выдача лицензии.

Совокупность законов, правил и практических приемов, относящихся к сбору налогов, называется налогообложением.

Одним из основоположников системы налогообложения считается английский экономист А. Смит, который в своей книге «Исследования о природе и причинах богатства народов» сформулировал основные принципы налогообложения:

1. подданные всякого государства обязаны участвовать в поддержке государства по возможности, сообразно со своими средствами, т.е. соответственно тем доходам, которые получает каждый под охраной государства;

2. налог, который должен уплачивать каждый, должен быть точно определен, а не произведен. Время его уплаты, способ и размер уплачиваемого налога должны быть ясны и известны как самому плательщику, так и всякому другому;

3. каждый налог должен взиматься в такое время и таким способом, которые удобны для плательщика;

4. каждый налог должен быть устроен так, чтобы он извлекал из кармана населения возможно меньше сверх того, что поступает в кассы государства.

Современные определения налога делают акцент, во-первых, на принудительном характере налогообложения и, во-вторых, на отсутствии прямой связи между выгодой гражданина и налогами.

Экономическая сущность налогов сводится к изъятию государством части валового внутреннего продукта, создаваемого в стране, с целью формирования единого фонда денежных средств для последующего финансирования за счет него предоставления государственных услуг.

## 8.2. Функции налогов

Социально-экономическая сущность и роль налогов проявляется в их функциях, т. е. в основных направлениях воздействия налогов на развитие общества и государства. *Функции налогов являются способом выражения их различных свойств.* Функции показывают, каким путем реализуется общественное назначение налогов как инструмента распределения и перераспределения государственных доходов.

Налоги используются всеми государствами с рыночной экономикой как метод прямого воздействия на бюджетные отношения и через систему льгот и санкций воздействуют на производителей товаров, работ и услуг. Посредством налогов государство решает экономические, социальные и многие другие общественные проблемы.

Функции налогов следуют из их экономического содержания.

У налогов имеются четыре основные функции:

- фискальная;
- регулирующая (экономическая);
- распределительная;
- контрольная.

**Фискальная** функция реализует формирование единого денежных средств государства. Именно фискальный потенциал налогов предопределяет возможность решения государством задач обороны, правоохранительных,

социальных задач, охраны природы и др. Данная функция налогов в известной степени первична по отношению ко всем остальным.

**Регулирующая функция** (экономическая, стимулирующая) - средство регулирования экономики путем увеличения или уменьшения общего налогового бремени для целевого воздействия на отдельные категории налогоплательщиков или виды деятельности через установление налоговых льгот, снижение налоговых ставок и др.

**Распределительная** (или перераспределительная) функция предполагает, что в процессе формирования государственного бюджета (единого фонда денежных средств) часть созданного валового внутреннего продукта перераспределяется из одних отраслей экономики и регионов в другие в соответствии с целями, которые в данный момент преследует общество и реализует государство.

**Контрольная** (иногда выделяемая) функция налогообложения, дающая возможность соизмерения расходов государства и потенциала экономики и общества по формированию доходной части бюджетной системы. Фактически в рамках данной функции происходит оценка эффективности налоговой системы по обеспечению необходимых для общества расходов.

Функции налога тесно взаимосвязаны. Рациональность действующего законодательства определяется и степенью относительного равновесия налоговых функций. Однако на практике фискальная функция налога всегда реальна, а регулирующая функция может существовать номинально или быть деформирована. Поэтому поиск оптимального соотношения налоговых функций ведется непрерывно, ибо их относительное равновесие позволяет сформировать бюджет, не ущемляя экономических интересов налогоплательщиков.

*Важнейшая из функций — фискальная, которая реализует основное общественное предназначение налогов – формирование финансовых ресурсов государства, необходимых для его жизнедеятельности.*

### **8.3. Элементы налога и их характеристика**

Прежде чем взимать тот или иной налог, государство в лице законодательных или представительных органов власти в законодательных актах должно определить элементы налога. *Элементы налога - это принципы построения и организации налогов.*

К элементам налога относятся:

- налогоплательщик;
- объект налогообложения;
- налоговая база;
- единица обложения;
- налоговые льготы;
- налоговая ставка;

- порядок исчисления;
- налоговый оклад;
- источник налога;
- налоговый период;
- порядок и способы уплаты;
- срок уплаты налога.

#### **8.4. Налогоплательщики**

*Субъект налога, или налогоплательщик – это организации и физические лица, на которых в соответствии с Налоговым кодексом возложена обязанность уплачивать налоги и сборы.*

Субъект налога не всегда является реальным его плательщиком. Это происходит потому, что существует экономическая возможность переложения тяжести налога с субъекта, который перечисляет налог в бюджет, на другое лицо, последнее называется носителем налога.

В налоговом законодательстве под **организацией** понимаются юридические лица, образованные в соответствии с законодательством Российской Федерации, а также иностранные юридические лица, компании и другие корпоративные образования, обладающие гражданской правоспособностью, созданные в соответствии с законодательством иностранных государств, международные организации, их филиалы и представительства, созданные на территории Российской Федерации.

Под **физическими лицами** понимаются граждане Российской Федерации, иностранные граждане и лица без гражданства. К этой категории налогоплательщиков относятся и предприниматели, осуществляющие свою деятельность без образования юридического лица.

Плательщики налога, физические лица, разделены на две группы:

- физические лица, являющиеся налоговыми резидентами Российской Федерации;
- физические лица, не являющиеся налоговыми резидентами Российской Федерации.

К резидентам относятся физические лица, фактически находящиеся на территории Российской Федерации не менее 183 дней в календарном году. Если физическое лицо фактически находится на территории России менее 183 дней в календарном году, то оно не является налоговым резидентом.

С вступлением в силу Налогового кодекса филиалы и иные обособленные подразделения перестали быть самостоятельными плательщиками, т.к. не несут ответственности по уплате налога, а лишь могут исполнять обязанность своей организации по уплате налога. При выполнении этой обязанности организации по уплате налогов и сборов, филиалы и другие обособленные подразделения выступают не от своего имени, а от имени организации и не являются сами по себе носителями прав

и обязанностей. Таким образом, исполнение обязанности по уплате налогов осуществляется организацией через свои филиалы по месту их нахождения, однако налогоплательщиком остается сама организация. Именно организация должна встать на учет по месту нахождения филиала, она должна вести учет доходов, расходов и иных объектов налогообложения.

По законодательству некоторых зарубежных стран в качестве налогоплательщиков может выступать семья в целом, а не конкретный гражданин.

Налогоплательщик не всегда является реальным плательщиком налога. Это происходит потому, что существует экономическая возможность переложения тяжести налога с субъекта, который перечисляет налог в бюджет, на другое лицо. Последнее называется носителем налога. **Носитель налога** - это лицо, которое, в конечном итоге, принимает на себя тяжесть налога и действительно платит налог по завершении процессов переложения налога. Например, налогоплательщиками налога на добавленную стоимость (НДС) являются организации и предприниматели, производящие и реализующие продукцию. Они должны исчислять сумму налога и перечислять ее в бюджет. Сумма налога включается в стоимость продукции, поэтому покупатель, приобретая товар, оплачивает и сумму НДС. Если этот покупатель использует товар для производства другой продукции и затем ее реализует или просто перепродает купленный товар, то он возмещает себе уплаченную сумму налога. Если покупатель является конечным потребителем товара (т.е. не использует его на производственные цели и не перепродает), то он является носителем налога, реальным его плательщиком.

### **8.5. Объект налогообложения**

**Объектами налогообложения** являются:

- операции по реализации товаров (работ, услуг);
- имущество;
- прибыль;
- доход;
- стоимость реализованных товаров (выполненных работ, оказанных услуг);
- иной объект, имеющий стоимостную, количественную или физическую характеристики, с наличием которого у налогоплательщика законодательство о налогах и сборах связывает возникновение обязанности по уплате налога.

Каждый налог имеет самостоятельный и прямо названный в законе объект налогообложения. В статье 38 Налогового кодекса Российской Федерации дается понятие различных видов объекта налогообложения.

Под **имуществом** понимаются виды объектов гражданских прав (за исключением имущественных прав), относящихся к имуществу в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации: вещи, включая, деньги и ценные бумаги, а также иное имущество.

**Товаром** признается любое имущество, реализуемое или предназначенное для реализации. Материальный или нематериальный объект может быть признан или не признан товаром. Так, находящиеся в собственности физического лица и используемое им для собственных нужд имущество (автомобиль) не является товаром, пока собственник имущества не изъявит в той или иной форме желание продать это имущество.

**Работой** признается деятельность, результаты которой имеют материальное выражение и могут быть реализованы для удовлетворения потребностей организации и (или) физических лиц.

**Услуга** — это деятельность, результаты которой не имеют материального выражения и которые (результаты) реализуются и потребляются в процессе этой деятельности.

Таким образом, услуга в отличие от работы не имеет материального выражения и не может быть реализована для последующего удовлетворения потребностей.

### ***8.6. Налоговая база и единица обложения***

Для того чтобы исчислить налог, недостаточно определить ее объект, необходимо рассчитать налоговую базу. Она служит для количественного измерения объекта налога. Таким образом, **налоговая база** — это количественная оценка объекта налогообложения. Для ее получения необходимо выбрать **единицу обложения** - единицу измерения объекта налога. На практике используются денежные (рубли, экю) и натуральные (лошадиная сила) единицы обложения.

Исчисление налоговой базы может основываться на данных бухгалтерского учета, специальных налоговых регистрах, справках о доходах и других документов. Предприниматели исчисляют налоговую базу на основе данных учета доходов и расходов.

При обнаружении ошибок в исчислении налоговой базы, относящихся к прошлым налоговым периодам, в отчетном налоговом периоде производится перерасчет налоговых обязательств за период совершения ошибки.

### ***8.7. Налоговые льготы.***

Часто бывает, что налогом облагается не весь объект, а только часть его. Кроме того, некоторые виды деятельности или категории налогоплательщиков могут быть освобождены от уплаты налогов. Все это определяется налоговыми льготами. **Налоговые льготы** - предоставляемые отдельным категориям налогоплательщиков и плательщиков сборов преимущества, предусмотренные законодательством о налогах и сборах, по сравнению с другими налогоплательщиками или плательщиками сборов, включая возможность не уплачивать налог или сбор, либо уплачивать их в меньшем размере.

При наличии соответствующих оснований налогоплательщик может воспользоваться предусмотренными законодательством о налогах и сборах льготами или отказаться от их использования, если эта возможность оговорена в законе.

**Льготами по налогам и сборам** признаются предусмотренные законодательством преимущества, предоставляемые отдельным категориям налогоплательщиков и плательщиков сборов, включая возможность не уплачивать налог или сбор либо уплачивать их в меньшем размере.

Нормы законодательства о налогах и сборах, определяющие основания, порядок и условия применения льгот, не могут носить индивидуального характера (ст. 56 Кодекса).

Следовательно, налоговые льготы используют для сокращения размера налогового обязательства налогоплательщика и для отсрочки или рассрочки платежа (в этом случае кредит налогоплательщику предоставляется как бы бесплатно или на льготных условиях). *При этом налогоплательщик может отказаться от использования льготы либо приостановить ее использование на один или несколько налоговых периодов.*

В зависимости от того, на изменение какого из элементов структуры налога направлены налоговые льготы, они подразделяются на три вида:

- **изъятия** — это налоговые льготы, направленные на выведение из-под налогообложения отдельных предметов (объектов) налогообложения. Изъятия могут предоставляться как на постоянной основе, так и на ограниченный срок, как всем плательщикам налога, так и отдельной категории налогоплательщиков;

- **скидки** — это льготы, направленные на сокращение налоговой базы. Они подразделяются на лимитированные (размер скидок ограничен) и нелимитированные (налоговая база может быть уменьшена на всю сумму расходов налогоплательщика). **Скидки бывают общими** (ими пользуются все плательщики) и **специальными** (для отдельных категорий субъектов); стандартными и нестандартными. Так, в России при налогообложении граждан льготы подразделяются на четыре группы:

- 1) стандартные налоговые вычеты;
- 2) социальные налоговые вычеты;
- 3) имущественные налоговые вычеты;
- 4) профессиональные налоговые вычеты;

Сокращение налогового оклада (валового налога) может быть частичным и полным, на определенное время и бессрочно. Полное освобождение от уплаты налога на определенный период называется **налоговыми каникулами**.

**Отсрочка уплаты налога** — перенос предельного срока уплаты полной суммы налога на более поздний срок; **рассрочка уплаты налога** - деление суммы налога на части с установлением сроков уплаты этих частей. Порядок и условия предоставления отсрочки или рассрочки по уплате налога и сбора определены ст. 64 Кодекса (Предоставление отсрочек или рассрочек

имеет платный характер. За предоставляемые отсрочки (рассрочки) по уплате залогов в части, зачисляемой в федеральный бюджет, взимается плата в виде процентов в размере 0,5 ставки рефинансирования Центрального банка РФ.)

**Возврат ранее уплаченного налога** как налоговая льгота имеет другое наименование — **налоговая амнистия**.

Дополнительные виды льгот применительно к российскому законодательству о налогах и сборах — это налоговый кредит и инвестиционный налоговый кредит .

- **налоговые кредиты** — это льготы, направленные на уменьшение налоговой ставки или налогового оклада. Большинство видов этого кредита являются и безвозвратными, и бесплатными. Существуют следующие формы предоставления налоговых кредитов: снижение ставки налога, вычет из налогового оклада (валового налога), отсрочка или рассрочка налога, возврат ранее уплаченного налога (части налога), зачет ранее уплаченного налога, целевой (инвестиционный) налоговый кредит.

- **инвестиционный налоговый кредит** — такое изменение срока уплаты налога, при котором организации при наличии соответствующих оснований предоставляется возможность в течение определенного срока и в определенных пределах уменьшать свои платежи по налогу с последующей поэтапной уплатой суммы кредита и начисленных процентов.

Порядок и условия предоставления инвестиционного налогового кредита оговорены в ст. 67 Кодекса. Выделены три основания для предоставления организациям такого вида кредита:

- 1) проведение научно-исследовательских или опытно-конструкторских работ, либо технического перевооружения собственного производства;
- 2) осуществление внедренческой или инновационной деятельности;
- 3) выполнение особо важного заказа по социально-экономическому развитию региона или предоставление особо важных услуг населению.

## ***8.8. Налоговая ставка, налоговый оклад и источник уплаты налога.***

**Налоговая ставка** - это величина налоговых начислений на единицу измерения налоговой базы. Следовательно, ставка налога есть норма налогового обложения. Относительно данного элемента налога в ст. 53 Кодекса указано: «Налоговая ставка представляет собой величину налоговых начислений на единицу измерения налоговой базы... Налоговые ставки по региональным и местным налогам устанавливаются соответственно законами субъектов Российской Федерации, нормативными правовыми актами представительных органов местного самоуправления в пределах, установленных настоящим Кодексом».

В зависимости от способа определения суммы налога выделяют:

- **равные ставки**, когда для каждого налогоплательщика устанавливается равная сумма налога (например, налог на благоустройство территории);

- **твердые ставки**, когда на каждую единицу налогообложения определен зафиксированный размер налога (например 70 коп. за один квадратный метр площади);

- **процентные ставки**, когда с каждого рубля, (например, прибыли предусмотрено 24% налога.);

В зависимости от степени изменчивости ставок налога различают:

- **общие ставки** (например НДС взимается по ставке 18%);
- **повышенные ставки** (например, кроме общей ставки при уплате налога на доходы физических лиц 13% имеются две другие — 30 и 35%);
- **пониженные ставки**. Так, при упомянутой общей ставке НДС предусмотрены пониженная — 10% и нулевая ставка.

В зависимости от содержания различают ставки:

- **маргинальные**, которые непосредственно даны в нормативном акте о налоге;

- **фактические**, определяемые как отношение уплаченного налога к налоговой базе;

- **экономические**, определяемые как отношение уплаченного налога ко всему полученному доходу.

Если налоговую базу умножить на налоговую ставку, то в результате получим величину, которая называется **налоговым окладом**.

**Источник налога** - это доход, из которого субъект уплачивает налог. По ряду налогов объект и источник налога могут совпадать.

### ***8.9. Налоговый период и срок уплаты налога.***

Последние два элемента налога дают ему временную характеристику.

**Налоговый период** - это срок, в течение которого формируется налоговая база и окончательно определяется размер налогового обязательства.

Согласно ст.55 НК РФ «под налоговым периодом понимается календарный год или иной период времени применительно к отдельным налогам, по окончании которого определяется налоговая база и счисляется сумма налога, подлежащая уплате». Налоговым периодом может быть квартал, месяц, год и др.

Помимо этого налоговый период является:

- а) базой для определения по временному фактору налогового резидентства;

- б) основой для определения круга соответствующих обязанностей у налогоплательщика;

- в) необходимым элементом в отношении по налоговому контролю и в отношении по привлечении к ответственности.

Следует различать понятия «налоговый период» и «отчетный период».

**Отчетный период** - промежуток времени, определяемый нормативными документами по бухгалтерскому учету, который включает

происходившие на его протяжении или относящиеся к нему факты хозяйственной деятельности, отражаемые экономическими субъектами в бухгалтерских регистрах и отчетности.

Иногда налоговый период и отчетный период могут совпадать, иногда отчетность представляется несколько раз за налоговый период. Так, в целях исчисления и уплаты налога на прибыль организаций налоговым периодом может признаваться год, а отчетным периодом – первый квартал, полугодие и 9 месяцев календарного года.

**Срок уплаты налога** - это период времени, когда налог вносится в бюджет или внебюджетный фонд. Срок уплаты налога определяется календарной датой или истечением периода времени, исчисляемого годами, кварталами, месяцами, неделями и днями, а также с указанием на событие, которое должно наступить или произойти, либо действие, которое должно быть совершено.

Поэтому в зависимости от сроков уплаты выделяют налоги срочные и периодически-календарные.

К *срочным* платежам относится, например, уплата государственной пошлины.

*Периодично-календарные* налоги делятся на декадные, месячные, квартальные, полугодовые и годовые. К ним, в частности, относятся: акцизы, НДС, налог на прибыль организаций, налог на имущество, налог на доходы физических лиц.

Со срочностью налоговых платежей связано понятие «**недоимка**» — сумма налога, не внесенного в бюджет (внебюджетный фонд) по истечении установленных сроков.

При применении российского законодательства следует иметь в виду:

- срок уплаты налога устанавливается и изменяется только актами законодательства о налогах и сборах. Никакими другими нормативными правовыми актами сроки уплаты налогов устанавливаться не могут;
- обязанность по уплате налога должна быть выполнена в срок, иначе на налогоплательщика накладываются штрафные санкции. Так, в соответствии с п. 2 ст. 57 Кодекса «при уплате налога и сбора с нарушением срока уплаты налогоплательщик (плательщик сбора) уплачивает пени»;
- изменение срока уплаты налога не отменяет действующей и не создает новой обязанности по уплате налога.

Органами, в компетенцию которых входит принятие решения об изменении срока уплаты налога, являются: Министерство финансов России, финансовые органы субъекта Российской Федерации и муниципального образования, Государственный таможенный комитет, органы внебюджетных фондов.

**Изменение срока уплаты налога и сбора** осуществляется в форме отсрочки, рассрочки, налогового кредита и инвестиционного налогового кредита.

Если налогоплательщик не уплатит налог в срок, то к нему применяются финансовые (пеня) и налоговые (штрафные) санкции.

### **8.10. Порядок исчисления и порядок уплаты налога**

Как правило, налогоплательщик самостоятельно исчисляет сумму налога, подлежащую уплате за налоговый период исходя из налоговой базы, налоговой ставки и налоговых льгот, установленных законодательными актами.

Таким образом, в качестве основного порядка налоговое законодательство закрепило приоритет порядка «самообложения».

Обязанность по исчислению налога может быть возложена на налогового агента, который обязан исчислить сумму налога, подлежащую уплате за соответствующий налоговый период, рассчитав для этого налоговую базу и применив установленную законом налоговую ставку (налог на доходы физических лиц; налог на прибыль предприятий и организаций в части доходов в виде дивидендов по ценным бумагам и доходов от долевого участия в деятельности других организаций; налог на добавленную стоимость при аренде государственного или муниципального имущества и др.)

В ряде случаев законом установлено, что налоговый орган должен исчислить сумму налога (земельный налог, налог на имущество физических лиц). Тогда налоговый орган за 30 дней до наступления срока уплаты налога должен известить налогоплательщика о размере налога, налоговой базы и сроке уплаты.

**Порядок уплаты налога** — это определенные приемы внесения суммы налога в соответствующий бюджет или во внебюджетный фонд.

Порядок уплаты налога включает определение:

- направления платежа, т.е. куда платится налог: бюджет или внебюджетный фонд. Например, Единый Социальный налог уплачивается в Федеральный бюджет, ФФСС, ФФОМС, ТФОМС. Как правило, налоги в России платятся в рублях, но могут платиться и в иностранной валюте;
- механизма платежа. Большинство налогов платится, исходя из фактических данных за отчетный период. По налогу могут вноситься авансовые взносы. Уплата авансовых взносов предусмотрена по единому социальному налогу и по налогу на прибыль.
- субъекта налога; т.е. субъекта, который должен уплатить (перечислить) налог в бюджет. Это может быть налогоплательщик или налоговый агент.
- форму уплаты налога (наличная, безналичная).

**Налоговый оклад** — сумма, вносимая плательщиком в бюджет по одному налогу.

В ст. 58 Н Кодекса РФ приведен следующий порядок уплаты налогов и сборов.

Уплата налога производится разовой уплатой всей суммы налога либо в ином законодательно установленном порядке. Подлежащая уплате сумма налога уплачивается (перечисляется) налогоплательщиком или налоговым агентом в установленные сроки. Уплата налогов производится в наличной или безналичной форме. При отсутствии банка налогоплательщик или налоговый агент, являющийся физическим лицом, может уплачивать налоги иным способом (например, через государственную организацию связи). Конкретный порядок уплаты налога устанавливается налоговым законодательством применительно к каждому налогу.

### **8.11. Способы уплаты налогов.**

Существуют пять **основных способов уплаты налога:**

- *уплата налога по декларации* — на налогоплательщика возлагается обязанность представить в установленный срок в налоговый орган официальное заявление о своих налоговых обязательствах. На основании декларации налоговый орган исчисляет налог и вручает налогоплательщику извещение о его уплате. Данный способ недостаточно эффективен, поскольку он создает возможности для уклонения от налога, да и проверка деклараций трудоемка и занимает много времени;

- *уплата налога у источника дохода* — момент уплаты налога предшествует моменту получения дохода. Это как бы автоматическое удержание, безналичный способ;

- *кадастровый способ уплаты налога* — налог взимается на основе внешних признаков предполагаемой средней доходности имущества. При уплате устанавливаются фиксированные сроки взноса. Например, налог на имущество физических лиц уплачивается равными долями в два срока — к 15 сентября и 15 октября. В зависимости от объектов налогообложения выделяют домовую, земельный, промысловый, имущественный и прочие кадастры. Кадастровый способ является трудоемким, экономическая оценка объектов доходности — неустойчивой и неэластичной;

- *уплата налога в момент расходования доходов* — характерно для косвенного налогообложения, когда налог входит в цену товара. Этот способ наиболее эффективен, так как дает наибольший удельный вес поступлений в бюджет. Однако он имеет ряд недостатков в части развития производства и стимулирования деловой активности;

- *уплата налога в процессе потребления или использования имущества (движимого и недвижимого)* — налог взимается из дохода налогоплательщика ежегодно в установленном порядке.

**Налог считается уплаченным:**

- 1) с момента предъявления в банк поручения на уплату налога (при наличии достаточного денежного остатка на счете);

- 2) с момента внесения денежной суммы в счет уплаты налога в банк или в кассу органа местного самоуправления или организацию связи;

3) с момента вынесения налоговым органом или судом решения о зачете излишне уплаченных или излишне взысканных сумм налога;

4) с момента удержания налога налоговым агентом

#### **Налог не признается уплаченным:**

1) в случае отзыва налогоплательщиком или возврата банком поручения на перечисление суммы налога в бюджет;

2) если на момент предъявления в банк поручения на уплату налога налогоплательщик имеет иные неисполненные требования, предъявленные к счету (первоочередные по отношению к налоговым обязательствам), и средств на счете для удовлетворения всех требований недостаточно.

### **8.12. Методы налогообложения**

**Метод налогообложения** — порядок изменения ставки налога в зависимости от роста налоговой базы. В зависимости от изменения величины налоговой базы различают четыре метода налогообложения:

- **равное** — для каждого налогоплательщика применяется равная сумма налога;
- **пропорциональное** — для каждого налогоплательщика одинакова ставка налога;
- **регрессивное** — с ростом налоговой базы уменьшается ставка налога, например при взимании единого социального налога;
- **прогрессивное** — с ростом налоговой базы растет ставка налога. При использовании сложной прогрессии доходы делятся на ступени (части), каждая из которых облагается по своей ставке. Повышенные ставки действуют для ступени, превышающей предыдущую ступень.

### **8.13. Понятие и сущность налоговой системы.**

Страны строят свою налоговую систему на базе общепринятых принципов экономической теории о справедливости и эффективности налогообложения с учетом новейших научных достижений. Однако принципы построения налоговой системы в целом неоднозначны и во многом зависят от приверженности той или иной теории.

Взимаемые в установленном законодательством порядке налоги, сборы, пошлины и другие налоговые платежи в совокупности образуют основу любой налоговой системы. Но налоговые системы существенно отличаются друг от друга по набору налогов, их видам и структуре, способам взимания, базе, ставкам, льготам и фискальным полномочиям различных уровней власти. Поэтому на практике они предстают в виде многообразных форм с множеством национальных особенностей.

**Налоговая система** — взаимосвязанная совокупность действующих в данный момент в конкретном государстве существенных условий налогообложения.

Существенными условиями налогообложения, присущими налоговым системам, являются:

- принципы налоговой политики и налогообложения;
- система и принципы налогового законодательства;
- порядок установления и ввода в действие налогов;
- порядок распределения налогов по бюджетам;
- системы налогов, т. е. виды налогов и общие элементы налогов;
- права и ответственность участников налоговых отношений;
- порядок и условия налогового производства;
- формы и методы налогового контроля;
- система налоговых органов.

Налоговую систему характеризуют, во-первых, экономические показатели и, во-вторых, факторы политико-правового характера.

**1. Экономические характеристики налоговой системы** — это налоговый гнет, соотношение прямых и косвенных налогов, а также между налогами от внутренней и внешней торговли. Кроме того, налоговые системы раскрываются через те или иные типы налогообложения.

Развитие экономики во многом определяется достигнутым уровнем налоговых поступлений и той предельной налоговой нагрузкой, которая возможна в условиях действующей экономической политики государства и налогового законодательства. В России отсутствует общепринятая методика исчисления данного показателя. Имеются лишь отдельные измерители, дающие представление о тяжести обложения.

В широком смысле налоговое бремя (налоговая нагрузка) — это общая сумма уплачиваемых налогов, в узком смысле — уровень экономических ограничений, создаваемых отчислением средств на уплату налогов и отвлечением их от других возможных направлений использования.

**Налоговый гнет (налоговое бремя)** — отношение общей суммы налоговых сборов к совокупному национальному продукту, которое показывает, какая часть произведенного обществом продукта перераспределяется посредством бюджета.

**Налоговая нагрузка хозяйствующего субъекта** — относительная величина, характеризующая долю налогов в выбранном результативном показателе (доход, добавленная стоимость, прибыль и т. д.). В настоящее время предложены различные методики определения налогового бремени экономического субъекта. Различие их проявляется не только в определении результативного показателя, с которым соотносится сумма налогов, но и в использовании различного количества налогов, включаемых в расчет, в способах формализованного расчета (суммовые, мультипликативные).

**Соотношение прямых и косвенных налогов.** В менее развитых странах доля косвенных налогов высока, так как механизм их взимания и контроля более прост по сравнению с прямыми налогами. Структура налоговых поступлений в федеральный бюджет России заметно отличается от многих промышленно развитых стран: низка доля прямых налогов в доходной части бюджета и высока доля косвенных налогов (75-80%). Низкая

доля прямых налогов обусловлена незначительной по сравнению с другими странами важной составляющей — налогом на доходы физических лиц. В странах с развитой рыночной экономикой данный налог составляет 24-72% совокупных налоговых поступлений, а в России — на два порядка ниже. Характерно, что в нашей стране основная ставка этого налога составляет 13%, в Японии варьирует от 10 до 50%, в США — от 15 до 39,6%.

**Соотношение между налогами от внутренней и внешней торговли** — другой экономический показатель, характеризующий налоговую систему. Величина этого показателя в России — примерно 2:1.

Особенности налоговых систем также связывают с преобладанием в них тех или иных **типов налогообложения**. Для налоговой системы нашей страны характерны и пропорциональное налогообложение (налог на прибыль организаций, налог на доходы физических лиц), и прогрессивное (налог на имущество физических лиц), и регрессивное (единый социальный налог).

**2. Политико-правовые характеристики налоговой системы.** Эти характеристики, во-первых, отражают пропорции в распределении хозяйственных функций, социальных ролей между центральной администрацией и местными органами власти; во-вторых, роль налогов среди доходных источников бюджетов различных уровней; в-третьих, степень контроля центральной администрацией за органами местной власти.

Технические решения по реализации этих факторов охватывают эти формы взаимоотношений бюджетов различных уровней, условно Именуемых:

- *разные налоги* — эта форма подразумевает полное и неполное разделение Прав и ответственности различных уровней власти в установлении налогов. Пример: центр устанавливает полный перечень налогов и вводит федеральные налоги, а органы на местах — местные налоги;

- *разные ставки* — означает, что основные условия взимания того или иного налога устанавливает центральный орган власти, а местные органы определяют ставки налога, по которым исчисляется налог, зачисляемый в конкретный местный бюджет;

- *разные доходы* — для этой формы характерна ограниченность действий местных органов власти, поскольку между бюджетами различных уровней делятся суммы собранного налога.

Обычно на практике используются комбинации всех трех, реже — двух форм.

**Налоговая система бывает унитарной, двух или трех уровней.** Например, в Российской Федерации согласно Налоговому кодексу предусмотрена **трехуровневая система налогообложения**. Налоги подразделяются на:

- федеральные,
- налоги республик в составе России, краев и областей,
- местные налоги.

Такой порядок заменил прежнюю, практически унитарную систему формирования государственных доходов. В период централизованного

планирования государство одновременно обладало властью облагать налогами и в тоже время являлось владельцем предприятий.

Трехуровневые налоговые системы функционируют в большинстве федеральных государств. Например, в США функционируют федеральные налоги, налоги штатов и местные налоги. Это позволяет обеспечить возможность самостоятельного формирования бюджетов всем уровням управления при распределении некоторых налогов между ними.

**Системы налогов** в разных странах отличаются друг от друга по ряду факторов:

- структуре,
- набору налогов,
- способу взимания,
- налоговым ставкам,
- фискальным полномочиям различных уровней власти,
- налоговой базе,
- налоговыми льготам.

**Система налогов — это совокупность налоговых платежей, взимаемых на территории страны.**

Следует отметить, что в качестве источников налоговых платежей, взимаемых в Российской Федерации, может выступать:

- *выручка от реализации продукции*: налог на добавленную стоимость, акцизы, экспортная таможенная пошлина;
- *себестоимость продукции (товаров, услуг)*: земельный налог, транспортный налог, плата за право пользования недрами, платежи за загрязнение окружающей среды, плата за воду, отчисления на воспроизводство минерально-сырьевой базы;
- *финансовый результат деятельности предприятия*: налог на имущество организаций, налог на содержание жилищного фонда и объектов социально-культурной сферы, налог на нужды образовательных учреждений;
- *налогооблагаемая прибыль*: налог на прибыль организаций;
- *чистая прибыль*: платежи за сверхнормативные потери полезных ископаемых и за загрязнение окружающей среды, местные налоги за счет чистой прибыли.

#### **8.14. Классификация налогов.**

При многочисленности и разнообразии налогов классификация позволяет устанавливать их сходства и различия. Отдельные группы налогов требуют особых условий обложения и взимания, специфических административно-финансовых мер. Этим объясняется как теоретическая, так и практическая ценность классификации налогов, т. е. разделение их на группы и подгруппы в соответствии с теми или иными признаками (основаниями).

По мере развития систем налогообложения изменялся принцип классификации налогов, появлялись новые признаки, характеризующие ту или иную налоговую систему. Один из возможных вариантов классификации налогов, предусматривающий рассмотрение совокупности налогов по семи основаниям, представлен ниже.

### **1. По способу взимания различают прямые и косвенные налоги.**

- **Прямые налоги** взимаются непосредственно с имущества или доходов налогоплательщика. Окончательным плательщиком прямых налогов выступает владелец имущества (дохода). Эти налоги подразделяются на **реальные прямые** налоги, которые уплачиваются с учетом не действительного, а предполагаемого среднего дохода плательщика, и **личные прямые** налоги, которые уплачиваются с реально полученного дохода и учитывают фактическую платежеспособность налогоплательщика.

- **Косвенные налоги** включаются в цену товаров и услуг. Окончательным плательщиком косвенных налогов является потребитель товара. В зависимости от объектов взимания косвенные налоги подразделяются на **косвенные индивидуальные**, которыми облагаются строго определенные группы товаров; **косвенные универсальные**, которыми облагаются в общем все товары и услуги; **фискальные монополии**, которыми облагаются все товары, производство и реализация которых сосредоточены в государственных структурах; **таможенные пошлины**, которыми облагаются товары и услуги при совершении экспортно-импортных операций.

### **2. В зависимости от органа, который устанавливает и имеет право внять и конкретизировать налоги, последние подразделяются на:**

- **федеральные (общегосударственные) налоги**, элементы которых, определяются законодательством страны и являются едиными на всей ее территории. Их устанавливает и вводит в действие высший представительный орган, хотя эти налоги могут зачисляться в бюджеты различных уровней;

- **региональные налоги**, элементы которых устанавливаются в соответствии с законодательством страны законодательными органами ее субъектов;

- **местные налоги**, которые вводятся в соответствии с законодательством страны местными органами власти, вступают в действие только решением, принятым на местном уровне, и всегда поступают в местные бюджеты.

### **3. По целевой направленности введения налогов различают:**

- **абстрактные (общие) налоги**, предназначенные для формирования доходной части бюджета в целом;

- **целевые (специальные) налоги**, вводимые для финансирования конкретного направления государственных расходов. Для целевых платежей часто создается специальный внебюджетный фонд.

**4. В зависимости от субъекта-налогоплательщика** выделяют следующие виды:

- налоги, взимаемые с физических лиц;
- налоги, взимаемые с предприятий и организаций;
- смежные налоги, уплачиваемые и физическими, и юридическими лицами.

**5. По уровню бюджета**, в который зачисляется налоговый платеж, величают:

- **закрепленные налоги**, непосредственно и целиком поступающие в тот или иной бюджет или внебюджетный фонд;

- **регулирующие налоги** — разноуровневые, поступающие одновременно в различные бюджеты в пропорции, принятой согласно бюджетному законодательству.

**6. По порядку введения** налоговые платежи делятся на:

- **общеобязательные налоги**, которые взимаются на всей территории страны независимо от бюджета, в который они поступают;

- **факультативные налоги**, которые предусмотрены основами налоговой системы, но их введение и взимание — компетенция органов местного самоуправления.

**7. По срокам уплаты** налоговые платежи делятся на:

- **срочные налоги**, которые уплачиваются к сроку, определенному нормативными актами;

- **периодично-календарные налоги**, которые в свою очередь подразделяются на декадные, ежемесячные, ежеквартальные, полугодовые, годовые.

Возможна классификация налогов и по другим признакам. Так, в зависимости от характера связи субъекта налогообложения и объекта налогообложения можно различать;

а) налоги, построенные по принципу резидентства;

б) налоги, построенные по принципу территориальности.

В резидентских налогах субъект определяет объект налога, а в территориальных — наоборот.

Для хозяйствующих субъектов едва ли не важнейшим признаком классификации является порядок отнесения налоговых платежей на результаты хозяйственной деятельности. Согласно нормативным предписаниям, расходы, но уплате налогов:

- включаются полностью или частично в себестоимость продукции (работ, услуг);
- включаются в цену продукции;
- относятся на финансовый результат;
- уплачиваются за счет налогооблагаемой прибыли;
- финансируются за счет чистой прибыли предприятия;
- удерживаются из доходов работника.

### **8.15. Налоговая политика.**

Налоговая политика государства является одним из главных звеньев осуществления условий налогообложения. Следует обратить внимание, что в соответствии с российским законодательством (гл. 2 НК РФ) введено понятие «система налогов и сборов в Российской Федерации». Это понятие не обусловлено экономическими и политико-правовыми характеристиками и является менее емким, чем понятие «налоговая система».

**Налоговая политика — это система целенаправленных экономических, правовых, организационных и контрольных мероприятий государства в области налогов.**

Основными задачами налоговой политики являются:

- обеспечение государства финансовыми ресурсами;
- регулирование экономики;
- решение социальных задач.

При проведении налоговой политики преследуются следующие цели:

- *фискальная* — формирование доходов бюджета посредством налогов и сборов;
- *экономическая* — регулирование экономики с помощью налогового механизма для проведения структурных преобразований, стимулирования бизнеса, а также инвестиционной и инновационной активности, регулирования спроса и предложения;
- *социальная* — снижение через систему налогообложения неравенства в уровнях доходов различных слоев населения, социальная защита граждан;
- *экологическая* — рациональное использование ресурсов и защита окружающей среды за счет усиления роли соответствующих налогов и штрафов;

- *контрольная* — проведение налоговых проверок с целью принятия государством стратегических и тактических решений в экономике и социальной политике;

- *международная* — заключение с другими странами соглашений об избежании двойного налогообложения, снижение таможенных пошлин для стимулирования предпринимательской деятельности.

Следовательно, налоговая политика по своему содержанию охватывает выработку концепции налоговой системы; рассмотрение основных направлений и принципов налогообложения; разработку мер, направленных на достижение поставленных целей в области экономического и социального развития общества.

Существуют различные типы налоговой политики:

**Политика максимальных налогов** характеризуется тем, что в начале поступления в бюджет возрастают, а потом начинают снижаться.

**Политика разумных налогов** способствует развитию предпринимательства, но при этом поступления в бюджет сокращаются, что может привести к сокращению социальных программ.

**Политика, характеризующаяся достаточно высоким уровнем обложения, но при значительной социальной защите населения.**

### ***8.16. Система налогового законодательства .***

Налоговая политика государства является неотъемлемой частью финансовой политики. Налоговое право, как один из важнейших компонентов (хотя и относительно обособленный) финансового права, регулирует отношения, складывающиеся в области налоговой деятельности государства.

**Налоговое право** — система финансово-правовых норм (общеобязательных правил поведения), регулирующих общественные отношения по установлению, введению в действие и взиманию налогов, а также налоговому контролю и привлечению к ответственности за совершение налогового правонарушения. Распределение и использование бюджетных средств лежит уже за рамками налоговых отношений.

Существуют общие и особенные нормы налогового права.

*Общие нормы* имеют значение для всех налогов, характеризуют основные положения налогообложения. Они нашли отражение в первой части Кодекса, описывающей: систему налогов, взимаемых в бюджет; основания возникновения, изменения и прекращения обязанностей по уплате налогов (сборов) и порядок их исполнения; права и обязанности участников налоговых отношений; формы и методы налогового контроля; виды и размеры ответственности в налоговой сфере.

*Особенные нормы* налогового права регулируют порядок исчисления и уплаты конкретных налогов и сборов. Российское законодательство включает эти нормы во вторую часть Налогового кодекса, которая постоянно наполняется конкретным содержанием по мере претворения в жизнь тех или иных новаций в налоговой сфере.

Для этого создается система налогового законодательства.

**Система налогового законодательства — это совокупность нормативных актов различного уровня, содержащих налоговые нормы.**

Самые общие подходы закреплены в **Конституции РФ**. Так, например, в ней сказано, что «каждый обязан платить законно установленные платежи и сборы. Законы, устанавливающие новые налоги и ухудшающие положение налогоплательщиков, обратной силы не имеют» (ст. 57 гл. 2).

В настоящее время правовое обеспечение в области налогообложения обеспечивается как законами общего действия, так и законами о конкретных налогах. Многие основные налоги уже вошли во вторую часть Налогового кодекса.

**Налоговый кодекс РФ — единый законодательный акт, систематизирующий сферу налогового права и закрепляющий основополагающие принципы налогообложения в России.** Он состоит из двух частей.

**Часть первая** Налогового кодекса РФ введена в действие с 1 января 1999 г. В ней установлен круг нормативно-правовых актов, подпадающих под термин «законодательство о налогах и сборах», которое охватывает: 1) Налоговый кодекс и принятые в соответствии с ним федеральные законы о налогах и сборах; 2) законы и иные нормативно-правовые акты о налогах и сборах, принятые законодательными (представительными) органами власти субъектов РФ; 3) нормативные правовые акты, принятые представительными органами местного самоуправления в пределах, установленных Кодексом.

Помимо правовых границ понятия «законодательство о налогах и сборах» и круга нормативно-правовых актов в первой части Кодекса установлены и закреплены:

- общие принципы налогообложения;
- система налогов и сборов, взимаемых с юридических и физических лиц;
- налоговые органы и участники налоговых отношений;
- основания возникновения, изменения и прекращения обязанностей по уплате налогов и сборов;
- порядок и процедуры налогового производства и налогового контроля;
- ответственность за совершение налоговых правонарушений;
- порядок обжалования актов налоговых органов и защиты прав налогоплательщиков.

**Часть вторая** Налогового кодекса РФ, введенная в действие с 1 января 2001 г, включает в себя нормы, регулирующие порядок исчисления и уплаты отдельных налогов. В дальнейшем предусматривается введение новых налогов и сборов, дополнений и изменений в эту часть Кодекса.

Основные достоинства кодификации налогового законодательства России: а) должное внимание уделено налоговым процедурам и гарантиям их соблюдения, поскольку без процедурных норм любой закон нежизнеспособен; б) однозначно установлено, что подзаконные акты не могут изменять или дополнять законодательство о налогах и сборах; в) введена презумпция

невиновности.

**Указы Президента РФ** устанавливают самостоятельные нормы права, а также носят характер поручений органам управления по разработке нормативных актов по налогообложению.

**Постановлениями Правительства РФ** устанавливаются ставки акцизов и таможенных пошлин; определяется применяемый при налогообложении состав затрат; рассчитывается индекс инфляции и т. д. Федеральные и региональные органы исполнительной власти могут издавать нормативные акты по вопросам налогообложения, которые, однако, не могут изменять или дополнять законодательство о налогах и сборах. Органы местного самоуправления также формируют, утверждают и исполняют местный бюджет; устанавливая местные налоги и сборы.

**Акты Министерства РФ по налогам и сборам (Федеральной налоговой службы)** в условиях становления и развития российской налоговой системы занимают важное место. В ряде случаев эти акты могут иметь нормативное значение, нарушение их влечет за собой юридическую ответственность. Но в целом задача при издании подобных актов сводится к разъяснению методики ввода в действие закона и т. п.

**Письма, указания и разъяснения налоговых органов** носят нормативный характер и в основном посвящены рассмотрению частных налоговых ситуаций. Инструкции не могут устанавливать или изменять налоговые обязательства; их назначение — регламентировать единообразные способы практической, связанной с правильным и своевременным взиманием налогов, деятельности органов управления.

**Постановления Конституционного Суда** значимы для регламентации отношений в налоговой сфере. Принятые в последнее время постановления этих органов и Высшего Арбитражного Суда открывают путь защиты интересов налогоплательщиков — обжалование незаконных решений налоговых органов в судебном порядке.

Кроме национального законодательства отношения в налоговой сфере регулируются **международно-правовыми договорами**. В России большую юридическую силу имеет международное соглашение, нежели внутригосударственный закон.

В Российской Федерации законы о налогах носят постоянный характер. Законы действуют независимо от того, утвержден бюджет на соответствующий год или нет.

Законодательные акты, вводящие новые налоги и сборы, ухудшающие положение налогоплательщиков, обратной силы не имеют. Акты, вводящие новые налоги и сборы, улучшающие положение налогоплательщиков имеют обратную силу.

### ***8.17. Налоговые правонарушения и ответственность за их совершение***

Каждый налогоплательщик согласно Закону обязан своевременно и в полном размере уплачивать налоги, вести бухгалтерский учет, составлять

отчеты, предоставлять налоговым органам необходимые документы и сведения для контроля правильности уплаты налогов. Если налогоплательщик нарушает налоговое законодательство, то налоговые органы вправе наложить на него санкции.

**Под налоговым правонарушением понимается , виновно-совершенное противоправное деяние налогоплательщика, налогового агента и иных лиц, за которое Налоговым кодексом установлена ответственность.**

Основными правонарушениями являются следующие:

- грубое нарушение правил учета доходов и расходов и объектов налогообложения;
- неуплата или неполная уплата сумм налогов;
- невыполнение налоговым агентом обязанности по удержанию и (или) перечислению налогов;
- неправомерное сообщение сведений налоговому органу;
- нарушение сроков постановки на учет в налоговом органе;
- уклонение от постановки на учет;
- непредставление налоговой декларации.

**Состав налогового правонарушения** — совокупность предусмотренных законом признаков, характеризующих совершенное деяние в области налогообложения; это необходимое основание налоговой ответственности. Ответственность наступает при совершении одного из правонарушений, входящих в ту или иную группу предлагаемой ниже классификации объектов.

В зависимости *от направленности противоправных действий* выделяют следующие виды нарушений в налоговой сфере:

- 1) нарушения в системе налогов;
- 2) нарушения против исполнения доходной части бюджетов;
- 3) нарушения в системе гарантий выполнения обязанностей налогоплательщика;
- 4) нарушения против контрольных функций налоговых органов;
- 5) нарушения порядка ведения учета, составления и предоставления отчетности;
- 6) нарушения обязанностей по уплате налогов;
- 7) нарушения прав и свобод налогоплательщика.

В зависимости *от субъекта ответственности* установлены три вида налоговой ответственности:

- 1) за нарушение порядка исчисления и уплаты налогов (для налогоплательщиков);
- 2) за нарушение порядка удержания и перечисления в бюджет налога на доходы физических лиц (для сборщиков налогов);
- 3) за неисполнение или несвоевременное исполнение платежных документов налогоплательщиков (для кредитных учреждений).

В зависимости *от объекта, на который направлены противоправные действия*, выделяются следующие группы составов нарушений:

- 1) сокрытие или занижение объектов налогообложения;
- 2) нарушение установленного порядка учета объектов налогообложения;
- 3) нарушение порядка сдачи документов в налоговый орган;
- 4) нарушение порядка уплаты налога;
- 5) прочие нарушения.

Более подробно составы нарушений данной группы раскрываются ниже.

**Соккрытие доходов** — как налоговое правонарушение выражается в не отражении в бухгалтерском учете выручки от реализации, неоприходования поступивших денежных средств, не включении в прибыль доходов от внереализационных операций и др.

**Занижение дохода (прибыли)** — это неправильный расчет налоговой базы при правильном отражении выручки в учете. Наиболее распространенными способами занижения дохода являются: неправомерное отнесение расходов к обоснованным и документально подтвержденным затратам; неверное отражение курсовых разниц по валютным операциям; отнесение затрат по ремонту к обоснованным при наличии ремонтного фонда; неправильное списание убытков; счетные ошибки при расчете прибыли в сторону ее уменьшения.

**Соккрытие или неучет объекта налогообложения** — касается всех объектов, кроме доходов и прибыли. Основным признаком сокрытия объекта — отсутствие в учете предприятия первичных документальных данных о тех или иных объектах налогообложения. **Неучет объекта** — связан либо с неправильным расчетом объекта, либо с неправильным отражением его в учете. Отсутствие учета объектов налогообложения и ведение учета с нарушением установленного порядка, повлекшие за собой сокрытие или занижение дохода за проверяемый период, предусматривают применение штрафных санкций.

**Отсутствие учета объектов налогообложения** — как одно из налоговых правонарушений может применяться, например, в случае отсутствия сальдо прибыли за отчетный период на соответствующем бухгалтерском счете.

**Ведение учета с нарушением установленного порядка** — обусловлено: отсутствием соответствующих учетных регистров, журналов, отчетных ведомостей; отнесением на себестоимость затрат, не имеющих отношения к производству и реализации продукции; отнесением затрат на себестоимость не в том периоде, в каком это должно быть, и др.

**Не предоставление или несвоевременное предоставление документов** в налоговый орган — влечет за собой взыскание штрафа. Ответственность по данному правонарушению наступает независимо от возникшей недоплаты или переплаты по налогу.

**Задержка** уплаты **налога** — налоговой ответственностью за это правонарушение является взыскание *пени* — денежной суммы, которую налогоплательщик, плательщик сборов и налоговый агент должны выплатить за просрочку платежа помимо уплаты налога.

**Не удержание налога у источника выплаты** — ответственность за нарушение порядка удержания и перечисления в бюджет налога на доходы физических лиц несет налоговый агент. С предприятий в беспорном порядке взыскиваются соответствующие суммы и штраф, а также за несвоевременное перечисление — пени за каждый просроченный день. Ответственность наступает лишь при выплате дохода физическому лицу и фактическом получении лицом этого дохода.

В соответствии с Кодексом к **прочим налоговым нарушениям**, в частности, относится ответственность свидетеля; отказ эксперта, переводчика, специалиста от участия в проведении налоговой проверки. Также установлены виды нарушений законодательства о налогах и сборах и санкций за эти нарушения в отношении банков.

Если налогоплательщик уплатил налог с нарушением сроков или не в полном объеме, то он должен уплатить пеню.

**Пени** - это финансовая санкция за несвоевременное выполнение денежных обязательств. Они определяются в процентах к сумме невыполненного обязательства за каждый день просрочки.

Пени по налоговым платежам начисляются за каждый календарный день просрочки начиная со следующего с установленным сроком уплаты суммы налога и сбора дня по день фактической уплаты включительно.

Процентная ставка пени равна одной трехсотой действующей в это время ставки рефинансирования Центрального Банка Российской Федерации. Если срок уплаты налога совпадает с выходным или праздничным днем, то пени начисляются, начиная с первого рабочего дня после выходного или праздничного.

Пени не начисляются на сумму недоимки, которую налогоплательщик не мог погасить в силу того, что по решению налогового органа или суда были приостановлены операции налогоплательщика в банке или наложен арест на имущество налогоплательщика.

Пени уплачиваются одновременно с уплатой сумм налога и сбора или после уплаты таких сумм в полном объеме. Пени могут быть взысканы принудительно за счет денежных средств налогоплательщика на счетах в банке, а также за счет его другого имущества. Принудительное взыскание пеней с организаций производится в беспорном порядке, а с физических лиц - в судебном порядке.

За совершение налоговых правонарушений взыскивается **штраф**.

Штраф может быть уплачен добровольно, в противном случае — взыскан с налогоплательщика в принудительном порядке только по решению суда, вступившего в законную силу.

**Ответственность в налоговой сфере** — это комплексный институт, объединяющий нормы различных отраслей права, направленные на защиту

налоговых правоотношений. Поэтому ответственность регулируется различными отраслями права:

- Налоговым кодексом РФ при наличии признаков налоговых правонарушений;
- Кодексом РФ об административных правонарушениях (КоАП);
- уголовным законодательством РФ при наличии признаков преступления.

**Налоговая ответственность** — применение уполномоченными органами к налогоплательщикам и лицам, содействующим уплате налогов, налоговых санкций за совершение налогового правонарушения.

**Налоговая санкция** является мерой ответственности за совершение правонарушения.

**Субъекты налоговой ответственности** — налогоплательщики (организации и физические лица), налоговые агенты (юридические лица и граждане-предприниматели), сборщики налогов и сборов.

Законодательством определены следующие **общие условия привлечения к ответственности** за совершение налогового правонарушения:

- налогоплательщик не виновен в совершении налогового правонарушения, пока его виновность не будет доказана в предусмотренном федеральным законом порядке и установлена вступившим в законную силу решением суда.
- налогоплательщик не обязан доказывать свою невиновность в совершении налогового правонарушения. Эта обязанность возлагается на налоговые органы;
- неустранимые сомнения в виновности налогоплательщика в совершении им налогового правонарушения толкуются в его пользу;
- налогоплательщик (налоговый агент) вправе самостоятельно исправлять ошибки, допущенные им при учете объекта налогообложения, исчислении и уплате налога.

**Налогоплательщик освобождается от ответственности, только уплатив недостающую сумму налога и пени до подачи заявления о внесении изменений и дополнений к налоговой декларации.**

Законодательство признает два обстоятельства, исключающих вину юридического лица в отношении налогового правонарушения; совершение его вследствие стихийного бедствия или непреодолимых обстоятельств; исполнение налогоплательщиком (налоговым агентом) письменных разъяснений по вопросам применения законодательства о налогах и сборах, данных налоговым органом.

При применении налоговой ответственности законодательство учитывает Признаки *повторности* и *умысла*; имеются обстоятельства, смягчающие и отягчающие ответственность за совершение налогового правонарушения.

Срок давности привлечения к ответственности за совершение налогового правонарушения определен в три года. Для налоговых органов срок давности взыскания санкций установлен не позднее трех месяцев со дня

обнаружения налогового правонарушения и составления соответствующего акта.

**Налогоплательщики имеют право:**

1) получать от налоговых органов по месту учета бесплатную информацию о действующих налогах и сборах, законодательстве о налогах и сборах и об иных актах, содержащих нормы законодательства о налогах и сборах, а также о правах и обязанностях налогоплательщиков, полномочиях налоговых органов и их должностных лиц;

2) получать от налоговых органов и других уполномоченных государственных органов письменные разъяснения по вопросам применения законодательства о налогах и сборах;

3) использовать налоговые льготы при наличии оснований и в порядке, установленном законодательством о налогах и сборах;

4) получать отсрочку, рассрочку, налоговый кредит или инвестиционный налоговый кредит в порядке и на условиях, установленных настоящим Кодексом;

5) на своевременный зачет или возврат сумм излишне уплаченных либо излишне взысканных налогов, пени, штрафов;

6) представлять свои интересы в налоговых правоотношениях лично либо через своего представителя;

7) представлять налоговым органам и их должностным лицам пояснения по исчислению и уплате налогов, а также по актам проведенных налоговых проверок;

8) присутствовать при проведении выездной налоговой проверки;

9) получать копии акта налоговой проверки и решений налоговых органов, а также налоговые уведомления и требования об уплате налогов;

10) требовать от должностных лиц налоговых органов соблюдения законодательства о налогах и сборах при совершении ими действий в отношении налогоплательщиков;

11) не выполнять неправомерные акты и требования налоговых органов и их должностных лиц, не соответствующие настоящему Кодексу или иным федеральным законам;

12) обжаловать в установленном порядке акты налоговых органов и действия (бездействие) их должностных лиц;

13) требовать соблюдения налоговой тайны;

14) требовать в установленном порядке возмещения в полном объеме убытков, причиненных незаконными решениями налоговых органов или незаконными действиями (бездействием) их должностных лиц.

Плательщики сборов имеют те же права, что и налогоплательщики.

Налогоплательщикам (плательщикам сборов) гарантируется административная и судебная защита их прав и законных интересов.

Порядок защиты прав и законных интересов налогоплательщиков (плательщиков сборов) определяется НК РФ и иными федеральными законами.

Права налогоплательщиков обеспечиваются соответствующими обязанностями должностных лиц налоговых органов.

Неисполнение или ненадлежащее исполнение обязанностей по обеспечению прав налогоплательщиков влечет ответственность, предусмотренную федеральными законами.

#### **Налогоплательщики обязаны:**

- 1) уплачивать законно установленные налоги;
- 2) встать на учет в налоговых органах, если такая обязанность предусмотрена НК РФ;
- 3) вести в установленном порядке учет своих доходов (расходов) и объектов налогообложения, если такая обязанность предусмотрена законодательством о налогах и сборах;
- 4) представлять в налоговый орган по месту учета в установленном порядке налоговые декларации по тем налогам, которые они обязаны уплачивать, если такая обязанность предусмотрена законодательством о налогах и сборах, а также бухгалтерскую отчетность в соответствии с Федеральным законом "О бухгалтерском учете";
- 5) представлять налоговым органам и их должностным лицам в случаях, предусмотренных настоящим Кодексом, документы, необходимые для исчисления и уплаты налогов;
- 6) выполнять законные требования налогового органа об устранении выявленных нарушений законодательства о налогах и сборах, а также не препятствовать законной деятельности должностных лиц налоговых органов при исполнении ими своих служебных обязанностей;
- 7) предоставлять налоговому органу необходимую информацию и документы в случаях и порядке, предусмотренных настоящим Кодексом;
- 8) в течение четырех лет обеспечивать сохранность данных бухгалтерского учета и других документов, необходимых для исчисления и уплаты налогов, а также документов, подтверждающих полученные доходы (для организаций - также и произведенные расходы) и уплаченные (удержанные) налоги;
- 9) нести иные обязанности, предусмотренные законодательством о налогах и сборах.

### **ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ**

#### **Вопросы для самопроверки**

1. Дайте определение понятия «налог».
2. Назовите основные функции налогов.
3. Что представляет собой элемент налога? Что к нему относится?
4. Назовите основные объекты налогообложения.
5. Какие существуют виды налоговых ставок?

6. Какая система налогообложения предусмотрена в Российской Федерации?
7. Назовите способы классификации налогов.
8. Какие виды налоговых правонарушений Вы знаете?

## Тест

Вопрос 1. Налог – это ...

- 1) обязательный взнос, взимаемый с организаций и физических лиц, уплата которого является одним из условий совершения в интересах плательщиков сборов государственными органами.
- 2) обязательный, индивидуально безвозмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц в форме отчуждения принадлежащих им на праве собственности, в целях финансового обеспечения деятельности государства +
- 3) средство регулирования экономики

Вопрос 2. Важнейшей из функций налогов является:

- 1) фискальная +
- 2) регулирующая
- 3) контрольная

Вопрос 3. Резидентами РФ являются:

- 1) юридические и физические лица находящиеся на территории РФ не менее 183 дней в календарном году
- 2) физические лица, находящиеся на территории РФ не менее 236 дней в календарном году
- 3) физические лица, находящиеся на территории РФ не менее 183 дней в календарном году +

Вопрос 4. К налоговым льготам относятся:

- 1) понижение ставки налога
- 2) изъятия +
- 3) недоимка

Вопрос 5. Изменение срока уплаты налога и сбора осуществляется в форме:

- 1) налоговой амнистии
- 2) инвестиционного налогового кредита +
- 3) налоговых каникул

Вопрос 6. Доля косвенных налоговых поступлений в федеральный бюджет РФ составляет:

- 1) 50%
- 2) 65-75%
- 3) 75-80% +

Вопрос 7. Налоговая система РФ является:

- 1) унитарной
- 2) двухуровневой
- 3) трехуровневой +

Вопрос 8. Общие подходы налогового законодательства закреплены в:

- 1) Конституции РФ +
- 2) НК РФ
- 3) БК РФ

## Тема 9. Цена и ценообразование

### 9.1. Понятие и классификация цен

Важное место среди различных рычагов экономического механизма хозяйственной политики предприятия принадлежит ценам и ценообразованию, в которых отражаются все стороны его экономической деятельности. Цена оказывает непосредственное воздействие на производство, распределение, обмен и потребление.

В условиях рыночных отношений цена выступает как связующее звено между производителем и потребителем, как механизм обеспечения равновесия между спросом и предложением.

Цена – денежное выражение стоимости товара. Она выполняет различные функции: учетную, стимулирующую и распределительную. В учетной функции цены отражаются общественно необходимые затраты труда на производство и реализацию продукции, оцениваются затраты и результаты производства. Стимулирующая функция используется для развития ресурсосбережения, повышения эффективности производства, улучшения качества продукции, внедрения новых технологий и т. д. Распределительная функция предусматривает учет в цене акциза на отдельные группы и виды товаров, налога на добавленную стоимость и других форм централизованного чистого дохода, поступающего в бюджет государства, региона и т. д.

Цены могут быть классифицированы по разным экономическим признакам:

#### *Классификация цен по степени регулируемости*

В условиях рыночных отношений одним из важных классификационных признаков цен является степень их свободы от регулирующего воздействия государства. Значительная часть цен является свободной, складывающейся на рынке под влиянием спроса и предложения независимо от какого-либо государственного влияния.

Регулируемые цены также формируются под влиянием спроса и предложения, но могут испытывать определенное воздействие государства. Государство может повлиять на цены путем прямого ограничения их роста или снижения. Государство в лице органов власти и управления может устанавливать на отдельные виды товаров и продукции, фиксированные цены. В условиях рыночной экономики преимущественно действуют *два вида цен: свободные и регулируемые.*

Наиболее соответствующими природе рыночных отношений являются свободные цены, однако полностью перейти только к ним невозможно. Государство в случае необходимости может вмешиваться в процессы ценообразования и в зависимости от изменяющихся экономических условий переходить к регулируемым или даже фиксированным ценам.

#### *Классификация цен по характеру обслуживаемого оборота*

Исходя из обслуживаемой сферы товарного обращения цены подразделяются на следующие виды:

- оптовые цены на продукцию промышленности;
- цены на строительную продукцию;
- закупочные цены;
- тарифы грузового и пассажирского транспорта;
- розничные цены;
- тарифы на платные услуги, оказываемые населению;
- цены, обслуживающие внешнеторговый оборот.

Оптовые цены на продукцию промышленности – цены, по которым реализуется и закупается продукция предприятий, фирм и организаций независимо от форм собственности в порядке оптового оборота. Этот вид цен подразделяется на *оптовые цены предприятия* и *оптовые (отпускные) цены промышленности*.

Оптовые цены предприятия – цены изготовителей продукции, по которым они продают произведенную продукцию потребителям, возмещая свои издержки производства и реализации и получая такую прибыль, которая позволит им продолжать и развивать свою деятельность.

Оптовые (отпускные) цены промышленности – цены, по которым предприятия и организации-потребители оплачивают продукцию предприятиям-производителям или сбытовым (оптовым) организациям. В их состав включается оптовая цена предприятия, издержки снабженческо-сбытовой или оптовой организации, прибыль снабженческо-сбытовой или оптовой организации, акциз и налог на добавленную стоимость. Издержки и прибыль снабженческо-сбытовой или оптовой организации составляют величину оптово-сбытовой скидки (наценки).

Оптовые (отпускные) цены промышленности теснее связаны с оптовой торговлей, в то время как оптовые цены предприятия более тяготеют к производству.

В хозяйственной практике применяются три вида цен на строительную продукцию:

- сметная стоимость, отражающая предельный размер затрат на строительство каждого объекта;
- прейскурантная цена, которая представляет собой усредненную сметную стоимость единицы конечной продукции типового строительного объекта;
- договорная цена, устанавливаемая по соглашению между заказчиком и подрядчиком.

Закупочные цены – это цены (оптовые), по которым реализуется сельскохозяйственная продукция предприятиями, фермерами и населением, обычно являются договорными ценами, устанавливаемыми по соглашению сторон.

Тарифы грузового и пассажирского транспорта выражают плату за перемещение грузов и пассажиров, взимаемую транспортными организациями с отправителей грузов и населения.

Розничные цены – цены, по которым товары реализуются в розничной торговой сети населению, предприятиям и организациям. Они включают оптовые (отпускные) цены промышленности, акциз, налог на добавленную стоимость и торговую надбавку, состоящую из издержек обращения торговых организаций и их прибыли.

## ***9.2. Структура розничной цены, экономическое содержание её составных элементов.***

Розничная цена состоит из следующих элементов:

- Себестоимость - это затраты предприятий на производство и реализацию продукции. Она является базой цены.

Для определения себестоимости калькуляция, которая представляет собой ведомость, где отражены затраты на производство и реализации единичной продукции. В калькуляцию себестоимости включаются: сырьё и материалы, з/пл производственных рабочих, управленческого персонала, амортизационные отчисления на полное восстановление оборудования, здания, помещений, расходы по их содержанию, проценты за пользование банковским кредитом, отчисления, которые предприятия должны делать в бюджет, фонды и т.д., командировочные расходы, расходы на подготовку и переподготовку кадров, на рекламу, плата за аренду, платы на упаковку, хранение, транспортировку до пункта условленного договора поставки, налоги и т.д.

- Прибыль - это элемент, который необходим для расширения производства и создание доходов предприятия.

В настоящее время нормативы прибыли (рентабельности) в большинстве случаев не установлены.

- НДС - это форма изъятия в бюджет определённой части добавленной стоимости. НДС облагаются многие виды товаров и услуг. Основные ставки НДС 10% и 20%. Ставка налога в размере 10% установлена на некоторые продовольственные товары и товары детского ассортимента по перечням, установленным правительством РФ; 20% на остальные товары, а также на работу и услуги. Перечень продовольственных товаров, по которым применяется ставка налога в размере 10%, включены: молоко и молочные продукты, масло растительное, маргарин, сахар, соль, хлеб, мука, крупа, макаронные изделия, рыба живая, продукты детского и диабетического питания, овощи, картофель и продукты их переработки, ряд видов мяса (за исключением деликатесов). Перечень товаров для детей, по которым установлена ставка НДС 20%, охватывает 20 позиций (школьно -

письменные принадлежности, некоторые швейные, трикотажные изделия, обувь для детей.)

Ставка НДС в размере 10% и 20% распространяется также на заготовительные, снабженческо-сбытовые, оптовые предприятия.

- Акциз - он устанавливается на отдельные в основном на специфические товары (алкогольные, табачные.) Перечень подакцизных товаров постоянно меняется. В последнее время он значительно сокращён. Сейчас акцизации облагаются: спирт (этиловый из всех видов сырья, винный, питьевой), водка, ликероналивочные изделия, шампанское, вино натуральное, другие алкогольные напитки, пиво, табачные изделия, ювелирные изделия, бензин автомобильный, легковые автомобили и др.

Ставки акцизов устанавливаются федеральным законом «об акцизах» по Отечественным товарам они дифференцированы в пределах от 5% до 90%. Наиболее высокие ставки акцизов на спирт. По отечественным товарам акцизы устанавливаются, как правило, в процентах свободным отпускным ценам.

- Оптовые и розничные надбавки - это элементы, предназначенные для формирования доходов опта и розницы. Предельные значения указанных надбавок, в последнее время в основном не устанавливаются.

В зависимости от порядка установления цены делятся на регулируемые и свободные.

Регулируемые цены - это цены, на величину которых воздействует государство. Регулирование цен должно сдерживать неоправданный их рост, смягчать воздействие инфляционных процессов. Методы административного регулирования цен различны.

### ***9.3. Ценовая политика***

Ценообразование на предприятии представляет собой сложный процесс, состоящий из нескольких взаимосвязанных этапов: сбора и систематического анализа информации о рынке, обоснования основных целей ценовой политики предприятия на определенный период времени, выбора методов ценообразования, установления конкретного уровня цены и формирования системы скидок и надбавок к цене, корректировки ценового поведения предприятия в зависимости от складывающейся рыночной конъюнктуры.

Ценовая политика – это механизм или модель принятия решений и поведения предприятия на основных типах рынков для достижения поставленных целей хозяйственной деятельности.

#### ***9.4. Цены рынка свободной конкуренции***

Напомним, что рынок свободной конкуренции характеризуется:

- 1) наличием множества фирм, причем доля каждой фирмы в общем объеме рыночного предложения продукции настолько мала, что любое ее решение о повышении или понижении цены не отражается на цене рыночного равновесия;
- 2) однородностью и взаимозаменяемостью производимых конкурентами товаров;
- 3) отсутствием ценовых ограничений.

В условиях свободной конкуренции ни одно предприятие не оказывает заметного влияния на ценообразование; цена на товар складывается исключительно под воздействием совокупного спроса и предложения. Отдельное предприятие не имеет ценовой политики, т. е. способности регулировать цену. Оно может только приспособливаться к рыночной цене, которая рассматривается как величина, данная, задаваемая рынком. Конкурентный продавец скорее соглашается с ценой, нежели диктует ее. Обычно цена не изменяется и при расширении объемов производства.

Вместе с тем из практики известны случаи воздействия на конъюнктуру рынка путем «случайного» снижения цен. Сначала цена устанавливалась на максимально высоком уровне, а затем происходило ее медленное снижение до уровня рыночных цен. Расчет делался на то, что даже в случае кратковременного использования высоких цен предприятию все же удавалось продать какое-то количество товаров, увеличивая таким образом свой доход. Высокая цена должна была создавать впечатление наличия у предприятия дополнительных затрат, связанных с повышением качества. Обычно это впечатление быстро проходит, поскольку покупатель убеждается в несоответствии реального качества приобретенного им товара установленному уровню цены.

#### ***9.5. Ценообразование в условиях монополистической конкуренции***

Рынок монополистической конкуренции состоит из множества покупателей и продавцов, совершающих сделки не по единой рыночной цене, а в широком диапазоне цен. Наличие диапазона цен объясняется способностью продавцов предложить покупателям разные варианты товаров. Реальные изделия могут отличаться друг от друга качеством, свойствами, внешним оформлением. Различия могут заключаться и в сопутствующих товарам услугах. Нередко предприятия-изготовители разрабатывают разные предложения для различных сегментов потребительского рынка, а также широко используют практику введения марочных названий, различных методов личных продаж, рекламу. Нередко различия в товарах и условиях продаж носят мнимый характер. Покупатели, видя различия в предложениях, готовы платить разные цены.

Наличие большого числа конкурентов ограничивает контроль каждого из них над ценой. Значительная дифференциация производимых товаров объясняет отсутствие тесной взаимозависимости между ценовой политикой предприятий и ограничивает возможности соглашений о едином уровне цен.

В условиях монополистической конкуренции предприятие формирует цену на производимую продукцию, учитывая структуру потребительского спроса, цены, установленные конкурентами, а также собственные издержки производства.

При монополистической конкуренции предприятия используют разные варианты ценообразования:

1) установление цен по географическому принципу, когда предприятие реализует продукцию потребителям в разных регионах по разным ценам;

2) установление цены FOB в месте происхождения товара означает, что товар передается транспортной организации на условиях франко-вагон, после чего все права на этот товар и ответственность за него переходят к покупателю, который оплачивает все расходы по транспортировке. Однако для удаленных покупателей продукция предприятия может оказаться слишком дорогой и не выдержать конкуренцию местных производителей;

3) установление единой цены с включенными в нее расходами по доставке является полной противоположностью метода установления цены FOB в месте происхождения товара. В этом случае предприятие назначает единую цену с включением в нее одной и той же суммы транспортных расходов. Метод относительно прост в применении и дает возможность предприятию рекламировать единую цену в общенациональном масштабе;

4) установление зональных цен представляет собой нечто среднее между методом цены FOB в месте происхождения товара и методом единой цены с включенными в нее расходами по доставке. Предприятие выделяет две или более зон, в пределах которых устанавливаются единые зональные цены. Обычно зональные цены увеличиваются по мере удаленности зоны;

5) установление цены применительно к базисному пункту позволяет продавцу выбрать тот или иной город в качестве базисного и взимать со всех заказчиков транспортные расходы в сумме равной стоимости доставки из этого пункта, независимо от того, откуда в действительности происходит отгрузка. Для достижения большей гибкости предприятие может выбирать в качестве базисных несколько городов. В этом случае транспортные расходы исчисляются от ближайшего к заказчику базисного пункта;

6) включение в цену расходов по доставке может быть выгодным для продавцов, заинтересованных в поддержании деловых отношений с конкретными покупателями или с определенными географическими районами. В этом случае обычно предполагается, что стабильность

сбытовых отношений позволит расширить объемы деятельности и снизить средние издержки, обеспечивая покрытие дополнительных транспортных расходов.

### ***9.6. Ценообразование в условиях олигополии***

Олигополия включает различные рыночные ситуации, общими для которых являются не многочисленность продавцов, всеобщая взаимозависимость производителей, а также неспособность отдельного предприятия с уверенностью предсказать ответные действия конкурентов на изменения цены или объема производства.

Обычно выделяется несколько общих черт олигополистического ценообразования:

- 1) олигополистические цены изменяются реже, чем цены в условиях совершенной конкуренции, монополистической конкуренции или даже в некоторых случаях чистой монополии;
- 2) цены в условиях олигополии имеют тенденцию быть, «жесткими», или негибкими;
- 3) в случае изменения цены одним производителем велика вероятность того, что другие производители также изменят цены;
- 4) олигополистическое ценовое поведение предполагает наличие стимулов и согласованных действий при назначении или изменении цен.

### ***9.7. Цены в условиях чистой монополии***

При чистой монополии на рынке существует один продавец. Монополистом может быть государственная организация, частная регулируемая монополия или частная нерегулируемая монополия. В каждом из перечисленных случаев ценообразование складывается по-разному.

Государственная монополия может с помощью политики цен преследовать достижение различных целей. Цена может быть установлена ниже себестоимости, если товар имеет важное значение для покупателей, которые не в состоянии приобрести его за полную стоимость. Цена может быть назначена с расчетом на покрытие издержек или получение средних доходов. Наконец, может быть установлена очень высокая цена для сокращения потребления того или иного товара (такая ситуация возможна, например, при установлении цен на алкогольные или табачные изделия).

В случае регулируемой монополии государство разрешает предприятию устанавливать расценки и тарифы, обеспечивающие получение «справедливой нормы прибыли», которая дает возможность поддерживать производство, а при необходимости — расширять его.

Нерегулируемая монополия осуществляет значительный контроль над ценой и может диктовать цену рынку. Однако предприятие-монополист не

всегда устанавливает максимальную цену. Это объясняется рядом факторов: опасение введения государственного регулирования, нежелание привлекать конкурентов, а также стремление расширить возможный объем сбыта за счет снижения цен.

В реальной экономической ситуации любой из указанных типов рынка определить в чистом виде довольно сложно. Предприятие может с одним товаром выступить на рынке чистой монополии, а с другим — на конкурентном рынке. Сложнее обстоит дело с олигополией, в недрах которой возможно появление как монополий, так и свободной конкуренции. Следует помнить, что анализ конкурентной структуры рынка сам по себе не может дать готовых рецептов установления цен; он необходим прежде всего для определения закономерностей ценообразования в зависимости от соотношения спроса и предложения.

## ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ

### Вопросы для самопроверки

1. Что такое цена?
2. Назовите различные виды цен в зависимости от обслуживаемых ими отраслей и сфер экономики?
3. Какие существуют виды цен в зависимости от их свободы от государственного регулирования?
4. В чем состоит регулирование цен?
5. Особенности ценообразования в условиях монополистической конкуренции.
6. Особенности ценообразования в условиях олигополии.

### Тест

Вопрос 1. Какие функции выполняет цена?

- 1) учетную +
- 2) регулирующую
- 3) фиксирующую

Вопрос 2. Цены, по которым реализуется сельскохозяйственная продукция предприятиями, фермерами и населением, обычно являются договорными ценами, устанавливаемыми по соглашению сторон – это цены ...

- 1) розничные
- 2) закупочные +
- 3) договорные

Вопрос 3. Ставка налога в размере 10% установлена на:

- 1) молоко и молочные продукты +



## **Тема 10. Планирование доходов и расходов**

Финансовый план разрабатывается на основе других разделов плана экономического и социального развития предприятия. В свою очередь, разработка финансового плана оказывает существенное влияние на формирование плана себестоимости, использование материальных и других ресурсов. При составлении финансового плана непременно должны учитываться имеющиеся резервы производства, так как в нем устанавливаются задания по улучшению использования ресурсов, повышению рентабельности производства. Поэтому перед разработкой финансового плана необходимо всесторонне проанализировать имеющиеся отчетные и другие материалы по выполнению производственного плана.

Финансовое планирование может быть долгосрочным и текущим. Финансовые прогнозы показывают предполагаемый уровень развития предприятия, определяют финансовые ориентиры предприятия и его потребности в капитале. Текущие финансовые планы составляются на год с разбивкой по кварталам или по месяцам. Текущий план определяет годовой доход, размер прибыли, порядок поступления денежных средств и порядок расходов. Для разработки финансового плана, расчета финансовых показателей используются различные методы: нормативный, расчетно-аналитический метод оценки колебаний денежных потоков, балансовый.

### ***10.1. Структура финансового плана***

Финансовый план составляется в виде баланса доходов и расходов, который выражает в денежной форме результаты хозяйственно-финансовой деятельности, взаимоотношения с бюджетом, банками, вышестоящими организациями. Финансовый план (баланс доходов и расходов) предприятия состоит из четырех разделов: доходы и поступления средств, расходы и отчисления, кредитные взаимоотношения, взаимоотношения с бюджетом. Размер плановых доходов и расходов определяется на основе обоснованных расчетов, которые составляются по каждой статье баланса.

В разделе «Доходы и поступления средств» отражается доход в виде прибыли, амортизационных отчислений, других внутренних доходов предприятия, а также разного рода поступлений из внешних источников. В составе прибыли основную часть занимает прибыль от реализации товарной продукции. В общую балансовую прибыль предприятия входит прибыль от реализации прочей продукции и услуг непромышленного характера. Планирование амортизационных отчислений осуществляется по каждому виду или группе основных фондов, числящихся на балансе предприятия. Сумма амортизационных отчислений определяется умножением среднегодовой стоимости этих фондов на соответствующие нормы амортизационных отчислений.

В разделе «Расходы и отчисления средств» предусматриваются централизованные капитальные вложения, затраты на капитальный ремонт, расходы на прирост норматива собственных оборотных средств, убытки от

эксплуатации жилищно-коммунального хозяйства, расходы на содержание зданий и сооружений, отчисления на образование фондов экономического стимулирования, расходы на НИОКР, подготовку кадров и премирование работников за создание и внедрение новой техники, для оказания финансовой помощи, другие расходы и отчисления.

Примерное содержание разделов финансового плана можно представить следующими основными статьями доходов и расходов.

I. Доходы и поступления средств.

1. Прибыль от реализации продукции, работ, услуг.
2. Прибыль от прочей реализации (основных средств, других активов).
3. Планируемые внереализационные доходы, в том числе:  
доходы от долевого участия в уставном капитале других предприятий;  
доходы, полученные от ценных бумаг;  
доходы от хранения денежных средств на депозитных счетах в банках и других финансово-кредитных учреждениях;  
доходы от сдачи имущества в аренду.
4. Амортизационные отчисления на полное восстановление основных фондов и нематериальных активов.
5. Поступление средств от других предприятий.

II. Расходы и отчисления средств

1. Налоги, уплаченные из прибыли (по видам налогов).
2. Распределение чистой прибыли, в том числе:
  - на накопление (по направлениям использования);
  - на потребление (по направлениям использования).
3. Долгосрочное инвестирование (по формам инвестиций), в том числе:
  - за счет амортизационных отчислений;
  - за счет других источников финансирования (по видам источников).
4. Прочие расходы.

Весьма важным вопросом разработки финансового плана предприятия является определение размеров фонда материального поощрения, фонда социально-культурных мероприятий и жилищного строительства, а также фонда развития производства.

Для обеспечения полной взаимосвязи статей финансового плана и определения окончательных взаимоотношений с государственным бюджетом при завершении расчета баланса доходов и расходов (в виде приложения к нему) составляется проверочная (шахматная) таблица, в которой по горизонтали приводятся источники финансирования (отраженные в подразделе «Доходы и поступления»), а по вертикали — статьи расхода (из подраздела «Расходы и отчисления»), равнозначные в общей сумме по итогу.

Таким образом, в балансе доходов и расходов (финансовом плане) предприятий практически находит отражение широкий комплекс финансовых отношений предприятия с государством, финансово-кредитной системой, с другими предприятиями и организациями. От того, насколько экономически обоснован финансовый план и как он выполняется, во многом зависит положение предприятия, его финансовая устойчивость,

своевременность выполнения обязательств по платежам в бюджет, расчетам с поставщиками и других предусмотренных планом затрат.

Доходы предприятий торговли. Методика их анализа.

Доходы торгового предприятия - это один из важнейших экономических показателей, за счёт которого покрываются расходы торгового предприятия на хозяйственную деятельность, создаются условия для расширения масштабов деятельности, улучшение финансового состояния и т.д. Доходы торгового предприятия - это суммарная величина, состоящая из 3-х частей:

Сумма торговых надбавок, наценок, скидок - основной элемент доходов.

Доходы от выполнения работ и оказания услуг - оказание платных услуг покупателями, получение доходов от реализации тары, ненужного имущества, отведение.

Не реализованные доходы от ц/б, доходы от долевого участия в основном капитале другого предприятия, с-до полученных и уплаченных штрафов; пени, неустоек и других штрафов. Проценты, получаемые по денежным средствам, хранящимся на счетах предприятия.

Единица измерения доходов: рубли (стоимостная оценка) - абсолютный показатель; в процентах к товарообороту - уровень доходов.

Уровень доходов торгового предприятия =

сумма доходов за период/ объём товарооборота за тот же период\* 100%

Первой стадией планирования доходов является их анализ.

Рассмотрим методику анализа доходов торгового предприятия на примере данных следующей таблицы:

Показатели	Пр. год	Текущий год		
		План	Ожидаемый выпуск	% выполненного
Розничный товарооборот	6830	6900	7555	109,5
Реализуемый торговый надбавки, Т.р.	1283 18,784	1297 18,797	1423 18,835	109,7

Анализ доходов состоит из следующих этапов:

1. Расчёт необходимых для анализа показателей (сумм и уровней доходов).

Уровни доходов:

Прошлый год 1283т.р./6830т.р.\*100%= 18,784% Текущий год по плану 1297т.р./6900т.р.\* 100%=18,797% Ожидается выпуск 1423т.р./7555т.р.\* 100%= 18,835%

2. расчёт процентного выполнения плана доходов.

Фактическая или ожидаемая сумма дохода/плановая сумма дохода\* 100% 1423т.р./1297т.р.\* 100%= 109,714% Процент выполнения плана товарооборота 7555т.р./6900т.р.\*100%=109,5%

3. Расчёт динамики доходов.

Динамика = сумма доходов последнего года/сумма доходов предшествующих лет\* 100%

1423т.р./1283т.р.»\* 100% = I 10,9%

4. Расчёт отклонения фактических или ожидаемой суммы доходов от плановой.

1423т.р.- 1297т.р.=126т.р.

5. Расчёт влияния факторов на отклонение фактической или ожидаемой суммы доходов от плановой.

Влияние изменения объёма товарооборота = (фактический или ожидаемый товарооборот - план товарооборота)\*планируемый уровень дохода/100%= (7555т.р.- 6900т.р.)\*18,97%/100%=655\*18,97%/100%=123,12т.р.

За счёт предполагаемого роста товарооборота на 655т.р. предприятие должно дополнительно получить доходов на 123,12т.р.

Влияние структуры товарооборота = фактический товарооборот\*(фактический или ожидаемый уровень дохода - планируемый уровень дохода)/100%

755т.р.\*(18,835%-18,797%)/ 100%=7555т.р.\*0,038%/100%=2,87т.р.

За счёт изменения структуры товарооборота предприятие получило 2,87т.р. доходов.

6. Суммарное влияние факторов = влияние изменения объёма товарооборота

± влияние структуры товарооборота = 123,12т.р.+2,87т.р.= 126т.р.

## **10.2. Планирование доходов торгового предприятия.**

Большое значение при планировании доходов предприятия на стадии анализа имеет расчёт влияния товарной структуры (структуры товарооборота) на уровень доходов. Рассмотрим влияние изменения структуры товарооборота на средний уровень доходов (средний уровень торговых надбавок) на примере данных к следующей таблице.

Товарные группы	Удельный вес товарооборота, в %		Уровень торгов	Процентные числа	
	план	факт		план	факт
Товар	6,6	6,5	18	118,8	117
Товар	6,2	6,2	16,5	102,3	102

Товар	1,5	1,4	14,5	21,75	20,3
Товар	12	12,3	20	240	246
И т.д.					
Итого	100	100		1880	1884%

Необходимо произвести следующие расчёты: найти % числа по каждой товарной группе по плану и фактически.

Процентные числа по плану равны: удельный вес товарной группы в общем объёме товарооборота по плану \* уровень торговой надбавки:

$$\begin{aligned} \text{Т.А} & \_ 6,6\% \cdot 18\% = 118,8\% \\ \text{Т.Б} & \_ 6,2\% \cdot 16,5\% = 102,3\% \\ \text{Т.В} & \_ 1,596 \cdot 14,5 = 21,75\% \\ \text{Т.Г} & \_ 12\% \cdot 20\% = 240\% \end{aligned}$$

Фактические процентные числа: фактический удельный вес товарной группы в общем фактическом товарообороте \* уровень торговой надбавки.

$$\begin{aligned} \text{Т.А} & \_ 6,5\% \cdot 18\% = 117\% \\ \text{Т.Б} & \_ 6,2\% \cdot 16,5\% = 102,3\% \\ \text{Т.В} & \_ 1,4\% \cdot 14,5\% = 20,3\% \\ \text{Т.Г} & \_ 12,3\% \cdot 20\% = 246\% \end{aligned}$$

Далее определяем сумму процентных чисел по плану и фактически, сложив соответствующие процентные числа по товарным группам:

$$\begin{aligned} \text{Сумма процентных чисел по плану} & = \\ & = 118,8\% + 102,3\% + 21,8\% + 240\% = 482,9\% \\ \text{Сумма процентных чисел по факту} & = \\ & = 117\% + 102\% + 20,3\% + 246\% = 485,6\% \end{aligned}$$

Найдём уровни доходов по предприятию в целом: по плану и фактически (соответствующую сумму процентных чисел надо разделить на 100%).

$$\begin{aligned} \text{Средний процент доходов по предприятию:} \\ \text{По плану} & \ 1880\% / 100\% = 18,8\% \\ \text{Фактически} & \ 1884\% / 100\% = 18,84\% \end{aligned}$$

Влияние структуры товарооборота на уровень доходов по предприятию в целом = фактический уровень доходов по предприятию в целом - плановый уровень дохода по предприятию в целом = 18,84 - 18,8 = 0,04

За счёт того, что изменилась структура товарооборота, уровень доходов по предприятию в целом повысился на 0,04% (явление положительное). Результат со знаком минус, явление отрицательное.

Определим влияние структуры товарооборота на средний уровень доходов по предприятию в целом на примере данных следующей таблицы:

Товарные группы	Товарооборот по плану, т.руб.	Фактический товарооборот, т.руб.	Торг надбавки, %
1. Ткани	245	230	14
2. Швейные	380	405	17,5
3. Головные	60	55	17
4. Галантерея	120	130	19,5
Итого:	805	820	

Общий объем товарооборота предприятия:

по плану 245т.р. + 380т.р. + 60т.р. + 120т.р. = 805т.р. фактически 230т.р. + 405т.р. + 55т.р. + 130т.р. = 820т.р.

Уд веса товарных групп в общем объеме товарооборота.

По плану:

Ткани 245т.р./805т.р.\*100%=30,43%

Швейные изделия 380т.р./805т.р.\*100%=47,2%

Головные уборы 60т.р./805т.р.\*100%=7,45%

Галантерея 120т.р./805т.р.\*100%=14,9%

Фактически:

Ткани 230т.р./820т.р.\*100%=28,04%

Швейные изделия 405т.р./820т.р.\*100%=49,39%

Головные уборы 55т.р./820т.р.\*100%=6,7%

Галантерея 130т.р./820т.р.\*100%=15,85%

Процентные числа по плану:

Ткани 30,43%\*14%=426,02%%

Швейные изделия

47,2%\*17,5%=826%% Головные

уборы 7,45%\*7%=126,65%%

Галантерея 14,9%\*19,5%=290,55%%

Фактические процентные числа:

Ткани 28,04%\*149%=392,56%%

Швейные изделия

49,39%\*17,5%=864,325%% Головные

уборы 6,7%\*17%=113,9%% Галантерея

15,85%\*19,5%=309,075%%

Сумма процентных чисел по плану =

=426,02%% + 826%% + 126,65%% + 290,55%% = 1669,22%%

Сумма процентных чисел фактически =

=392,56%% + 864,325%% + 113,9%% + 309,075%% = 1679,86%%

Средний процент

доходов: по плану

1669,22%%/100%=16,7%

фактически  $1679,86\%/100\%=16,8\%$

Влияние структуры товарооборота на уровень доходов по предприятию в целом  $16,8\% - 16,7\%=0,1\%$  Явление положительное.

При разработке плана доходов необходим комплексный системный подход, т.е. должна быть обеспечена взаимная увязка всех основных показателей деятельности торгового предприятия (в первую очередь: издержек, прибыли и др.)

Доходы предприятия исчисляются в абсолютной сумме, в рублях по каждой новой группе, затем суммируются по предприятию в целом.

Необходимо помнить, что если товарные группы имеют внутри групповой ассортимент. То по ним определяются средние проценты надбавок (дохода) на основе метода процентных чисел рассмотренного выше.

Планирование доходов производится в основном методом технико-экономических расчётов. Сумма дохода торговых надбавок по товарной группе = товарооборот по плану по товарной группе \* уровень торговой надбавки по этой группе / 100%

Рассмотрим порядок расчёта доходов предприятия на примере следующей таблицы:

Товарные группы	План товарооборота на	Торг. надбавки, %
1. Хлеб и хлебобулочные изделия	124	10,5
2. Мука, крупа,	96	13,5
3. Сахар	118	19
4. Кондитерские	220	18,5
Итого:	558	

Сумма доходов предприятия по товарным группам:

Хлеб и хлебные изделия =  $124\text{т.р.} * 10,5\%/100\% = 13,02\text{тлэ.}$

Мука, крупа, макаронны =  $96\text{т.р.} * 13,5\%/100\% = 12,96\text{т.р.}$

Сахар =  $118\text{т.р.} * 19\%/100\% = 22,42\text{т.р.}$

Кондитерские изделия =  $220\text{т.р.} * 18,5\%/100\% = 40,70\text{т.р.}$

Итого по предприятию в целом =  $13,02\text{т.р.} + 12,96\text{т.р.} + 22,42\text{т.р.} + 40,7\text{т.р.} =$

$= 89,1\text{т.р.}$

Уровень доходов по предприятию в целом:

Сумма доходов по предприятию в целом / объём  
товарооборота по предприятию в целом \* 100% =  
 $89,1\text{т.р.}/558\text{т.р.} * 100\% = 15,96\%$

## ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ

### Вопросы для самопроверки

1. Для чего необходимо составлять финансовый план? Что необходимо учитывать при его составлении?
2. Из каких частей состоит финансовый план? Что они отражают?
3. Как влияет структура товарооборота на средний уровень доходов предприятия?
4. Из чего складываются доходы торгового предприятия?
5. Каким методом производится планирование доходов?

## **Тема 11. Анализ внешней среды на предприятии**

### ***11.1. Понятие внешней среды предприятия.***

Разработка стратегии деятельности любого предприятия - коммерческой, общественной, муниципальной - начинается с анализа внешней среды. От того, насколько правильно он проведен, зависит успех всех других действий по стратегическому планированию и реализации стратегии.

Внешняя — это все те факторы, которые находятся за пределами предприятия и могут на него воздействовать. Внешняя среда, в которой приходится работать предприятию, находится в непрерывном движении, подвержена изменениям. Меняются вкусы потребителей, рыночный курс рубля по отношению к другим валютам, вводятся новые законы и налоги, изменяются рыночные структуры, новые технологии революционизируют процессы производства, действуют еще и многие другие факторы. Способность предприятия реагировать и справляться с этими изменениями внешней среды является одной из наиболее важных составляющих ее успеха. Вместе с тем эта способность является условием осуществления запланированных стратегических изменений.

Среда существования предприятия делится на две части. Первая часть — *«ближнее» окружение* — непосредственно влияет на предприятие, увеличивает или уменьшает эффективность его работы, приближает или отдаляет достижение его целей. Обычно оно включает клиентов, поставщиков, конкурентов, государственное регулирование и требования муниципальных властей, профсоюзы и торговые ассоциации. Предприятие тесно взаимодействует с этой частью своей среды, а менеджеры пытаются управлять ее параметрами, воздействовать на *«ближнее» окружение* с целью изменения их в благоприятном для предприятия направлении.

Вторая часть — *«дальнее» окружение* — включает все те факторы, которые могут оказывать воздействие на предприятие, но не прямое, а опосредованное. Это, например, макроэкономические факторы, требования законодательства, изменения в государственной или региональной политике, социальные и культурные особенности. Воздействие этих факторов на предприятие труднее выявлять и изучать, но нельзя игнорировать, так как именно они часто определяют тенденции, которые со временем будут влиять на *«ближнее» организационное окружение*. Менеджеры не могут управлять параметрами *«дальнего» окружения*, но должны отслеживать тенденции их изменения и учитывать их в своих планах.

### ***11.2. Сущность внешней среды для предприятия.***

Для принятия эффективных управленческих решений, руководство предприятия должно понимать и анализировать внешнее окружение. Для сканирования внешней среды предприятия могут использовать исследования и сбор информации, изучение потребительского рынка с помощью рыночных

исследований и фокус - групп. Более того, предприятия должны постоянно отслеживать события и тренды, происходящие во внешней среде, наряду с отслеживанием действий конкурентов. Отслеживание внешней среды включает в себя сбор информации о социальных, культурных, демографических, экономических, политических, государственных и технологических трендах. Для данной цели работники компании могут использовать как собственные наблюдения, так и другие информационные ресурсы, такие как журналы, периодические издания и газеты. Для оптимального изучения компонентов внешней среды, в современных исследованиях стратегического менеджмента выделяют общую и конкурентную среду.

### ОБЩАЯ СРЕДА

Факторы, составляющие внешнюю среду предприятия, могут влиять на то, каким образом оно будет разрабатывать и применять стратегии. Общая среда не поддается контролю со стороны фирмы и ее поведение и не может быть спрогнозировано с абсолютной точностью. Внешняя среда складывается из шести основных сил или компонентов.

#### ФАКТОРЫ ОБЩЕЙ СРЕДЫ:

1. Демографические изменения имеют значительный эффект на то, какие продукты предприятие будет производить, какой сервис предоставлять, какие рынки и каких покупателей обслуживать.

2. Изменение в среднем возрасте населения означает существенное изменение структуры общества по возрасту. Падение или рост рождаемости это угроза для одних сфер деятельности и благо для других. Например, постоянный или снижающийся уровень рождаемости может привести к увеличению среднего возраста населения. Это скажется на появлении большего спроса на услуги для пожилых людей.

3. В данном аспекте изучается появление новых групп потребителей. Здесь большую роль играют миграционные волны – повышение населения одной стране или регионе и снижение такового в другой стране или регионе. Особенно это касается переездов из пригородных и сельских районов в города.

4. В первую очередь, изменение в культурных ценностях в какой-то степени перекликаются с изменением в этническом соотношении. Появление большего числа групп меньшинства и увеличивающиеся число женщин на рабочих местах можно отнести к смене в расстановке культурных ценностей. Также сюда можно изменение отношения к вопросу о заботе, о здоровье.

5. Политическая составляющая макроокружения должна изучаться в первую очередь для того, чтобы иметь ясное представление о намерениях органов государственной власти в отношении развития общества и о средствах, с помощью которых государство намерено проводить в жизнь свою политику

Изменения в политической ситуации или законодательстве также могут являться значительным фактором, влияющим на то, как предприятие будет работать в дальнейшем.

6. Применительно к государственным органам, предприятия должны отслеживать какие программы пытаются провести в жизнь различные партийные структуры, какие группы лоббирования существуют в органах государственной власти, как правительство относится к различным отраслям экономики и регионам страны, какие изменения в законодательстве и правовом регулировании возможны в результате принятия новых законов и новых норм, регулирующих экономические процессы. Законы, принимающиеся на государственном уровне относительно деятельности конкретной отрасли, затрагивают операционную деятельность таких отраслей в конкретной стране или регионе. Такие изменения могут как сказаться и положительно на деятельности предприятия, так и сделать среду более враждебной.

7. При изучении правовой компоненты макроокружения стратегическое управление интересуется степенью правовой защищенности, динамизм правовой среды, уровень общественного контроля за деятельностью правовой системы общества. Очень важными являются выяснение степени обязательности действия правовых норм, а также того, распространяется ли их действие на все предприятия или же существуют исключения из правил, и, наконец, выяснение того, насколько неотвратимо применение санкций к предприятию в случае нарушения ею правовых норм.

8. Создание новых продуктов, процессов, или усовершенствование старых – все это относится к категории инноваций. Предприятие должно отслеживать технологические инновации по двум причинам. Первая, это отслеживание технологий, напрямую соотносящихся к ее бизнесу с целью поддерживать конкурентоспособность на рынке. В этом случае использование инноваций дает компании конкурентные преимущества. Второй случай, это отслеживание технологических трендов в отраслях, которые могут быть, и не связаны напрямую с деятельностью предприятия. Например, мировые производители фотоаппаратов и другой фотопродукции должны быть обеспокоены техническим прорывом в области цифровых технологий. В данном случае, цифровая технология позволяет производить цифровые фотоаппараты, обладающие большими возможностями по сравнению с обычными фотокамерами.

9. Эволюционные преобразования в области технологии объективно предопределили эволюцию в области стандартизации. Последовательная и непрерывная интернационализация производств, выход большого количества предприятий, корпораций и фирм на зарубежные рынки сбыта способствовали разработке соответствующих нормативных документов и стандартов, касающихся качества продукции.

10. Средний уровень дохода населения стран, в которых компания осуществляет свою деятельность, еще один фактор, составляющий экономическую компоненту. Если в уровень дохода населения или группы потребителей падает, это означает, что компании нужно искать методы удержания доли рынка за счет существующих средств, начинать обслуживать новый сегмент или принять другое соответствующее решение.

11. Уровень инфляции также входит в экономическую составляющую, которая влияет на деятельность предприятия. Во время инфляции покупательская способность денег падает, что также вынуждает компанию находить пути для дальнейшего оперирования на рынке. Если, например, прогнозируется инфляция, руководство может считать желательным увеличение запасов поставляемых организации ресурсов и провести с рабочими переговоры о фиксированной оплате труда с тем, чтобы сдержать рост издержек в скором будущем.

12. Самый простой путь проникновения на международные рынки — экспорт продукции. Хотя предприятие продолжает производить всю продукцию в одной стране, она может для координации экспорта создать независимую торговую компанию или посредническую службу, которая будет облегчать заключение сделок иностранными покупателями. С расширением экспорта предприятие может создать экспортный отдел с управляющим по экспорту, относящимся к среднему уровню в иерархии управления.

13. Наиболее сильная приверженность международному бизнесу возникает тогда, когда руководство решает выпускать продукцию своего предприятия за границей и сохранять полный контроль над производством, маркетингом, финансами и другими ключевыми функциями.

14. Предприятие может продать лицензию на производство своей продукции иностранной компании или государству посредством соглашения о лицензионных платежах. То есть предприятие предоставляет иностранной компании право на использование патентов или технологии взамен на возмещение затрат в форме лицензионных платежей или платы за услуги.

### **АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ**

Конкурентная среда влияет на формирование активной и пассивной составляющих конкурентоспособности предприятия: чем выше интенсивность конкуренции, тем сильнее должна быть развита пассивная конкурентоспособность, так как у предприятия меньше возможностей для влияния на конкурентную среду в силу несопоставимости внутренних сил предприятия с внешними воздействиями. Активная конкурентоспособность нужна предприятию для снижения интенсивности конкуренции: если предприятие занимает большую долю рынка, то ее рыночная власть будет выше, а интенсивность конкуренции со стороны конкурентов ниже.

1. Угроза выхода на рынок новых предприятий заключается в том, что они добавляют в отрасль новые производственные мощности и тем самым

могут уменьшить рыночные доли существующих конкурентов. Кроме того, «новички» могут привнести существенные ресурсы, которые не были до этого обязательными для успешной деятельности на рынке. Данная угроза тем ниже, чем выше барьеры входа в отрасль.

Барьеры входа разделяются на нестратегические и стратегические барьеры. Нестратегическими называются барьеры, создаваемые фундаментальными условиями отрасли, факторами объективного характера и по большей части независимые от деятельности предприятия или слабо поддающиеся ее воздействию. Различают несколько видов нестратегических или объективных барьеров, среди которых можно выделить такие, как емкость рынка, положительный эффект масштаба производства, абсолютные преимущества уже действующих в отрасли фирм в отношении издержек производства данного товара, необратимые издержки для организации минимально эффективного выпуска, преимущества дифференциации продукта.

Стратегические барьеры создаются стратегией самого предприятия и представляют факторы субъективного характера, присущие политике предприятия на рынке. Данную деятельность можно отнести к активной конкурентоспособности предприятия, так как, возводя барьеры входа, предприятие активно воздействует на внешнюю среду. К стратегическим барьерам можно отнести такие мероприятия предприятия, как сберегающие инновации, долгосрочные контракты с поставщиками ресурсов, получение лицензий и патентов на данный вид деятельности, сохранение незагруженных мощностей, а также все способы повышения минимально эффективного объема выпуска для отрасли. Стратегические барьеры могут также проявляться в ценовой и сбытовой политике, особенностях деятельности производителей в качестве держателей патентов, лицензий, товарных знаков. Наличие прочных деловых связей и неформальных отношений с поставщиками ресурсов и покупателями товара тоже играет роль стратегического барьера. Крупные размеры хозяйственного оборота и отлаженный производственный процесс позволяют создавать резервные мощности, которые могут быть использованы для ведения ценовой конкуренции и быстрой экспансии в незанятые сегменты рынка, а также использовать разнообразные соглашения и льготные режимы расчета с поставщиками и потребителями, оттесняя тем самым конкурентов.

2. Рыночная власть поставщиков влияет на цены и качество поставляемых продукции и услуг, что отражается на рентабельности отрасли. Условия, при которых рыночная власть поставщиков высокая включают:

- Доминирование нескольких поставщиков.
- Большая концентрация в отрасли поставщиков, нежели чем в отрасли производителей.
- Недоступность товаров-заменителей.
- Относительная незначимость производителя для поставщиков.

- Важность продуктов поставщиков для производителя.
- Высокая дифференциация поставщиков.
- Высокие издержки производителя по смене поставщика.
- Возможности поставщика по прямой интеграции с производителем.

3. Рыночная власть покупателей выражается в их способностях понижать цены в отрасли, путем уменьшения количества покупаемых ими товара, или требовать лучшего качества продукта за ту же цену. Факторы, ведущие к большей рыночной власти покупателей, включают:

- Большая концентрация, чем в отрасли производителя.
- Большие объемы покупок.
- Недифференцированные или стандартные товары и услуги производителя.
- Угроза обратной интеграции покупателя с производителем.
- Открытость информации о составе затрат производителя.
- Высокая ценовая эластичность спроса в отрасли. Если покупатели будут чувствительны к изменениям цен на рынке, то рыночная власть производителя будет небольшой.

4. Угроза появления товаров-заменителей. Наличие заменителей устанавливает верхнюю границу цены на продукт в отрасли. Когда цены существующих товаров поднимаются выше данной границы, покупатели могут переключиться на товары-заменители. Способы борьбы с заменителями, входящие в активную составляющую конкурентоспособности, состоят в дифференциации продукта или в увеличении затрат потребителя на переключение на товар-заменитель.

5. Интенсивность конкуренции между предприятиями будет высокой, если в отрасли присутствуют: большое количество предприятий, небольшая степень их дифференциации, низкий темп роста отрасли, высокие фиксированные затраты, возможность увеличения производственных мощностей только посредством крупных наращиваний, высокие стратегические ставки, высокие барьеры выхода из отрасли по экономическим, стратегическим или эмоциональным причинам.

Интенсивность конкуренции также зависит от типа взаимодействия между конкурентами и скорости происходящих в отрасли процессов.

Типы взаимодействия конкурентов классифицируются по степени конфликта между фирмами: конфронтация, соперничество, соревновательная конкуренция, кооперация (сотрудничество). Типы конкурентного взаимодействия зависят от активности конкурентоспособности предприятия в направлении противодействия конкурентам. Противодействие может заключаться в агрессивном ценообразовании (снижении цен), интенсивной рекламной кампании, привлечении органов государственной власти и других влиятельных структур для воздействия на конкурентов.

6. В рамках анализа конкурентной среды может оказать полезной группировка несколько конкурентов конкретной отрасли в отдельные группы. Данные группы формируются из компаний, чьи стратегии схожи между собой, занимают похожие позиции на рынке и они следуют стратегии, используя схожие ресурсы.

Основными характеристиками, по которым предприятия можно объединить в одну стратегическую группу, являются:

- Размер предприятия – предприятия могут группироваться в стратегическую группу согласно их размера. Относительно размера различают большие, средние и малые предприятия.

- Доля на рынке – предприятия, занимающие приблизительно одинаковую долю на рынке.

- Географический разброс операций – объединение на основе схожести ведения операций на рынках. Относительно географического разброса выделяют международный, национальный и региональный рынки.

- Характеристики продукта – группировка согласно этой характеристике происходит на основе схожести по уровню цен и широте ассортимента предлагаемого продукта.

- Операционный охват – компании могут быть объединены в одну стратегическую группу, если они используют концентрированный подход к производству, и объединены в иную стратегическую группу, если используют диверсифицированный подход.

7. С течением времени многие отрасли проходят через ряд стадий, начиная от роста, переходящего в зрелость и конечному спаду. Этот естественный путь развития предприятия содержит в себе несколько периодов с характерными для каждого из них проблемами и ошибками.

На определенном этапе роста компания проходит через кризис корпоративных отношений, связанный со структурированием власти на предприятии. Вслед за этим этапом быстрорастущие компании сталкиваются с проблемой финансирования роста. Именно в этот момент и возникает потребность в привлечении капитала на фондовом рынке, что заставляет предприятие переходить от формы предприятия закрытого типа к предприятию открытого типа. Естественно развивающаяся компания осознает необходимость такой трансформации на соответствующем цикле своего развития и вынуждена создавать соответствующие корпоративные отношения. В случае предприятий имеющих сконцентрированный акционерный капитал, у основного собственника возникает дилемма, известная в западной литературе как дилемма инсайдерского контроля: либо сохранять сконцентрированный контроль и расти низкими темпами; либо расти быстрыми темпами, но утратить сконцентрированный контроль. В первом случае, особенно на быстрорастущих рынках предприятие может утратить лидирующее положение в отрасли из-за отставания в росте, и, в конце концов, утратить конкурентоспособность. Во втором случае должна существовать соответствующая система корпоративного управления не

только внутри предприятия, но и соответствующая внешняя среда, в которой предприятие может оставаться эффективным без концентрации контроля.

8. В рамках анализа интенсивности конкуренции в отдельной отрасли или стратегической группе, можно выделить четыре вида стратегии. Они отражают четыре различных подхода к росту предприятия и связаны с изменением состояния одного или нескольких следующих элементов: продукт, рынок, отрасль, положение предприятия внутри отрасли, технология.

9. Стратегия концентрированного роста - сюда попадают те стратегии, которые связаны с изменением продукта или рынка и не затрагивают три других элемента. Конкретными типами стратегий первой группы являются:

- стратегия усиления позиции на рынке, при которой предприятие делает все, чтобы с данным продуктом на данном рынке завоевать лучшие позиции
- стратегия развития рынка, заключающаяся в поиске новых рынков для уже производимого продукта
- стратегия развития продукта, предполагающая решение задачи роста за счет производства нового продукта, предполагает реализовывать на уже освоенном фирмой рынке

10. Стратегия интегрированного роста - предполагает расширение фирмы путем добавления новых структур. Выделяются два основных типа стратегий интегрированного роста:

- стратегия обратной вертикальной интеграции, направленная на рост предприятия за счет приобретения или усиления контроля над поставщиками, а также за счет создания дочерних структур, осуществляющих снабжение
- стратегия вперед идущей вертикальной интеграции, выражающаяся в росте фирмы за счет приобретения или усиления контроля над структурами, находящимися между фирмой и конечным потребителем, т.е. над системами распределения и продажи

11. Стратегия диверсифицированного роста - стратегиями данного типа являются следующие:

- стратегия центрированной диверсификации, базирующаяся на поиске и использовании заключенных в существующем бизнесе дополнительных возможностей для производства новых продуктов
- стратегия горизонтальной диверсификации, предполагающая поиск возможностей роста на существующем рынке за счет новой продукции, требующей новой технологии, отличной от используемой
- стратегия конгломеративной диверсификации, состоящая в том, что фирма расширяется за счет производства технологически не связанных с уже производимыми новых продуктов, которые реализуются на новых рынках

12. Стратегия реагирования – предполагает недостаток в постоянной взаимосвязи между стратегией, структурой и культурой компании. Их, в большинстве случаев неэффективные, реакции на давление и изменения

окружающей среды в основном предполагают постепенное изменение стратегии.

### ВЗАИМООТНОШЕНИЕ МЕЖДУ ОБЩЕЙ И КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДОЙ

Общая и конкурентная среды взаимосвязаны и постоянно изменяются. В основном, общая среда оказывает большее воздействие на конкурентную среду, обратное влияние конкурентной среды на общую. Например, изменение в процентных ставках и колебание курса валюты могут иметь значительное влияние на спрос, и, соответственно, на прибыль многих отраслей. Тем не менее, индивидуальные или совместные действия предприятия одной отрасли редко могут влиять на макроэкономические показатели.

#### **11.3. Анализ факторов внешней среды**

Предприятия следят за внешней обстановкой с целью выявить и использовать ее благоприятные возможности для достижения корпоративных целей, избежать при этом угрозы препятствий. Этого добиваются пристальным изучением внешней среды на перспективу, составлением перечня возможностей и угроз, которые в дальнейшем позволят как использовать благоприятные возможности, так и найти действенные ответы на вызовы среды. Данный процесс называется *анализом факторов внешней среды*.

Первым шагом по анализу факторов внешней среды является сбор информации о социальных, экономических, политических и технологических тенденциях в изменениях среды существования предприятий. Для этого часто назначают отдельных сотрудников в предприятии или приглашают внешних консультантов, перед которыми ставится специальная задача следить за различными источниками информации, такими как профессиональные журналы, книги и газеты, информационные системы, Интернет, библиотеки, научные исследования, ведущиеся в университетах и НИИ, поставщики, распространители, покупатели, конкуренты и др. Эти специалисты представляют периодические обзорные доклады руководству (топ-менеджерам), отвечающему за организацию исследований факторов внешней среды. В крупных организациях такая работа ведется постоянно.

После того как собранная информация будет оценена, возникшие вопросы обсуждаются на встречах с управляющими, задачей которых является определение возможностей и угроз и, что особенно важно, — разработка базовых показателей эффективности для действий в соответствии с выявленными возможностями и угрозами. Например, анализ среды может определить возможный рост базовых ставок процента, и в результате ключевым показателем эффективности могло бы стать сокращение объемов заемных средств предприятия.

Управляющие высшего звена определяют приоритет этих показателей и составляют список наиболее важных факторов успеха, который передается в подразделения и широко распространяется на предприятии.

**Классификация факторов внешней среды.** Основные факторы внешней среды, воздействующие на поведение предприятия, могут быть разделены на четыре крупные группы:

- *политические и правовые;*
- *экономические;*
- *социальные и культурные;*
- *технологические.*

Они представляют части комплексного анализа среды, и рассмотрим последовательно каждую из них.

**Политические и правовые факторы.** Различные факторы законодательного и государственного характера могут влиять на уровень существующих возможностей и угроз в деятельности предприятия. Национальные и иностранные правительства могут быть для ряда предприятий основными регуляторами их деятельности, источниками субсидий, работодателями и покупателями. Это может означать, что для данных предприятий оценка политической обстановки может быть наиболее важным аспектом анализа внешней среды. Такая оценка осуществляется через детализацию политических и правовых факторов, воздействующих на предприятие. Таких факторов много, еще больше их различных сочетаний, поэтому выделим и перечислим наиболее часто встречающиеся при проведении анализа внешней среды: изменения в налоговом законодательстве; расстановка политических сил; отношения между деловыми кругами и правительством; патентное законодательство; законодательство об охране окружающей среды; правительственные расходы; антимонопольное законодательство; денежно-кредитная политика; государственное регулирование; федеральные выборы; политические условия в иностранных государствах; размеры государственных бюджетов; отношения правительства с иностранными государствами.

Некоторые из этих факторов воздействуют на все коммерческие предприятия, например, изменения в налоговом законодательстве. Другие — только на небольшое количество фирм, действующих на рынке, например, антимонопольное законодательство. Третьи — существенны, прежде всего, для политических предприятий, например, расстановка политических сил или результаты выборов в Государственную Думу. Однако в той или иной мере, прямо или опосредованно, политические и правовые факторы воздействуют на все предприятия. Например, на производителя игрушек будут влиять стандарты безопасности игрушек, изменения в правилах импорта и экспорта сырья, оборудования, технологий и готовой продукции, изменения в налоговой политике государства и т.п.

**Экономические факторы.** Существует множество экономических факторов, которые могут воздействовать на предприятие. Например, такие, как насколько доступен кредит, какое влияние оказывают курсы обмена

валют, сколько придется заплатить налогов, и многие другие. На способность предприятия оставаться прибыльной непосредственное влияние оказывает общее здоровье и благополучие экономики, стадии развития экономического цикла. Макроэкономический климат в целом будет определять уровень возможностей достижения предприятиями своих экономических целей. Плохие экономические условия снизят спрос на товары и услуги предприятий, а более благоприятные — могут обеспечить предпосылки для его роста.

При анализе внешней обстановки для некоторого конкретного предприятия требуется оценить ряд экономических показателей. Сюда включаются ставка процента, курсы обмена валют, темпы экономического роста, уровень инфляции и некоторые другие. Рассмотрим важнейшие из них.

*Ставка процента* (уровень процентной ставки) в экономике оказывает значительное влияние на потребительский спрос. Для приобретения товаров потребители часто берут в долг. Менее вероятно, что они будут поступать подобным образом при наличии высоких ставок процента. В качестве примера можно привести рынок жилья, где процент по закладной прямо влияет на спрос квартир в доме, что, в свою очередь, влияет на количество начатых новых жилищных проектов. И если организация работает в области жилищной индустрии (предоставляет ссуды, выступает в качестве инвестора или строительного подрядчика), то рост процентных ставок будет представлять собой угрозу для реализации планов организации, а их снижение — новые возможности для развития.

Предприятия, рассматривающие планы расширения, которые должны финансироваться за счет получения ссуд, очевидно, будут следить за уровнем ставки процента и ее влиянием на цену капитала. Поэтому ставка процента будет оказывать прямое воздействие на потенциальную привлекательность различных стратегий.

#### **11.4. Анализ неопределенности организационной среды**

Как мы уже видели выше, существует множество факторов среды, которые влияют на предприятие, хотя эффект их воздействия на предприятие может быть не совсем явным. Для того чтобы оставаться прибыльными, предприятия должны противостоять неопределенности обстановки. Под неопределенностью подразумевается то, что зачастую решения приходится принимать без достаточной информации о факторах среды, и руководителям, принимающим решения, трудно предсказать внешние изменения. Неопределенность обстановки повышает вероятность рисков провала стратегии предприятия и затрудняет расчет затрат, связанных с альтернативными стратегическими направлениями.

Предприятия стараются получить представление о неопределенных условиях посредством анализа, пытаясь свести многочисленные факторы обстановки к модели, которая будет понятной и согласно которой можно действовать. В последующих разделах описывается, как классифицируется

неопределенность внешней обстановки и анализируются возможные ответные действия предприятия, с помощью которых можно свести к минимуму негативные воздействия этих условий.

Обстановка, с которой сталкиваются предприятия, не одинакова, поэтому ей соответствуют различные уровни неопределенности, которые могут быть классифицированы на основе анализа двух характеристик:

- степени простоты или сложности обстановки;
- степени стабильности или нестабильности (динамичности) событий.

Неопределенность внешней обстановки возрастает с увеличением динамичности или же с усложнением ее условий. Степень динамичности внешней среды определяется темпом и частотой изменений.

**Измерение неопределенности внешней среды по принципу «простая - сложная»** имеет отношение к количеству и несхожести внешних элементов, связанных с деятельностью предприятия: в сложной внешней среде взаимодействует множество различных внешних элементов, оказывающих влияние на предприятие.

Сложность может возникать из различий в элементах внешней среды, с которыми сталкивается предприятие (например, международное предприятие, работающее во многих странах), а также быть результатом суммы знаний, необходимых для того, чтобы справиться с воздействием обстановки (например, требование к аэрокосмической компании).

Нетрудно привести примеры организаций, действующих в простой среде. Это может быть, например, продовольственный магазин или курсы обучения иностранному языку. В подобных случаях единственными действительно важными внешними элементами являются несколько конкурентов, поставщики и потребители. Государственное регулирование минимальное, изменения в культуре имеют незначительное воздействие.

В сложной среде действуют университеты или районные управы. В университетах пересекается целый спектр наук. Они являются местными центрами культурного обмена и обмена научными ценностями. Университеты вступают во взаимодействие с правительством и фондовыми учреждениями, профессиональными и научными ассоциациями, выпускниками, корпорациями. Это формирует большее количество внешних элементов и сложную внешнюю обстановку. Районные управы выполняют разнообразные хозяйственные и социально-политические функции, направленные, прежде всего, на удовлетворение потребностей населения и организаций, действующих на территории района. Их работа определяется постановлениями префекта и мэрии, запросами и жалобами населения, необходимостью обеспечения успешной работы в районе городских служб и многими другими факторами.

**Измерение неопределенности внешней среды по принципу «стабильная - нестабильная».** Данная характеристика имеет отношение к темпам изменения внешней среды. Организации могут действовать там, где изменения одного или многих факторов происходят медленно или очень быстро. Например, компании по производству электронно-вычислительной

техники действуют в очень нестабильных или динамичных внешних условиях, в то время как многие муниципальные учреждения (например, общеобразовательные школы или службы по уборке территории) работают в стабильной обстановке.

*Состояние «сложная - стабильная внешняя среда»* представляет в некоторой степени более высокий уровень неопределенности. При внешнем аудите необходимо учесть большое количество факторов, проанализировать и оценить их воздействие на эффективность предприятия. Однако в подобной среде внешние факторы не меняются быстро или неожиданно. Деятельность университетов, компаний по производству электрооборудования, страховых компаний осуществляется именно в такой сложной стабильной среде. Имеется большое количество внешних элементов, но, хотя они и меняются, перемены относительно постепенны и предсказуемы.

*Состояние «простая—нестабильная».* В такой внешней обстановке происходит дальнейшее возрастание уровня неопределенности. Хотя у предприятия может быть всего несколько внешних факторов воздействия, их изменения труднопредсказуемы и они неожиданно реагируют на инициативы предприятия. Примерами предприятий, действующих в таком типе внешней среды, являются производители модной одежды, персональных ЭВМ, шоу-бизнес. Действующие в этом секторе предприятия сталкиваются с постоянно меняющимся предложением и спросом.

*Состояние «сложная—нестабильная».* Наиболее высокий уровень неопределенности возникает в сложной - нестабильной обстановке. На предприятие воздействует большое количество внешних факторов, они часто изменяются и резко реагируют на инициативы предприятия. Когда одновременно меняются несколько факторов, внешняя среда становится «бурлящей», или, как ее называют, турбулентной. С такой средой сталкиваются, например, электронные фирмы и авиакомпании. Так, в случае с авиакомпаниями: в течение всего лишь нескольких последних лет им пришлось противостоять росту числа региональных авиакомпаний, разрегулированию, войне цен, взлету цен на топливо, тесноте в аэропортах, изменению спроса потребителей и т.д. С подобными ситуациями сталкиваются аэрокосмические корпорации, компании связи, фармацевтические фирмы и многие другие.

Показатели сложности и нестабильности внешней среды по-разному воздействует на организационное поведение отдельных функциональных подразделений предприятия. Рассмотрим в качестве примера воздействие этих показателей на кадровую службу предприятия.

*Простая и стабильная среда* — самая простая для работы отдела кадров. Прогнозирование потребности в персонале относительно несложно, поскольку оно может основываться на прошлых тенденциях. Необходимость изменения методов стимулирования труда и мотивации незначительны в связи с низкими уровнями конкуренции. Доходы от продажи и уровни прибыли, скорее всего, будут оставаться постоянными, поэтому фонд заработной платы не меняется. Применяются рутинные процедуры для

поиска и отбора персонала. Оценить информацию о внешней среде относительно легко, так как количество включенных элементов невелико.

*Сложная и стабильная среда.* С точки зрения перспектив управления персоналом, этот случай также не представляет серьезных проблем. Прогнозирование потребности в дополнительной рабочей силе относительно несложно в связи с высоким уровнем стабильности и довольно значительным постоянством рынка труда. Оценка информации гораздо сложнее из-за значительного количества вовлеченных элементов.

*Простая и нестабильная среда.* Этот случай представляет более значительные проблемы. В связи с высоким уровнем динамичности ситуации на рынке прогнозирование результатов работы осложнено. Проблемы оценки менее значительны вследствие небольшого количества действующих элементов. Однако, возможно, придется пересматривать и совершенствовать методы отбора персонала, систему премирования, мотивации.

*Сложная и нестабильная среда.* Это наименее благоприятное состояние внешней среды для деятельности службы персонала. Оно делает процесс кадрового планирования чрезвычайно трудным. Прогнозировать кадровые изменения сложно из-за высокого уровня комплексности проблем, затруднений со сбором информации и невозможности основываться на прошлых тенденциях. Управление персоналом, его планирование чрезвычайно осложнено из-за циклических изменений потребности в персонале из-за нестабильности рынка. Оценить информацию очень трудно вследствие большого количества включенных переменных. Вероятно, придется более широко использовать услуги кадровых агентств.

### **11.5. Анализ макроокружения**

Макроокружение создает общие условия среды нахождения предприятия. В большинстве случаев макроокружение не носит специфического характера по отношению к отдельно взятому предприятию. Однако степень влияния состояния макроокружения на различные предприятия различна. Это связано как с различиями в сферах деятельности предприятий, так и с различиями во внутреннем потенциале предприятий. В состав компонентов макроокружения входят: экономическая, политическая, правовая, социальная, технологическая, природно-географическая.

Изучение экономической компоненты макроокружения позволяет понять то, как формируются и распределяются ресурсы. Оно предполагает анализ таких характеристик как величина валового национального продукта, темп инфляции, уровень безработицы, процентная ставка, производительность труда, нормы налогообложения, платежный баланс, норма накопления и т. п. При изучении экономической компоненты важно обращать внимание на такие факторы как общий уровень экономического развития, добываемые природные ресурсы, климат, тип и уровень развитости конкурентных отношений, структура населения, уровень образованности рабочей силы и величина заработной платы.

Руководство должно также уметь оценивать, как скажутся на операциях организации общие изменения состояния экономики. Состояние этой

компоненты влияет на стоимость всех вводимых ресурсов и способность потребителей покупать определенные товары и услуги. Если, например, прогнозируется инфляция, руководство может считать желательным увеличение запасов поставляемых предприятию ресурсов и провести с рабочими переговоры о фиксированной оплате труда с тем, чтобы сдержать рост издержек в скором будущем. Оно может также решить сделать заем, поскольку при наступлении сроков платежей деньги будут стоить дешевле и тем самым будут частично компенсированы потери от выплаты процентов. Если же прогнозируется экономический спад, предприятие может предпочесть путь уменьшения запасов готовой продукции, поскольку могут появиться трудности ее сбыта, сократить часть работников или отложить планы расширения производства.

Состояние экономики может сильно повлиять на возможности получения предприятием капитала для своих нужд. Это, в основном, обусловлено тем, что федеральное правительство часто пытается сгладить последствия ухудшения экономической обстановки, регулируя налоги, денежную массу и учетную ставку, устанавливаемую ЦБ. Этот банк изменяет условия получения кредита и повышает (снижает) ставки процента, а также долю обязательных резервов для коммерческих банков. Подобным образом, снижение налогов увеличивает массу денег, которые люди могут потратить на цели не первой необходимости и, тем самым, способствовать стимулированию бизнеса.

Текущее и прогнозируемое состояние экономики может иметь драматическое влияние на цели предприятия. Вышеуказанные факторы в экономической окружающей среде должны постоянно диагностироваться и оцениваться. Что для одной организации представляется экономической угрозой, другая воспринимает как возможность.

Анализ правового регулирования, предполагающий изучение законов и других нормативных актов, устанавливающих правовые нормы и рамки отношений дает предприятию возможность определить для себя допустимые границы действий во взаимоотношениях с другими субъектами права и приемлемые методы отстаивания своих интересов. Изучение правового регулирования не должно сводиться только к изучению содержания правовых актов. Важно обращать внимание на такие аспекты правовой среды, как деятельность правовой системы, сложившиеся традиции в этой области и процессуальная сторона практической реализации законодательства.

Проводя изучение различных компонент макроокружения, очень важно иметь в виду два следующих момента.

Для того чтобы организация могла результативно изучать состояние компонент макроокружения, должна быть создана специальная система отслеживания внешней среды. Данная система должна осуществлять как проведение специальных наблюдений, связанных с какими-то особыми событиями, так и проведение регулярных (обычно один раз в год) наблюдений за состоянием важных для предприятия внешних факторов. Проведение наблюдений может осуществляться множеством различных способов. Наиболее распространенными способами наблюдения являются:

- ✓ Анализ материалов, опубликованных в книгах, журналах и других информационных изданиях;
- ✓ Участие в профессиональных конференциях;
- ✓ Анализ опыта деятельности предприятия;
- ✓ Изучение мнения сотрудников предприятия;
- ✓ Проведение внутриорганизационных собраний и обсуждений.

Изучение компонент макроокружения не должно заканчиваться только констатацией того, в каком состоянии они пребывали ранее или же в каком состоянии они находятся на данный момент времени. Необходимо также вскрыть те тенденции, которые характерны для изменения состояния отдельных важных фактов и попытаться предсказать направление развития этих факторов с тем, чтобы предвидеть то, какие угрозы могут ожидать предприятие и какие возможности могут открыться перед ней в будущем.

Система анализа макроокружения дает необходимый эффект только в том случае, если она поддерживается высшим руководством и дает ему необходимую информацию, если она тесно связана с системой планирования на предприятии и, наконец, если работа аналитиков, работающих в этой системе, сочетается с работой специалистов по стратегическим вопросам, которые в состоянии проследить связь между данными о состоянии макроокружения и стратегическими задачами предприятия и оценивать эту информацию с точки зрения угроз и дополнительных возможностей реализации стратегии предприятия.

### **11.6. Анализ Микроокружения**

Изучение непосредственного окружения предприятия направлено на анализ состояния тех составляющих внешней среды, с которыми предприятие находится в непосредственном взаимодействии. При этом важно подчеркнуть, что предприятие может оказывать существенное влияние на характер и содержание этого взаимодействия, тем самым она может активно участвовать в формировании дополнительных возможностей и в предотвращении появления угроз ее дальнейшему существованию. К числу элементов микроокружения относят: поставщиков, потребителей, конкурентов, рынок рабочей силы, инфраструктура.

Само выживание и существование предприятия зависит от его способности находить потребителей результатов его деятельности и удовлетворять его запросы. Потребители могут сильно различаться по своей природе и месту, которое они занимают в цепочке продвижения товара. Потребителями могут являться: физические и юридические лица как в пределах страны, так и за рубежом, общественные и государственные предприятия. Исходя из этого можно выделить пять клиентурных рынков: потребительский, рынок производителей, рынок промежуточных продавцов, государственных учреждений и международный.

Анализ покупателей, как компоненты непосредственного окружения предприятия, в первую очередь имеет своей задачей составление профиля тех, кто покупает продукт, реализуемый предприятием. Изучение покупателей позволяет

предприятию лучше уяснить то, какой продукт в наибольшей мере будет приниматься покупателями, на какой объем продаж может рассчитывать предприятие, в какой мере покупатели привержены продукту именно данному предприятию, насколько можно расширить круг потенциальных покупателей, что ожидает продукт в будущем и многое другое. Все это позволит предприятию максимально эффективно использовать свой производственный потенциал.

Профиль покупателя может быть составлен по следующим характеристикам:

- ✓ Географическое месторасположение покупателя;
- ✓ Демографические характеристики покупателя, такие, как возраст, образование, сфера деятельности и т. п.;
- ✓ Социально-психологические характеристики покупателя, отражающие его положение в обществе, стиль поведения, вкусы, привычки и т. п.;
- ✓ Отношение покупателя к продукту, отражающее то, почему он покупает данный продукт, является ли он сам пользователем продукта, как оценивает продукт и т. п.

Изучая покупателя, предприятие также уясняет для себя, насколько сильны его позиции по отношению к ней в процессе торга. Если, например, покупатель имеет ограниченную возможность в выборе продавца нужного ему товара, то его сила торговаться существенно ослаблена. Если же наоборот, то продавец должен искать замену данному покупателю другим, который имел бы меньше возможностей в выборе продавца. Существует целый ряд факторов, определяющих торговую силу покупателя, которые обязательно должны быть вскрыты и изучены в процессе анализа покупателя. К числу таких факторов относятся следующие:

- ✓ Соотношение степени зависимости покупателя от продавца со степенью зависимости продавца от покупателя;
- ✓ Объем закупок, осуществляемых покупателем;
- ✓ Уровень информированности покупателя;
- ✓ Наличие замещающих продуктов;
- ✓ Стоимость для покупателя перехода к другому продавцу такого же продукта;
- ✓ Чувствительность покупателя к цене, зависящая от общей стоимости осуществляемых им закупок, его ориентации на определенную марку, наличие определенных требований к качеству товара, его прибыли, системы стимулирования и ответственности лиц, принимающих решение о покупке.

Поставщики материалов и комплектующих изделий, если они обладают большой силой, могут поставить предприятие в очень сильную зависимость от себя. Поэтому при выборе поставщиков очень важно глубоко и всесторонне изучить их деятельность и их потенциал с тем, чтобы суметь построить такие отношения с ними, которые обеспечивали бы предприятию максимум силы во взаимодействии с поставщиками. Конкурентную силу поставщика определяют следующие факторы:

- ✓ Уровень специализированности поставщика;
- ✓ Величина стоимости переключения поставщика на других клиентов;

✓ Степень специализированности покупателя в приобретении определенных ресурсов;

✓ Концентрированность поставщика на работе с конкретными клиентами;

✓ Важность для поставщика объема продаж.

При изучении поставщиков материалов и комплектующих в первую очередь следует обращать внимание на следующие характеристики их деятельности:

✓ Стоимость поставляемого товара;

✓ Гарантия качества поставляемого товара;

✓ Временной график поставки товаров;

✓ Пунктуальность, обязательность выполнения условий поставки товара.

Конкурентная среда формируется не только внутриотраслевыми конкурентами, производящими аналогичную продукцию и реализующими ее на одном и том же рынке. Субъектами конкурентной среды являются также и те фирмы, которые производят замещающий продукт. Кроме них на конкурентную среду организации оказывают заметное влияние ее покупатели и поставщики, которые, обладая силой к торгу, могут заметно ослабить позицию организации на поле конкуренции. Все это может характеризовать модель пяти сил конкуренции Портера (рис. 11.1.).

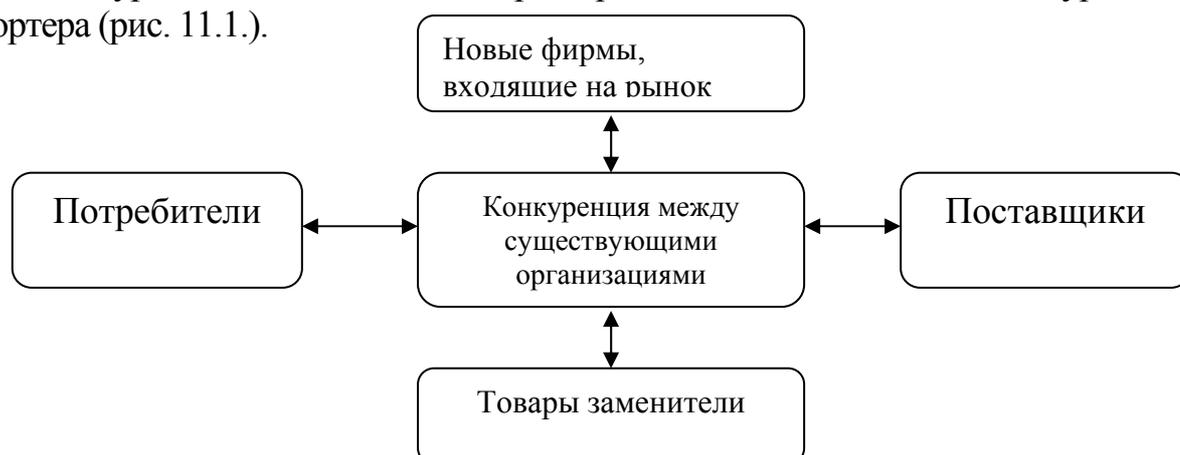


Рис. 11.1. Модель 5 сил конкуренции Портера

## ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ

### Вопросы для самопроверки

1. Что включает в себя внешняя среда предприятия?
2. Для чего необходимо анализировать внешнюю среду предприятия?
3. Какие факторы влияют на внешнюю среду предприятия?
4. От чего зависит активная конкурентоспособность предприятия?

5. Как взаимодействует общая и конкурентная среда?
6. Что входит в состав макро – и микроокружения?

## Тест

Вопрос 1. Что включает в себя «ближнее окружение» предприятия?

- 1) макроэкономические факторы
- 2) государственное регулирование +
- 3) культурные особенности

Вопрос 2. Общая среда предприятия – это ...

- 1) среда, которая не поддается контролю со стороны фирмы и ее поведение и не может быть спрогнозировано с абсолютной точностью +
- 2) среда, которая непосредственно влияет на предприятие, увеличивает или уменьшает эффективность его работы
- 3) совокупность всех факторов, которые могут оказывать воздействие на предприятие, но не прямое, а опосредованное

Вопрос 3. К факторам общей среды относится:

- 1) маркетинг
- 2) движение капитала и денежных средств
- 3) политический фактор +

Вопрос 4. Активная конкурентоспособность нужна предприятию для...

- 1) создание новых продуктов, процессов, или усовершенствование старых
- 2) снижения интенсивности конкуренции +
- 3) проникновения на международные рынки

Вопрос 5. Одной из основных характеристик, по которым предприятия можно объединить в одну стратегическую группу, является:

- 1) операционный охват +
- 2) объем выпускаемой продукции
- 3) технология производства

Вопрос 6. Первым шагом по анализу факторов внешней среды является:

- 1) анализ экономических факторов
- 2) определение возможностей и угроз
- 3) сбор информации о социальных, экономических, политических и технологических тенденциях +

Вопрос 7. Какой фактор, определяет торговую силу покупателя?

- 1) чувствительность покупателя к цене +
- 2) доход покупателя
- 3) объема продаж

## **Тема 12. Коммерческий риск. Выживание предприятия**

В условиях рыночных отношений, при наличии конкуренции и возникновении порой непредсказуемых ситуаций, хозяйственная, производственная или коммерческая деятельность невозможна без рисков. Однако и отсутствие *риска*, т.е. опасности наступления непредсказуемых и нежелательных для субъекта предпринимательской деятельности последствий его действий, в конечном счете, вредит экономике, подрывает ее динамичность и эффективность. Нормальный ход экономического развития требует достаточно полной и разнообразной «рисковой стратификации», которая обеспечивает каждому субъекту возможность занять позиции в такой зоне хозяйствования, и которой степень риска отвечает его наклонностям и личным качествам. Существование риска и неизбежные в ходе развития изменения его степени выступают постоянным и сильнодействующим фактором движения предпринимательской сферы экономики.

### ***12.1. Виды рисков и методы их оценки***

Любое предприятие несет риски, связанные с его производственной, коммерческой, финансовой, инвестиционной деятельностью. Любой предприниматель отвечает за последствия принимаемых управленческих решений. Фактор риска заставляет предпринимателя экономить финансовые и материальные ресурсы, обращать особое внимание на расчеты эффективности новых проектов, коммерческих сделок, принимать обоснованные управленческие решения. Фактор риска в предпринимательской деятельности особенно увеличивается в периоды нестабильного состояния экономики, сопровождаемого инфляционными процессами, сверхдорогими кредитами и т.п.

#### ***Понятие и виды риска***

Риски можно классифицировать по различным признакам. В зависимости от сферы возникновения риски подразделяют на природно-естественные, экологические, политические, транспортные, имущественные, связанные с предпринимательской деятельностью.

**К природно-естественным** относятся риски, связанные с проявлением стихийных сил природы (землетрясение, пожар, наводнение, ураган и т.п. )

**Экологические** риски связаны с загрязнением окружающей среды, когда превышены установленные предельно допустимые нормы выбросов и сбросов.

**Политические** риски определяются общей политической ситуацией, методами государственного регулирования экономических процессов.

**Транспортные** риски характерны для перевозки грузов автомобильным, морским, железнодорожным, авиационным транспортом.

**Имущественные** риски-риски, связанные с вероятностью потерь имущества по причине кражи, гибели или повреждения в результате халатности работников; интенсивности использования; диверсии и т.п.

Предпринимательский риск – вероятность (угроза) потери части ресурсов, недополучения доходов или появления дополнительных расходов в результате осуществления деятельности предприятия.

Предпринимательский риск можно подразделить на производственный, финансовый и инвестиционный.

Производственный риск связан непосредственно с хозяйственной деятельностью предприятия. Под производственным риском обычно понимают вероятность (возможность) невыполнения предприятием своих обязательств по контракту или договору с заказчиком, риски в реализации товаров и услуг; ошибки в ценовой политике, риск банкротства.

В производственной деятельности промышленного предприятия можно выделить следующие риски:

- \* риск полной остановки предприятия из-за невозможности заключения договоров на поставку необходимых при данной технологии материалов, комплектующих деталей и других исходных продуктов;

- \* риск недополучения исходных материалов из-за срыва заключенных договоров о поставке, а также риск невозврата денежных средств, перечисленных поставщику в виде предоплат;

- \* риск незаключения договоров на реализацию произведенной продукции, работ или услуг, т.е. риск полной или частичной нереализации;

- \* риск отказа покупателя от полученной и оплаченной продукции или риск возврата;

- \* ценовой риск, связанный с определением цены на реализуемую предприятием продукцию и услуги, а также риск в определении цены на необходимые средства производства, используемое сырье, материалы, топливо, энергию, рабочую силу и капитал (в виде процентных ставок по кредитам). По некоторым расчетам, ошибка в размере цены на реализуемую продукцию на 1% приводит к потерям, составляющим не менее 1% выручки от реализации. Если спрос на данный товар эластичен, то потери могут составить 2—3%. При рентабельности продукции, составляющей 10-12%, ошибка в цене на 1% может означать потери в прибыли на 5-10% Ценовой риск существенно возрастает в условиях инфляции;

- \* риск остановки оборудования в результате повреждений;

- \* риск порчи материальных ресурсов;

- \* риск ликвидности товара из-за изменения оценки качества и потребительских свойств продукции.

*Риск упущенной финансовой выгоды* определяется вероятностью финансового ущерба, который может возникнуть в результате неосу-

ществления какого-либо мероприятия или остановки хозяйственной деятельности.

Инвестиционный риск связан с инвестиционной деятельностью предприятия. В зависимости от вида или направления инвестирования выделяют:

*риск инвестирования* в ценные бумаги, или «портфельный риск», который характеризует степень риска снижения доходности конкретных ценных бумаг и сформированного портфеля ценных бумаг;

риск снижения доходности реальных инвестиций в результате изменения внешних факторов, не зависящих от деятельности предприятия (мировые цены на сырье; законодательные акты и т.п.); ошибок технико-экономического обоснования проекта; форс-мажорных обстоятельств и т.д.;

*риск новаторства:*

- риск, связанный с техническими нововведениями;
- риск, связанный с экономической или организационной стороной производства;
- риск, определяемый «молодостью предприятия».

Риски могут быть классифицированы и по иным признакам. Так, например, выделяют риски чистые и спекулятивные, динамические и статические, абсолютные и относительные. *Чистые риски* означают возможность получения убытков или нулевого результата. Обычно к ним относят производственные и инвестиционные риски. *Спекулятивные риски* выражаются в вероятности получения как положительного, так и отрицательного результата. Финансовые риски, например, считаются спекулятивными рисками.

*Динамический риск* – это риск непредвиденных изменений вследствие принятия управленческих решений или изменений.

*Финансовый риск* – это вероятность наступления ущерба в результате проведения каких-либо операций в финансово-кредитной и биржевой сферах, совершения операций с ценными бумагами, т.е. риск, который следует из природы финансовых операций. К финансовым рискам относятся:

- кредитный риск;
- процентный риск;
- валютный риск;
- риски финансовой деятельности предприятия и упущенной финансовой *выгоды*.

*Кредитный риск* - связан с неуплатой заемщиком основного долга и процентов, начисленных за кредит. Процентный риск - опасность потерь коммерческими банками, кредитными учреждениями, инвестиционными фондами в результате повышения процентных ставок, выплачиваемых ими по привлеченным средствам, над ставками по предоставленным кредитам. Валютные риски отражают опасность валютных потерь, связанных с изменением курса одной иностранной валюты по отношению к другой, в том

числе национальной валюты, при проведении внешнеэкономических, кредитных и других валютных операций.

Риски финансовой деятельности предприятия влияют на его платежеспособность, финансовую устойчивость. К данным рискам можно отнести:

- риски недополучения или несвоевременного получения денежных средств за отгруженную продукцию (риск дебиторской задолженности);
- риск срыва заключенных соглашений о предоставлении займов, инвестиций, кредитов. Данный риск влияет на процесс формирования финансовых ресурсов предприятия, их структуру;
- риск банкротства как деловых партнеров предприятия (контрагентов, реализаторов, поставщиков), так и самого предприятия.

*Статический риск* - это риск потерь вследствие нанесения ущерба собственности, а также потерь дохода из-за недееспособности организации. Этот риск может привести только к потерям.

*Абсолютный риск* оценивается в денежных единицах (рублях, долларах и т.д.); *относительный риск* — в долях единицы или в процентах. Например, риск в предпринимательстве можно измерить абсолютной величиной — суммой убытков и потерь и относительной величиной — степенью риска, т.е. мерой вероятности неосуществления намеченного мероприятия или недостижения намеченного уровня прибыли, дохода, цены. Оба показателя необходимы и несут соответствующую информацию — абсолютного и относительного риска.

### ***Факторы риска***

Предпринимательский риск складывается под влиянием объективных (внешних) и субъективных (внутренних) факторов.

К наиболее важным внешним факторам относятся: инфляция (значительный и неравномерный рост цен как на сырье, материалы, топливо, энергоносители, комплектующие изделия, транспортные и другие услуги, так и на продукцию и услуги предприятия); изменение банковских процентных ставок и условий кредитования, налоговых ставок и таможенных пошлин; изменения в отношениях собственности и аренды, в трудовом законодательстве и др. Не менее опасно для деятельности предприятия влияние внутренних факторов, которые связаны с ошибками и упущениями руководства и персонала. Так, по оценкам зарубежных экспертов, 90% различных неудач малых фирм связано с неопытностью руководства, его неумением адаптироваться к изменяющимся условиям, консерватизмом мышления, что ведет к неэффективному управлению предприятием, к принятию ошибочных решений, потере позиций на рынке.

К внутренним факторам можно отнести и субъективный фактор отношения к риску. Люди различаются по своей готовности пойти на риск. Так, одним руководителям нравится рисковать, другие рисковать не хотят, а иные к риску безразличны. От поведения конкретных людей зависит и выбор рискованной стратегии в деятельности предприятия. Руководитель, который

предпочитает стабильный доход, в предпринимательской деятельности выбирает стратегию, не расположенную к риску. При таком антирисковом поведении обычно имеет место невысокий доход (прибыль) предприятия. Руководитель, нейтрально относящийся к риску, ориентируется на ожидаемый доход, невзирая на возможные убытки. Расположенные к риску руководители готовы рисковать в надежде получить большую прибыль, т.е. готовы бороться за минимизацию потерь с целью максимизации результата.

### *Анализ риска*

Риск является неотъемлемой частью предпринимательской деятельности. Разрабатывая стратегию развития, решая те или иные хозяйственные задачи, необходимо учитывать влияние фактора риска.

Правильная оценка риска позволяет объективно представлять объем возможных убытков, наметить пути их предотвращению, уменьшению или возмещению, добиться ощутимого успеха в конкретной ситуации при допустимом уровне риска.

При анализе риска обычно используются допущения, предложенные известным американским экспертом Б.Берлимером:

- потери от риска независимы друг от друга;
- потеря по одному направлению деятельности не обязательно увеличивает вероятность потери по другому, за исключением форс- мажорных обстоятельств;





• максимально возможный ущерб не должен превышать финансовых возможностей участника. Анализ рисков можно подразделить на два дополняющих друг друга вида: качественный и количественный

Качественный анализ позволяет определить факторы и потенциальные области риска, выявить возможные его виды. Количественный анализ направлен на то, чтобы количественно выразить риски, провести их анализ и сравнение. При количественном анализе риска используются различные методы. В настоящее время наиболее распространенными являются:

- статистический метод;
- анализ целесообразности затрат;
- метод экспертных оценок;
- аналитические методы;
- метод аналогий;
- анализ финансовой устойчивости предприятия и оценка его платежеспособности.

### ***Методы количественного анализа риска***

Статистический метод заключается в изучении статистики потерь и прибылей, имевших место на данном или аналогичном предприятии, с целью определения вероятности события, установления величины риска. *Вероятность* означает возможность получения определенного результата. Например, вероятность успешного продвижения нового товара на рынке в течение года составляет 3/4, а неуспех — 1/4. *Величина*, или *степень*, *риска* измеряется двумя показателями: средним ожидаемым значением и колеблемостью (изменчивостью) возможного результата.

Среднее ожидаемое значение связано с неопределенностью ситуации, оно выражается в виде средневзвешенной величины всех возможных результатов  $[E(x)]$ , где вероятность каждого результата ( $l$ ) используется в качестве частоты или веса соответствующего значения ( $x$ ). В общем виде это можно записать так:

$E(x) = f_1x_1 + f_2x_2 + \dots + f_nx_n$  Допустим, что при продвижении нового товара мероприятие  $A$  из 200 случаев давало прибыль 20,0 тыс. руб. с каждой единицы товара

В 90 случаях (вероятность  $90:200=0,45$ ), прибыль 25,0 тыс.руб. в 60 случаях (вероятность  $60:200=0,30$ ) и прибыль 30,0 тыс.руб. в 50 случаях (вероятность  $50:200=0,25$ ). Среднее ожидаемое значение прибыли составит:  
 $20,0*0,45+20,0*0,30+30,0*0,25=24$ .

Осуществление мероприятия Б из 200 случаев давало прибыль 19,0 тыс.руб. в 85 случаях; прибыль 24,0 тыс.руб. в 60 случаях, 31,0 тыс.руб. в 50 случаях. При мероприятии Б средняя ожидаемая прибыль составит:  
 $19,0*(85:200)+24,0*(60:200)+31,0*(50:200)=23,8$ .

Сравнивая величины ожидаемой прибыли при вложении капитала в мероприятия А и Б можно сделать вывод, что величина получаемой прибыли при мероприятии А колеблется от 20,0 до 30,0 тыс. руб., средняя величина составляет 24,0 тыс.руб., в мероприятии Б величина получаемой прибыли колеблется от 19,0 до 31,0 тыс.руб. т средняя величина равна 23,8 тыс.руб.

В данном случае средняя ожидаемая прибыль имеет близкие значения в вариантах А и Б. Это обстоятельство затрудняет принятие решения в пользу какого-либо варианта вложения капитала. Для окончательного решения необходимо измерить колеблемость (размах или изменчивость) показателей, т.е. определить меру колеблемости возможного результата. Колеблемость возможного результата представляет собой степень отклонения ожидаемого значения от средней величины. Для ее определения обычно вычисляют дисперсию, или среднеквадратическое отклонение.

Дисперсия представляет собой среднее взвешенное из квадратов отклонений действительных результатов от среднего ожидаемого значения:

$$\sigma^2 = \sum(x-x')^2 f/\sum f$$

где  $\sigma^2$  –дисперсия;  $x$ -ожидаемое значение для каждого случая наблюдения;

$x'$ -среднее ожидаемое значение  $E(x)$ ;  $f$ -частота случаев, или число наблюдений.

Среднее квадратическое отклонение определяется по формуле

$$\Sigma = \sqrt{\sum(x-x')^2 f/\sum f}$$

Дисперсия и среднее квадратическое отклонение являются мерами абсолютной колеблемости. Они измеряются в тех же единицах, что и варьирующий признак. Для анализа степени отклонения обычно используется коэффициент вариации.

Коэффициент вариации — это отношение показателя вариации к средней арифметической  $E(x)$  или замещающей ее величине (например, мода, медиана). Определим коэффициент вариации как отношение среднего квадратического отклонения к среднему ожидаемому значению:

$$V = \sigma/x' * 100$$

где  $V$  — коэффициент вариации, %;  $\sigma$  — среднее квадратическое отклонение;  $x'$  — среднее ожидаемое значение.

Коэффициент вариации позволяет сравнивать колеблемость признаков, имеющих разные единицы измерения. Чем выше коэффициент вариации, тем сильнее колеблемость признака. Установлена следующая оценка коэффициентов вариации:

до 10% — слабая колеблемость;  
10—25% — умеренная колеблемость;  
свыше 25% — высокая колеблемость.

В нашем примере среднеквадратическое отклонение составляет:

мероприятие  $A$ :  $\sigma_A = 16,5 = 4,06$ ;

мероприятие  $B$ :  $\sigma_B = 24,06 = 4,905$ . Коэффициент вариации:

мероприятие  $A$ :  $V_A = 16,917$ ;

мероприятие  $B$ :  $V_B = 20,609$ .

Коэффициент вариации при вложении капитала и мероприятие  $A$  меньше, чем при мероприятии  $B$ . Следовательно, мероприятие  $A$  сопряжено с меньшим риском, а значит, предпочтительнее. Дисперсионный метод успешно применяется и при наличии более чем двух альтернативных признаков.

В тех случаях, когда информация ограничена, для количественного анализа риска используются аналитические методы, или стандартные функции распределения вероятностей, например нормальное распределение, или распределение Гаусса, показательное (экспоненциальное) распределение вероятностей, которое довольно широко используется в расчетах надежности, а также распределение Пуассона, которое часто используют в теории массового обслуживания.

Вероятностная оценка риска математически достаточно разработана, но опираться только на математические расчеты в предпринимательской деятельности не всегда бывает достаточным, так как точность расчетов во многом зависит от исходной информации.

Метод экспертных оценок основан на обобщении мнений специалистов-экспертов о вероятностях риска. Интуитивные характеристики, основанные на знаниях и опыте эксперта, дают в ряде случаев достаточно точные оценки. Экспертные методы позволяют быстро и без больших временных и трудовых затрат получить информацию, необходимую для выработки управленческого решения.

Метод аналогий обычно используется при анализе рисков нового проекта. Проект рассматривается как «живой» организм, имеющий определенные стадии развития. Жизненный цикл проекта состоит из этапа разработки, этапа выведения на рынок, этапа роста, этапа зрелости и этапа упадка. Изучая жизненный цикл проекта, можно получить информацию о каждом этапе проекта, выделить причины нежелательных последствий, оценить степень риска. Однако на практике бывает довольно трудно собрать соответствующую информацию.

Метод оценки платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия позволяет предусмотреть вероятность банкротства. В первую очередь анализу подвергаются сведения, содержащиеся в документах годовой бухгалтерской отчетности. Основными критериями неплатежеспособности, характеризующими структуру баланса, являются: коэффициент текущей ликвидности, коэффициент обеспеченности собственными средствами и коэффициент восстановления (утраты) платежеспособности. На основании указанной системы показателей можно оценить вероятность наступления неплатежеспособности предприятия.

Различные методы финансового анализа позволяют выявить слабые места в экономике предприятия, охарактеризовать его ликвидность, финансовую устойчивость, рентабельность, отдачу активов и рыночную активность. Однако обычно вывод о вероятности банкротства можно сделать только на основе сопоставления показателей данного предприятия и аналогичных предприятий, обанкротившихся или избежавших банкротства. Найти соответствующую информацию довольно трудно, поэтому для расчетов вероятностей банкротства широко используют многофакторные модели. Например, в зарубежной практике для предсказания банкротства широко используются многофакторные модели Э. Альтмана. В разработанной им модели 1977 г.

В качестве переменных (факторов) используются показатели рентабельности активов, динамики прибыли, кумулятивной прибыльности, совокупных активов, коэффициенты покрытия процентов по кредитам, ликвидности, автономии. Эта модель позволяет прогнозировать банкротство на пятилетний период с точностью до 70%.

Метод целесообразности затрат основан на определении критического объема производства и реализации продукции. Он обеспечивает возмещение затрат и запланированный уровень рентабельности продукции. Данный метод позволяет определить нижний предельный размер выпуска продукции. Производство продукции в объемах меньше критического приносит только убытки. Критический объем производства необходимо оценивать при освоении новой продукции и при сокращении выпуска продукции, вызванного падением спроса, сокращением поставок материалов и комплектующих изделий, заменой продукции на новую, ужесточением экологических требований и другими причинами. Для проведения соответствующих расчетов все затраты на производство и реализацию продукции подразделяют на переменные (материалы, комплектующие изделия, инструменты, заработная плата, расходы на транспорт и т.п.) и постоянные (амортизационные отчисления, управленческие расходы, арендная плата, проценты за кредит и т.п.).

Критический объем производства ( $O_{кр}$ ) можно представить в следующем виде:

$$O_{кр} = Z_{пост} : Ц - Z_{пер},$$

где  $Ц$  — цена единицы продукции, руб.;  $Z_{пост}$  — постоянные затраты предприятия, руб.;  $Z_{пер}$  — переменные затраты на единицу продукции, руб.

Некоторые зарубежные авторы называют критический объем производства порогом рентабельности и используют этот показатель для оценки финансовой устойчивости предприятия. Чем больше разность между фактическим объемом производства и критическим, тем выше финансовая устойчивость

Любое изменение объема производства (продаж) оказывает существенное влияние на прибыль. Данная зависимость называется эффектом производственного (или операционного) левеиджа. *Производственный левеидж* показывает степень влияния постоянных затрат на прибыль (убытки) при изменениях объема производства.

Производственный левеидж ( $Ln.p$ ) можно представить в следующем виде:

$$Ln.p = (B - Z_{пер}) :: P = (Z_{пост} + P) : P,$$

где  $P$  — балансовая прибыль от реализации (до выплаты налога на прибыль, процентов по кредитам и дивидендам);  $B$  — выручка от реализации;  $Z_{пер}$  — переменные;  $Z_{пост}$  — постоянные затраты. Из приведенного соотношения следует, что, чем больше удельный вес постоянных затрат в общей сумме издержек при некотором объеме производства, тем выше производственный левеидж, а следовательно, тем выше предпринимательский риск. Работать с высоким производственным левеиджем могут только те предприятия, которые в состоянии обеспечить большие объемы производства и сбыта, имеют устойчивый спрос на свою продукцию.

### ***Способы снижения риска***

Деятельность предприятия так или иначе связана с риском. Задачей руководства предприятия является снижение степени риска. Для этого используются различные способы: диверсификация, страхование, лимитирование, резервирование средств на покрытие непредвиденных расходов, распределение риска, получение большей информации о предстоящем выборе и результатах.

*Диверсификация* — это распределение капиталовложений между разнообразными видами деятельности, результаты которых непосредственно не связаны. Предприятие, неся убытки по одному виду деятельности, может получить прибыль за счет другой сферы деятельности. Диверсификация позволяет повысить устойчивость предприятия к изменениям в предпринимательской среде.

*Страхование* — это передача определенных рисков страховой компании. Для снижения степени риска используются имущественное страхование и страхование от несчастных случаев. Имущественное страхование может иметь следующие формы: страхование риска подрядного строительства, страхование оборудования, страхование грузов и др. Страхование от несчастных случаев включает: страхование общей гражданской ответственности и страхование профессиональной ответственности. Широко используется и такой вид страхования, как

*хеджирование* — страхование цены товара от риска либо нежелательного для производителя падения, либо невыгодного для потребителя увеличения.

По целям и технике проведения операции хеджирования делятся на хеджирование продаж, т.е. заключение производителем или товаровладельцем фьючерсного контракта с целью страхования от снижения цены при продаже в будущем товара, либо уже имеющегося в наличии, либо еще не произведенного, но предусмотренного к обязательной поставке в определенный срок; хеджирование покупкой, т.е. заключение потребителем или продавцом фьючерсного контракта с целью страхования от увеличения цены при покупке в будущем необходимого товара.

*Лимитирование* предполагает установление лимита, т.е. определенных сумм расходов, продажи товаров в кредит, сумм вложения капитала и т.п.

*Резервирование средств* на покрытие непредвиденных расходов предполагает установление соотношения между потенциальными рисками и размерами расходов, необходимых для преодоления последствий этих рисков. Такой способ снижения рисков обычно используют при выполнении различных проектов. В общем случае резерв используется для финансирования дополнительных работ, компенсации непредвиденных изменений материальных и трудовых затрат, накладных расходов и других затрат, возникающих в процессе осуществления проекта.

*Распределение риска* предполагает разделение риска между участниками проекта. Рост размеров и продолжительности инвестирования, внедрение новых технологий, высокая динамичность внешней среды увеличивают риск проекта. Способом разделения риска являются *операции факторинга*. В практике зарубежных банков развитие факторинговых операций связано главным образом с потребностью отдельных поставщиков в ускоренном получении платежей, которые представляются сомнительными. Как правило, в этих ситуациях имеет место риск неуплаты претензий плательщиком вообще. Банк, выкупивший такие претензии у поставщика, в этом случае может понести убытки. Операции факторинга относятся к операциям повышенного риска. Размер комиссионного вознаграждения зависит как от степени риска (от уровня «сомнительности» выкупаемого долга), так и от длительности договорной отсрочки. В некоторых случаях он достигает до 20% суммы платежа.

Любое управленческое решение, связанное с деятельностью предприятия, принимается в условиях, когда результаты не определены и информация ограничена. Следовательно, чем полнее информация, тем больше предпосылок сделать лучший прогноз и снизить риск. Стоимость полной информации рассчитывается как разность между ожидаемой стоимостью какого-нибудь мероприятия (проекта приобретения), когда имеется полная информация, и ожидаемой стоимостью, когда информация неполная.

Общими принципами снижения риска можно назвать следующие положения:

- не рисковать больше, чем позволяет собственный капитал

- не забывать о последствиях риска;
- не рисковать многим ради малого.

## ***12.2. Понятие и процедура банкротства***

В условиях рыночной экономики принцип ответственности предприятий за результаты финансово-хозяйственной деятельности реализуется в случае образования убытков, неспособности предприятия удовлетворять требования кредиторов по оплате товаров (работ, услуг) и обеспечивать финансирование производственного процесса, т.о. при наступлении *банкротства предприятия*.

Под несостоятельностью (банкротством) предприятия понимается неспособность удовлетворять требования кредиторов по оплате товаров (работ, услуг), включая неспособность предприятия обеспечить обязательные платежи в бюджет и внебюджетные фонды, в связи с превышением обязательств должника над его имуществом или в связи с неудовлетворительной структурой баланса.

### ***Причины банкротства***

Успехи и неудачи деятельности предприятия являются результатом взаимодействия целого ряда факторов: внешних, на которые предприятие не может влиять вообще или может оказывать лишь слабое влияние, и внутренних, зависящих от организации работы самого предприятия.

К числу внешних факторов, влияющих на деятельность предприятия, обычно относятся: размер и структура потребностей; уровень доходов и накоплений населения, а следовательно, и его покупательная способность (сюда же может быть отнесен уровень цен и возможность получения потребительского кредита); политическая стабильность и направленность внутренней политики; развитие науки и техники, которое определяет все составляющие процесса производства товара и его конкурентоспособности; уровень культуры, проявляющийся в привычках и нормах потребления, предпочтении одних товаров и отрицательном отношении к другим.

Одним из наиболее сильных внешних факторов банкротства являются так называемые технологические разрывы. Для каждой производственной (технологической) системы существуют определенные пределы роста объемов деятельности — те же самые процессы, которые сформировали систему, на поздних этапах развития становятся ее ограничителями. Дальнейшее развитие требует скачка в базовых характеристиках системы. В экономической литературе эти моменты называются переломными точками, технологическими разрывами. Переход от электронных ламп к полупроводникам, от грампластинок к магнитной ленте и т.д. является примером технологических разрывов. В результате хозяйственное (технологическое) развитие приобретает форму последовательных 5-образных кривых с разрывами между концом одной и началом другой. Перемены готовятся подспудно, незаметно для большинства, но происходят лавинообразно. В результате предприятие, имеющее престиж лидера, почти сразу оказывается безнадежно отставшим. По оценкам специалистов, при

технологических разрывах семь из десяти лидеров становятся отстающими. Для основной массы предприятий значение имеют не только крупные научно-технические сдвиги, но и мелкие оригинальные изменения, которые подрывают их преимущества в данной сфере деятельности. Идея проката детских пеленок, например, нанесла ущерб экономике предприятий, ориентированных на их продажу, а последующее изобретение одноразовых пеленок отразилось на деятельности фирм, производящих текстильные изделия.

К внешним причинам банкротства следует также отнести усиление международной конкуренции. Зарубежные предприятия в одних случаях выигрывают за счет более дешевого труда, а в других — за счет более совершенных технологий.

Внешним фактором, способным привести к банкротству предприятия, является общий экономический спад. Нередко на стадии циклического подъема осторожность покидает даже банковские структуры, которые начинают увеличивать сверх меры кредиты предприятиям. Предприятия, в которые они вкладывают средства, выглядят устойчивыми и сильными. Но их крах наступает почти мгновенно из-за резкого спада рентабельности, который является результатом столь же резкого изменения цен на товары.

В реальном хозяйственном процессе к банкротству предприятия могут приводить различные факторы, усиливающие или ослабляющие взаимное воздействие. Тем не менее если удастся условно выделить преобладающий фактор, то банкротство предприятия обычно подразделяется на;

- банкротство, связанное с неэффективным управлением предприятием, непродуманной маркетинговой стратегией и т.д.;
- банкротство, вызванное недостатком инвестиционных ресурсов, необходимых для развития предприятия;
- банкротство, обусловленное производством неконкурентоспособной продукции;
- другие виды банкротства.

#### ***Процедура банкротства***

В настоящее время процесс банкротства в России регламентируется Федеральным законом от 8 января 1998 г. «О несостоятельности (банкротстве)». Действие закона распространяется на все предприятия независимо от форм собственности.

Понятие «несостоятельность» указывает на неспособность предприятия удовлетворить требования кредиторов по оплате товаров (работ, услуг). Отсутствие на расчетном счете денежных средств, Н< обходимых для уплаты налогов, обязательных страховых взносов и т.п., также является признаком несостоятельности предприятия. В то же время оно не может быть признано несостоятельным за неуплату штрафов, пени, неустоек, поскольку суммы санкций не образуют кредиторской задолженности.

Однако далеко не во всех случаях наличие кредиторской задолженности свидетельствует о возможности предъявления требования о признании предприятия-должника банкротом. В соответствии с 5.1 коном о

несостоятельности (банкротстве) предприятий Принимается во внимание лишь такая сумма задолженности, которая превышает стоимость имущества должника. Исключения составляют случаи, когда подобного превышения нет, но имеет место неудовлетворительная структура баланса должника (такое соотношение его имущества и обязательств, при котором за счет первого не может быть обеспечено своевременное выполнение вторых в связи с недостаточной степенью ликвидности упомянутого имущества).

Официально предприятие может считаться банкротом только при наличии решения арбитражного суда либо решения предприятия о добровольной ликвидации. Законодательство о банкротстве обычно предусматривает не только ликвидационные, но и реорганизационные процедуры. Последние включают внешнее управление и санацию:

### ***Внешнее управление***

Под внешним управлением имуществом должника понимается процедура, направленная на продолжение деятельности предприятия-должника, назначаемая арбитражным судом по заявлению должника, собственника предприятия или кредитора и осуществляемая на основании передачи функций по управлению предприятием-должником арбитражному управляющему.

Основанием для назначения внешнего управления имуществом должника является наличие реальной возможности восстановить платежеспособность предприятия-должника с целью продолжения его деятельности путем реализации части его имущества и осуществления других организационных и экономических мероприятий. Управление имуществом осуществляется *арбитражным управляющим*, который назначается арбитражным судом (возможно, на конкурсной основе). Арбитражный управляющий должен быть профессиональным юристом или экономистом, обладать опытом хозяйственной работы, а также не иметь судимостей.

Функциями арбитражного управляющего являются:

- распоряжение имуществом предприятия-должника;
- руководство предприятием-должником;
- отстранение при необходимости руководителя предприятия от выполнения обязанностей;
- прием на работу и увольнение работников;
- созыв собрания кредиторов;
- разработка плана проведения внешнего управления имуществом должника и организация его выполнения.

Разработанный план представляется на обсуждение собрания кредиторов не позднее чем через 3 мес. после назначения арбитражного управляющего. В случае неодобрения плана управляющий может быть заменен арбитражным судом. Полномочия внешнего управляющего не могут превышать 18 мес.

На период проведения внешнего управления вводится мораторий на удовлетворение требований кредиторов к должнику, тем самым предприятию

предоставляется возможность использовать суммы, предназначенные для оплаты денежных обязательств, для улучшения финансового состояния предприятия.

Арбитражный управляющий обращается в арбитражный суд с заявлением о завершении внешнего управления имуществом должника в случаях:

- если цель внешнего управления имуществом должника (вывод из кризиса) достигнута;
- если стало очевидно, что достижение этой цели невозможно. В зависимости от результатов проведения внешнего управления и характера заявления арбитражного управляющего арбитражный суд может:
  - принять решение о прекращении внешнего управления имуществом должника, признании его банкротом и об открытии конкурсного производства;
  - вынести определение о завершении внешнего управления имуществом должника и прекращении производства по делу о банкротстве предприятия;
  - вынести определение о проведении дальнейшего внешнего управления имуществом должника в пределах 18-месячного срока.

### ***Санация***

Санация (оздоровление) предприятия-должника является реорганизационной процедурой предприятия, в ходе осуществления которой предприятию-должнику оказывается финансовая помощь кредитором или иными лицами.

Ходатайство о проведении санации может быть подано должником, собственником предприятия-должника или кредитором. Основанием для проведения санации является наличие реальной возможности восстановить платежеспособность предприятия для продолжения его хозяйственной деятельности. Арбитражный суд не вправе разрешать проведение санации, если дело о несостоятельности предприятия возбуждено повторно на протяжении трех последних лет.

В случае удовлетворения ходатайства о санации арбитражный суд объявляет конкурс желающих принять в ней участие, к которому допускаются юридические (в том числе и иностранные), физические лица, а также члены трудового коллектива предприятия-должника.

Участники санации проводят собрание и вырабатывают соглашение, в котором содержится обязательство обеспечить удовлетворение требований всех кредиторов в согласованные с ними сроки, указывается предполагаемая продолжительность санации, распределение ответственности между участниками. Участники санации несут солидарную ответственность за выполнение обязательств перед кредиторами, если соглашением не предусмотрено иное.

При формировании условий соглашения участников санации необходимо учитывать, что по истечении 12 месяцев с начала санации должно

быть удовлетворено не менее 40% общей суммы требований кредиторов, а продолжительность санации не должна превышать 18 месяцев (она может быть продлена не более чем на 6 мес). Достижение цели санации дает основание для прекращения дела о несостоятельности предприятия.

Законодательные акты не предусматривают одновременного проведения санации и внешнего управления.

### ***Принудительная ликвидация***

Реорганизационные процедуры направлены на восстановление нормального функционирования предприятия. Если они оказываются неэффективными, арбитражный суд начинает ликвидационные процедуры, которые ведут к прекращению деятельности предприятия. Ликвидационные процедуры предполагают принудительную или добровольную ликвидацию.

Принудительная ликвидация предприятия-должника осуществляется по решению арбитражного суда по признанию предприятия несостоятельным. Это решение вступает в силу по истечении срока на подачу кассационной жалобы или протеста. Отличие процедуры принудительной ликвидации предприятия от ликвидации в обычном порядке состоит в том, что реализация имущества предприятия-должника и удовлетворение требований кредиторов осуществляются в порядке *конкурсного производства*.

Решение об открытии конкурсного производства принимает арбитражный суд. Цель конкурсного производства — соразмерное удовлетворение требований кредиторов и объявление должника свободным от долгов. Решение о признании должника несостоятельным и об открытии конкурсного производства публикуется в «Вестнике Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации».

С момента открытия конкурсного производства запрещается передача либо другое отчуждение имущества должника, погашение его обязательств, прекращается начисление пени и процентов. Сроки исполнения всех долговых обязательств предприятия считаются наступившими, т.е. кредиторы вправе предъявлять свои претензии в двухмесячный срок.

Конкурсное производство закрывается после распродажи имущества предприятия-должника, окончания расчетов с кредиторами и составления отчета *конкурсным управляющим*. Конкурсный управляющий назначается арбитражным судом. Он распоряжается имуществом должника, осуществляет анализ его финансового состояния, изучает, признает или отклоняет требования кредиторов, управляет предприятием, созывает собрание кредиторов, формирует конкурсную массу. *Конкурсная масса* — имущество должника, на которое может быть обращено взыскание кредиторов.

После удовлетворения требований и погашения претензий кредиторов предприятие-должник считается полностью освобожденным от долгов. После утверждения отчета конкурсного управляющего арбитражный суд выносит решение о завершении конкурсного производства. После этого предприятие-должник исключается из государственного реестра и считается ликвидированным.

### ***Добровольная ликвидация***

Добровольная ликвидация предприятия осуществляется во внесудебном порядке по взаимному соглашению между предприятием-должником и кредиторами под их контролем. При добровольной ликвидации также назначается конкурсный управляющий, происходит формирование конкурсной массы и продажа имущества. Предприятие считается ликвидированным с момента его исключения из государственного реестра.

При добровольной ликвидации государственных предприятий и предприятий, в капитале которых доля (вклад) Российской Федерации составляет более 25%, принятие решения о неудовлетворительной структуре баланса и отсутствии реальной возможности восстановления платежеспособности предприятия возлагается на Федеральное управление по делам о несостоятельности (банкротстве). Оно наделяется частью полномочий арбитражных судов, принимает решения о дальнейшей судьбе предприятия, контролирует процесс добровольной ликвидации. Федеральное управление было создано для защиты предприятия при признании его банкротом, поэтому в его функции входит представление интересов собственника (в случае делегирования ему таких полномочий) и контроль за поступлением финансовых средств государства для поддержки предприятия.

### ***Мировое соглашение***

Мировое соглашение — это процедура достижения договоренности между должником и кредиторами относительно отсрочки и/или рассрочки причитающихся кредиторам платежей или скидки с долгов. Оно может быть заключено на любом этапе производства по делу о несостоятельности (банкротстве) предприятия с момента возбуждения производства до завершения конкурсного производства. В рамках судебной процедуры мировое соглашение возможно только под контролем арбитражного суда. С момента утверждения мирового соглашения производство по делу о признании предприятия банкротом прекращается (если проводились реорганизационные процедуры, то они тоже прекращаются).

## **ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ**

### **Вопросы для самопроверки**

1. Дайте определение понятию «риск».
2. Какие виды рисков Вы знаете?
3. Под воздействием, каких факторов складывается предпринимательский риск?
4. Какое влияние оказывает риск на предпринимательскую деятельность?
5. Как можно снизить риск в деятельности предпринимателя?
6. Назовите основные причины банкротства.
7. Из каких процедур состоит банкротство?

## 8. В чем заключается механизм антикризисного управления?

### Тест

Вопрос 1. Вероятность (угроза) потери части ресурсов, недополучения доходов или появления дополнительных расходов в результате осуществления деятельности предприятия – это...

- 1) предпринимательский риск +
- 2) имущественный риск
- 3) финансовый риск

Вопрос 2. К риску финансовой деятельности относится:

- 1) риск, связанный с экономической или организационной стороной производства
- 2) риск порчи материальных ресурсов
- 3) риск банкротства как деловых партнеров предприятия, так и самого предприятия +

Вопрос 3. 90 % различных неудач малых фирм связано с:

- 1) инфляцией (значительный и неравномерный рост цен как на сырье, материалы, топливо, так и на продукцию и услуги предприятия)
- 2) с неопытностью руководства +
- 3) изменение банковских процентных ставок и условий кредитования

Вопрос 4. Диверсификация – это ...

- 1) установление лимита, т.е. определенных сумм расходов, продажи товаров в кредит, сумм вложения капитала и т.п.
- 2) разделение риска между участниками проекта
- 3) распределение капиталовложений между разнообразными видами деятельности, результаты которых непосредственно не связаны +

Вопрос 5. Внешним фактором, способным привести к банкротству предприятия, является

- 1) общий экономический спад +
- 2) инфляция
- 3) жесткая конкуренция

## **Тема 13. Прибыль и рентабельность. Эффективность функционирования коммерческого предприятия.**

### ***13.1. Прибыль как экономическая категория***

Любое коммерческое предприятие основной целью своей деятельности считает получение прибыли. Прибыль является одним из финансовых результатов деятельности предприятия и свидетельствует о его успешной деятельности, которая достигается, если доходы превышают расходы. В обратном случае предприятие получает убыток. Рост прибыли определяет рост потенциальных возможностей предприятия, повышает степень его деловой активности. По прибыли определяется доля доходов учредителей и собственников, размеры дивидендов и других доходов. Прибыль используется также для расчета рентабельности собственных и заемных средств, основных средств, всего авансированного капитала и каждой акции. Однако прибыль является не только основной целью деятельности любой коммерческой организации, но и важнейшей экономической категорией.

Как экономическая категория прибыль предприятия отражает чистый доход, созданный в сфере материального производства. На уровне предприятия чистый доход принимает форму прибыли.

Прибыль как экономическая категория выполняет определенные функции.

Прибыль характеризует экономический эффект, полученный в результате деятельности предприятия. Наличие прибыли на предприятии означает, что его доходы превышают все расходы, связанные с его деятельностью.

Прибыль обладает стимулирующей функцией, одновременно являясь финансовым результатом и основным элементом финансовых ресурсов предприятия. Доля чистой прибыли, оставшаяся в распоряжении предприятия после уплаты налогов и других обязательных платежей, должна быть достаточной для финансирования расширения производственной деятельности, научно-технического и социального развития предприятия, материального поощрения работников.

Прибыль является одним из источников формирования бюджетов разных уровней.

#### ***Виды прибыли***

Различают прибыль бухгалтерскую и чистую экономическую прибыль. Как правило, под **экономической прибылью** – понимается разность между общей выручкой и внешними и внутренними издержками.

В число внутренних издержек включают при этом и нормальную прибыль предпринимателя. (Нормальная прибыль предпринимателя – это минимальная плата, необходимая, чтобы удержать предпринимательский талант).

Прибыль, определяемая на основании данных **бухгалтерского учета**, представляет собой разницу между доходами от различных видов деятельности и внешними издержками.

В настоящее время в бухгалтерском учете выделяют пять видов (этапов) прибыли: валовая прибыль, прибыль (убыток) от продаж, прибыль (убыток) до налогообложения, прибыль (убыток) от обычной деятельности, чистая прибыль (нераспределенная прибыль (убыток) отчетного периода).

**Валовая прибыль** определяется как разница между выручкой от продажи товаров, продукции, работ, услуг (за минусом НДС, акцизов и аналогичных обязательных платежей) и себестоимостью проданных товаров, продукции, работ и услуг. Выручку от реализации товаров, продукции, работ и услуг называют доходами от *обычных видов деятельности*. Затраты на производство товаров, продукции, работ и услуг считают *расходами по обычным видам деятельности*. Валовую прибыль рассчитывают по формуле

$$P_{вал} = BP - C,$$

где  $BP$  – выручка от реализации;

$C$  – себестоимостью проданных товаров, продукции, работ и услуг.

**Прибыль (убыток) от продаж** представляет собой валовую прибыль за вычетом управленческих и коммерческих расходов:

$$P_{пр} = P_{вал} - P_y - P_k,$$

где  $P_y$  – расходы на управление;

$P_k$  – коммерческие расходы.

**Прибыль (убыток) до налогообложения** – это прибыль от продаж с учетом прочих доходов и расходов, которые подразделяются на операционные и внереализационные:

$$P_{дно} = P_{пр} \pm C_{одр} \pm C_{вдр},$$

где  $C_{одр}$  – операционные доходы и расходы;

$C_{вдр}$  – внереализационные доходы и расходы.

В число операционных доходов включают поступления, связанные с предоставлением за плату во временное пользование активов организации; поступления, связанные с предоставлением за плату прав, возникающих из патентов на изобретения, промышленные образцы и других видов интеллектуальной собственности; поступления, связанные с участием в уставных капиталах других организаций (включая проценты и иные доходы по ценным бумагам); поступления от продажи основных средств и иных активов, отличных от денежных средств (кроме иностранной валюты), продукции, товаров; проценты, полученные за предоставление в пользование

денежных средств организации, а также проценты за использование банком денежных средств, находящихся на счете организации в этом банке.

Операционные расходы – это расходы, связанные с предоставлением за плату во временное пользование (временное владение и пользование) активов организации; расходы, связанные с предоставлением за плату прав, возникающих из патентов на изобретения, промышленные образцы и других видов интеллектуальной собственности; расходы, связанные с участием в уставных капиталах других организаций; проценты, уплачиваемые организацией за предоставление ей в пользование денежных средств (кредитов, займов); расходы, связанные с продажей, выбытием и прочим списанием основных средств и иных активов, отличных от денежных средств (кроме иностранной валюты), товаров, продукции; расходы, связанные с оплатой услуг, оказываемых кредитными организациями.

Внереализационными доходами являются штрафы, пени, неустойки за нарушение условий договоров; активы, полученные безвозмездно, в том числе по договору дарения; поступления в возмещение причиненных организации убытков; прибыль прошлых лет, выявленная в отчетном году; суммы кредиторской и депонентской задолженности, по которым истек срок исковой давности; курсовые разницы; сумма дооценки активов (за исключением внеоборотных активов).

К внереализационным расходам относят штрафы, пени, неустойки за нарушение условий договоров; возмещение причиненных организацией убытков; убытки прошлых лет, признанные в отчетном году; суммы дебиторской задолженности, по которой истек срок исковой давности, других долгов, нереальных для взыскания; курсовые разницы; сумма уценки активов (за исключением внеоборотных активов).

Выручка от реализации продукции (работ, услуг)		Себестоимость продукции (работ, услуг)
Валовая прибыль		1. управленческие расходы 2. коммерческие расходы
Прибыль от продаж		Прочие доходы и расходы
Прибыль от налогообложения		Налог на прибыль и иные платежи
Прибыль от обычной деятельности		Чрезвычайные доходы и расходы
Чистая прибыль		

Рис. 13.1. Взаимосвязь показателей прибыли

**Прибыль (убыток) от обычной деятельности** может быть получена вычитанием из прибыли до налогообложения суммы налога на прибыль и иных аналогичных обязательных платежей (суммы штрафных санкций, подлежащих уплате в бюджет и государственные внебюджетные фонды):

$P_{од} = P_{оно} - H$ , где  $H$  – сумма налогов.

**Чистая прибыль** – это прибыль от обычной деятельности с учетом чрезвычайных доходов и расходов (рис. 13.1):

$$P_{ч} = P_{од} \pm Ч_{др},$$

где  $Ч_{др}$  – чрезвычайные доходы и расходы.

Чрезвычайными доходами считаются поступления, возникающие как последствия чрезвычайных обстоятельств хозяйственной деятельности (стихийного бедствия, пожара, аварии, национализации и т. п.). К ним относятся страховое возмещение, стоимость материальных ценностей, остающихся от списания непригодных к восстановлению и дальнейшему использованию активов, и т. п. В составе чрезвычайных расходов отражаются расходы, возникающие как последствия чрезвычайных обстоятельств хозяйственной деятельности (стихийного бедствия, пожара, аварии, национализации имущества и т. п.).

#### ***Основные источники получения прибыли.***

Для большинства предприятий основной источник прибыли связан с его производственной и предпринимательской деятельностью. Эффективность его использования зависит от знания конъюнктуры рынка и умения адаптировать развитие производства к постоянно меняющейся конъюнктуре. Величина прибыли зависит от правильности выбора производственного профиля предприятия по выпуску продукции (выбор продуктов, пользующихся стабильным или высоким спросом); от создания конкурентоспособных условий продажи своих товаров и оказания услуг (цена, сроки поставки, обслуживание покупателей, послепродажное обслуживание и т. д.); от объемов производства (чем больше объем производства, тем больше масса прибыли); от снижения издержек производства.

Кроме производственной и предпринимательской деятельности, источником образования прибыли предприятия может быть его монопольное положение по выпуску той или иной продукции или уникальности продукта. Этот источник поддерживается за счет постоянного совершенствования технологии, обновления выпускаемой продукции, обеспечения ее конкурентоспособности.

На изменение прибыли влияют две группы факторов: внешние и внутренние. К внешним факторам относятся природные условия; транспортные условия; социально-экономические условия; уровень развития внешнеэкономических связей; цены на производственные ресурсы и др.

Внутренними факторами изменения прибыли могут быть основные факторы (объем продаж, себестоимость продукции, структура продукции и затрат, цена продукции); неосновные факторы, связанные с нарушением хозяйственной дисциплины (неправильное установление цен, нарушения

условий труда и качества продукции, ведущие к штрафам и экономическим санкциям и др.).

При выборе путей увеличения прибыли ориентируются в основном на внутренние факторы, влияющие на величину прибыли. Увеличение прибыли предприятия может быть достигнуто за счет увеличения выпуска продукции; улучшения качества продукции; продажи излишнего оборудования и другого имущества или сдачи его в аренду; снижения себестоимости продукции за счет более рационального использования материальных ресурсов, производственных мощностей и площадей, рабочей силы и рабочего времени; диверсификации производства; расширения рынка продаж и т. д.

### ***13.2. Рентабельность и ее виды***

Для оценки результативности и экономической целесообразности деятельности предприятия недостаточно только определить абсолютные показатели. Более объективную картину можно получить с помощью показателей рентабельности. Показатели рентабельности являются относительными характеристиками финансовых результатов и эффективности деятельности предприятия.

Термин «рентабельность» ведет свое происхождение от слова рента, что в буквальном смысле означает «доход». Таким образом, термин рентабельность в широком смысле слова означает прибыльность, доходность.

Показатели рентабельности используют для сравнительной оценки эффективности работы отдельных предприятий и отраслей, выпускающих разные объемы и виды продукции. Эти показатели характеризуют полученную прибыль по отношению к затраченным производственным ресурсам. Наиболее часто используются такие показатели, как рентабельность продукции и рентабельность производства.

**Рентабельность продукции** (норма прибыли) – это отношение общей суммы прибыли к издержкам производства и реализации продукции (относительная величина прибыли, приходящейся на 1 руб. текущих затрат):

$$P_n = \frac{Ц - С}{С} \times 100,$$

где  $Ц$  – цена единицы продукции;

$С$  – себестоимость единицы продукции.

**Рентабельность производства (общая)** показывает отношение общей суммы прибыли к среднегодовой стоимости основных и нормируемых оборотных средств (величину прибыли в расчете на 1 руб. производственных фондов):

$$P_o = \frac{П}{ОС_{cp} + ОбС_{cp}} \times 100,$$

где  $\Pi$  – сумма прибыли;

$OC_{cp}$  – среднегодовая стоимость основных средств;

$ОбС_{cp}$  – средние за год остатки оборотных средств.

Этот показатель характеризует эффективность производственно-хозяйственной деятельности предприятия, отражая при какой величине использованного капитала получена данная масса прибыли.

С помощью рентабельности продукции оценивают эффективность производства отдельных видов изделий, а рентабельность производства, или общая, балансовая рентабельность, служит показателем эффективности работы предприятия (отрасли) в целом.

Повышению уровня рентабельности способствуют, увеличение массы прибыли, снижение себестоимости продукции, улучшение использования производственных фондов. Показатели рентабельности используют при оценке финансового состояния предприятия.

### **13.3. Финансовое состояние предприятия**

Основная цель предприятия – получение максимальной прибыли – может быть достигнута при условии обеспечения устойчивого финансового состояния. Правильное определение финансового состояния предприятия имеет большое значение не только для него самого, но и для акционеров и потенциальных инвесторов предприятия. Для его оценки проводится финансовый анализ. В ходе проведения анализа рассчитывается комплекс показателей, основная информация для расчета которых черпается из форм бухгалтерской отчетности предприятия.

#### **Бухгалтерская отчетность**

Бухгалтерская отчетность состоит из бухгалтерского баланса, отчета о прибылях и убытках, приложений к ним и пояснительной записки. Основная информация содержится в бухгалтерском балансе, который характеризует финансовое положение организации по состоянию на отчетную дату.

По своей форме **бухгалтерский баланс** представляет таблицу, в которой, с левой стороны (в активе), отражаются средства предприятия, а с правой (в пассиве) – источники их образования.

Пассив, от латинского *passivus*, означает бездеятельный. Бездеятельный в данном случае означает, что в денежной форме финансовые ресурсы и капитал не могут принести предприятию требуемых доходов. Актив, от латинского *aktivus*, означает деятельный. Актив баланса включает два, а пассив – соответственно три раздела (рис. 13.2).

Активы и пассивы всегда находятся в равновесии, выражаемом основным балансовым уравнением:

$$A = \Pi.$$

Баланс
--------

Актив	Пассив
I. Внеоборотные активы	III. Капитал и резервы
II. Оборотные активы	IV. Долгосрочные обязательства
	V. Краткосрочные обязательства
Баланс	Баланс

Рис.13.2. Баланс предприятия

Разделы баланса содержат определенную Положениями о бухгалтерском учете информацию.

I. «Внеоборотные активы» В этом разделе отражаются основные средства и нематериальные активы по остаточной стоимости, кроме тех основных средств, которые не амортизируются, и нематериальных активов, по которым не начисляется износ. Здесь же отражается стоимость земельных участков, незавершенное строительство, долгосрочные финансовые вложения и прочие внеоборотные активы.

II. «Оборотные активы». В этом разделе отражаются запасы и затраты, все виды дебиторской задолженности, краткосрочные финансовые вложения и остаток денежных средств. Средства в этом разделе отражаются в порядке возрастания их ликвидности.

В пассиве баланса используемый капитал подразделяется по степени принадлежности на собственный (разд. IV) и заемный (разд. V и VI).

Собственный капитал является основой самостоятельности и независимости предприятий. Однако финансирование деятельности предприятий только за счет собственных средств не всегда выгодно, особенно если производство носит сезонный характер. Тогда в некоторые периоды будут накапливаться большие средства на счетах в банке, а в другие периоды их будет не хватать. Кроме того, если цены на финансовые ресурсы невысокие, а предприятие может обеспечить более высокий уровень отдачи на вложенный капитал, чем платит за кредитные ресурсы, то, привлекая заемные средства, оно может повысить рентабельность собственного капитала.

Между активом и пассивом баланса существует взаимосвязь. Каждая статья актива имеет свои источники финансирования. Источником финансирования долгосрочного капитала обычно являются собственные и долгосрочные заемные средства. Текущие активы образуются чаще всего за счет собственного капитала и краткосрочных кредитов.

Итог баланса носит название *валюты баланса* и показывает ориентировочную сумму средств, находящихся в распоряжении предприятия. Оценка изменения валюты баланса на начало и конец отчетного периода дает возможность определить рост или снижение в абсолютном выражении. Увеличение валюты баланса обычно свидетельствует о росте производственных возможностей предприятия. Снижение валюты баланса –

отрицательное явление, так как сокращается производственная деятельность предприятия (падает спрос на продукцию, нет сырья, материалов).

**Отчет о прибылях и убытках** характеризует финансовые результаты деятельности предприятия за отчетный период. В отчете содержатся показатели, отражающие все виды доходов, расходов и прибыли предприятия.

**Пояснения** к бухгалтерскому балансу и отчету о прибылях и убытках обеспечивают пользователей дополнительными данными, которые не целесообразно включать в бухгалтерский баланс и отчет о прибылях и убытках, но которые необходимы для реальной оценки финансового положения предприятия, финансовых результатов его деятельности и изменений в его финансовом положении. Пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о прибылях и убытках раскрывают информацию в виде отдельных отчетных форм (отчет о движении денежных средств, отчет об изменениях капитала и др.) и в виде пояснительной записки.

### ***Показатели, характеризующие финансовое состояние предприятия***

Показатели, характеризующие финансовое состояние, можно условно разделить на группы, отражающие различные стороны финансового состояния предприятия. К ним относятся коэффициенты ликвидности; показатели структуры капитала (коэффициенты устойчивости); коэффициенты рентабельности; коэффициенты деловой активности.

Степень платежеспособности предприятия обычно оценивается при помощи финансовых **коэффициентов ликвидности**:

1. *Коэффициент абсолютной ликвидности* рассчитывают как отношение денежных средств и быстрореализуемых краткосрочных ценных бумаг к текущей – краткосрочной задолженности.

В мировой практике достаточным считается значение коэффициента абсолютной ликвидности, равное 0,2 – 0,3, то есть предприятие может немедленно погасить 20 – 30 % текущих обязательств.

2. *Коэффициент ликвидности* определяют как отношение денежных средств, краткосрочных финансовых вложений и дебиторской задолженности к текущим обязательствам:

По оценкам, принятым в международной практике, значение коэффициента должно быть 0,8 - 1.

3. *Общий коэффициент покрытия*, который часто называют просто коэффициентом покрытия, дает общую оценку платежеспособности предприятия. Коэффициент покрытия представляет интерес для покупателей и держателей акций и облигаций предприятия. Его вычисляют как отношение оборотных активов к краткосрочным обязательствам.

Нормальное значение этого коэффициента составляет 2,0-2,5.

**Финансовую устойчивость** и автономность отражает структура баланса (соотношение между отдельными разделами актива и пассива), которая характеризуется несколькими показателями.

1. *Коэффициент автономии* характеризует зависимость предприятия от внешних займов. Чем ниже значение коэффициента, тем больше займов у компании, тем выше риск неплатежеспособности. Низкое значение коэффициента отражает также потенциальную опасность возникновения у предприятия дефицита денежных средств:

$$\text{Коэффициент автономии} = \text{Собственный капитал} / \text{Валюта баланса}$$

Считается нормальным, если значение показателя коэффициента автономии больше 0,5, то есть финансирование деятельности предприятия осуществляется не менее, чем на 50% из собственных источников.

*Долю заемных средств* определяют по формуле

$$\text{Доля заемных средств} = \text{Суммарные заемные средства} / \text{Валюта баланса}$$

Данное отношение показывает, сколько заемных средств привлекало предприятие на 1 руб. собственных средств, вложенных в активы.

3. *Коэффициент инвестирования* - соотношение заемных и собственных средств – является еще одной формой представления коэффициента финансовой независимости.

Рекомендуемые значения: 0,25 – 1.

**Коэффициенты рентабельности.** Кроме уже рассмотренных коэффициентов рентабельности, при анализе финансового состояния рассчитывают и другие модификации, характеризующие различные стороны деятельности предприятия.

1. *Коэффициент рентабельности продаж.* Демонстрирует долю чистой прибыли в объеме продаж предприятия.

2. *Коэффициент рентабельности собственного капитала* позволяет определить эффективность использования капитала, инвестированного собственниками предприятия. Обычно этот показатель сравнивают с возможным альтернативным вложением средств в другие ценные бумаги. Рентабельность собственного капитала показывает, сколько денежных единиц чистой прибыли заработала каждая единица, вложенная собственниками компании.

3. *Коэффициент рентабельности оборотных активов.* Демонстрирует возможности предприятия в обеспечении достаточного объема прибыли по отношению к используемым оборотным средствам компании. Чем выше значение этого коэффициента, тем более эффективно используются оборотные средства.

4. *Коэффициент рентабельности внеоборотных активов* демонстрирует способность предприятия обеспечивать достаточный объем прибыли по отношению к основным средствам компании. Чем выше

значение данного коэффициента, тем более эффективно используются основные средства.

5. Коэффициент рентабельности инвестиций показывает, сколько денежных единиц потребовалось предприятию для получения одной денежной единицы прибыли. Этот показатель является одним из наиболее важных индикаторов конкурентоспособности.

**Коэффициенты деловой активности** позволяют проанализировать, насколько эффективно предприятие использует свои средства. Среди этих коэффициентов рассматриваются такие показатели, как фондоотдача, когда речь идет о внеоборотных активах, оборачиваемость оборотных средств, а также оборачиваемость всего капитала.

## ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ

### Вопросы для самопроверки

1. Дать определение прибыли и чистой прибыли.
2. Что понимается под экономической прибылью?
3. Как рассчитывается валовая прибыль?
4. Перечислите основные источники получения прибыли.
5. Дать определение рентабельности.
6. Как рассчитывается рентабельность продукции?
7. Как рассчитывается рентабельность производства?

### Тест

Вопрос 1. В балансе основные средства отражаются

- 1) По первоначальной стоимости
- 2) По восстановительной стоимости
- 3) По остаточной стоимости.

Вопрос 2. Внеоборотные активы включают

- 1) Основные средства
- 2) Оборотные средства
- 3) Долгосрочные кредиты и займы.

Вопрос 3. Оборотные активы включают

- 1) Затраты на производство продукции
- 2) Остатки денежных средств
- 3) Краткосрочные кредиты и займы.

Вопрос 4. Степень платежеспособности предприятия обычно оценивается при помощи

- 1) Коэффициента ликвидности
- 2) Коэффициента рентабельности продаж
- 3) Коэффициента рентабельности инвестиций.

Вопрос 5. Финансовую устойчивость характеризует

- 1) Коэффициент автономии
- 2) Коэффициент абсолютной ликвидности
- 3) Коэффициент рентабельности инвестиций.

Вопрос 6. В качестве показателя деловой активности используется

- 1) Коэффициент инвестирования
- 2) Коэффициент рентабельности инвестиций
- 3) Оборачиваемость оборотных средств.

## Тема 14. Экономический анализ деятельности предприятия

### 14.1. Характеристика финансового состояния

Финансовое состояние предприятия характеризуется двумя группами показателей:

- показатели ликвидности и платежеспособности;
- показатели финансовой устойчивости.

**Платежеспособность** предприятия определяется его возможностью и способностью своевременно и полностью выполнять платежные обязательства, вытекающие из торговых, кредитных и других операций денежного характера.

**Ликвидность предприятия** определяется его способностью оплатить краткосрочные обязательства, реализуя свои текущие активы.

Ликвидность и платежеспособность как экономические категории не являются тождественными, однако тесно взаимосвязаны между собой.

В практике финансового анализа используются следующие показатели:

- коэффициент текущей ликвидности (коэффициент покрытия);
- коэффициент критической (срочной) ликвидности;
- коэффициент абсолютной ликвидности.

**Коэффициент текущей ликвидности** характеризует способностью предприятия погасить свою краткосрочную задолженность за счет имеющихся оборотных средств. Рассчитывается как отношение суммы текущих активов (оборотных средств) к текущим пассивам (краткосрочным обязательствам) предприятия. Считается, что этот коэффициент должен находиться в пределах 1,0—2,0, т. е. текущих активах должно быть по меньшей мере столько, чтобы полностью погасить краткосрочные обязательства. Превышение оборотных средств над краткосрочными обязательствами более чем в два раза нежелательно, поскольку это свидетельствует о нерациональном вложении средств предприятия и их неэффективном использовании.

**Коэффициент критической (срочной) ликвидности** свидетельствует способности предприятия погасить краткосрочную задолженность за счет

наиболее ликвидных текущих активов и рассчитывается как отношение суммы денежных средств, краткосрочных финансовых вложений и дебиторской задолженности к текущим пассивам (краткосрочным обязательствам). Рекомендуемое значение этого показателя — не менее 1.

Коэффициент абсолютной ликвидности показывает долю текущих пассивов, которая может быть покрыта немедленно за счет активов, обладающих абсолютной ликвидностью, и, соответственно, оценивает платежеспособность предприятия в «мгновенном» периоде. Рассчитывается как отношение суммы денежных средств и краткосрочных финансовых вложений к текущим пассивам. Рекомендуемое значение этого коэффициента — 0,2—0,3, т. е. при одновременном предъявлении кредиторами к оплате всей краткосрочной задолженности предприятие должно иметь возможность погасить по меньшей мере 20 % их за счет наиболее ликвидных активов.

**Финансовая устойчивость предприятия** характеризуется состоянием собственных и заемных средств и оценивается с помощью набора финансовых коэффициентов. Если показатели ликвидности оценивают платежеспособность предприятия в достаточно коротком периоде, то показатели финансовой устойчивости характеризуют платежеспособность предприятия в длительном периоде, т. е. способность в перспективе погасить не только кратко-, но и долгосрочную задолженность.

Важнейшим показателем, характеризующим финансовую устойчивость предприятия, является **коэффициент автономии**, рассчитываемый как отношение суммы собственных средств предприятия к общей сумме всех средств. Минимальное пороговое значение устанавливается на уровне 0,5. В том случае, если величина коэффициента автономии превышает эту величину, можно говорить о возможности привлечения заемных средств.

Близким по смыслу к коэффициенту автономии является **коэффициент соотношения заемных и собственных средств**, показывающий, сколько заемных средств привлечено предприятием на 1 руб. собственных активов. Нормативное значение данного коэффициента ниже 0,7. Если предприятие превысило эту границу, это говорит о его зависимости от внешних источников средств, потери финансовой устойчивости (автономии).

Большое значение для финансовой устойчивости имеет наличие собственных оборотных средств в количестве, достаточном для бесперебойной работы. Для оценки этой составляющей финансовой устойчивости используется **коэффициент обеспеченности собственными средствами**, рассчитываемый как отношение величины собственных оборотных средств к общей величине оборотных средств организации. Нормативное значение ниже 0,1.

Для нормальной работы предприятия важна способность поддерживать уровень собственного оборотного капитала и пополнять оборотные средства за счет собственных источников. Эта сторона деятельности предприятия оценивается **коэффициентом маневренности**, который рассчитывается как отношение собственных оборотных средств к величине собственного капитала предприятия. Коэффициент маневренности показывает, какая часть собственных средств предприятия находится в мобильной форме, позволяющей относительно свободно ими маневрировать. Нормальное значение коэффициента лежит в пределах 0,2—0,5.

Важный показатель финансовой устойчивости - **коэффициент реальной стоимости (коэффициент имущества производственного назначения)**. Он определяет долю средств производства в стоимости имущества предприятия и рассчитывается как отношение суммы внеоборотных активов и производственных запасов к стоимости активов предприятия. Данный коэффициент, по существу, определяет производственный потенциал предприятия, обеспеченность производственного процесса средствами производства. Нормальным считается, когда коэффициент не ниже 0,5.

Оценка финансового состояния предприятия не может считаться полной, если отсутствуют показатели, выявляющие эффективность использования предприятием своих средств.

**Эффективность хозяйственной деятельности** предприятия характеризуется двумя группами показателей:

**деловой активности**, отражающими результативность работы предприятия относительно величины авансированных ресурсов или величины их потребления в процессе производства;

**рентабельности**, отражающими полученный эффект относительно ресурсов или затрат, использованных для достижения этого эффекта.

*Система показателей деловой активности* включает показатели производительности труда и фондоотдачи производственных фондов. Показатели оборачиваемости показывают, сколько раз за год (или другой анализируемый период) оборачиваются те или иные активы предприятия. Обратная величина, помноженная на количество дней в периоде, указывает на продолжительность одного оборота этих активов.

Рассмотрим важнейшие показатели оборачиваемости.

**Коэффициент общей оборачиваемости капитала** позволяет оценить, сколько раз за анализируемый период совершается полный цикл производства и обращения или сколько денежных единиц продукции

принесла одна денежная единица активов. Рассчитывается как отношение выручки от реализации продукции к величине всех средств предприятия.

**Коэффициент оборачиваемости текущих активов** отражает скорость оборота оборотных средств. Рассчитывается как отношение выручки от реализации к среднегодовой стоимости текущих активов. Для более детального изучения причин изменения оборачиваемости текущих активов анализируются изменения в скорости и периоде оборота основных видов оборотных средств (производственных запасов, готовой продукции и дебиторской задолженности).

**Коэффициент оборачиваемости производственных запасов** показывает, сколько раз за период оборачиваются все запасы предприятия, превращаясь в денежные средства. Рассчитывается как отношение себестоимости реализованной продукции к среднегодовой стоимости материально - производственных запасов. Обратная этому коэффициенту величина представляет собой срок от закупки материалов до отгрузки новой продукции (производственный цикл).

**Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности** рассчитывается как отношение выручки от реализации к среднегодовой величине дебиторской задолженности и показывает, сколько раз за период дебиторская задолженность обращается в денежные средства или средний срок, в течение которого предприятие получает оплату за свою продукцию.

**Коэффициент оборачиваемости готовой продукции** рассчитывается как отношение себестоимости реализованной продукции к среднегодовой стоимости запасов готовой продукции и дает возможность оценить величину срока хранения готовой продукции на складе (скорость реализации).

Сумма срока оборота производственных запасов и срока оборота дебиторской задолженности составляют **производственно-сбытовой цикл** период времени, в течение которого происходит полный цикл от закупки материалов до получения выручки от реализации продукции.

Показатели рентабельности отражают, насколько эффективно предприятие использует свои средства в целях получения прибыли. Существуют две группы коэффициентов рентабельности: рентабельность капитала и рентабельность продаж.

**Рентабельность всего капитала (активов)** рассчитывается как отношение балансовой прибыли к среднегодовой стоимости активов.

**Рентабельность собственного капитала** (отношение чистой прибыли к среднегодовой стоимости собственного капитала) — наиболее значимый показатель для оценки деятельности предприятия, характеризующий

эффективность использования имущества, находящегося в его собственности.

Исходя из сказанного, повышение эффективности может быть достигнуто за счет:

- увеличения чистой прибыли (увеличение объемов сбыта и рентабельности продаж);
- уменьшения собственного капитала (эффективное управление текущими активами и пассивами, снижение потребности в дополнительном финансировании).

Рентабельность чистых активов используется при оценке эффективности финансового рычага.

**Финансовый рычаг** (соотношение собственных и заемных средств в структуре чистых активов) характеризует влияние кредитования на эффективность деятельности предприятия. Основным критерий оценки эффективности финансового рычага — ставка банковского кредита. Если кредитная ставка ниже показателя рентабельности чистых активов, то увеличение доли кредитов повысит значение рентабельности собственного капитала и наоборот. Величина финансового рычага показывает, на сколько увеличится/уменьшится значение рентабельности собственного капитала при увеличении/уменьшении рентабельности чистых активов.

**Рентабельность продаж** (отношение прибыли от реализации к валовой выручке) характеризует эффективность операционной (производственно-хозяйственной) деятельности предприятия. Она призвана оценить прибыльность производства в целом, но также может быть использована для сравнения прибыльности отдельных видов продукции.

Для предприятий, работающих на правах акционерных компаний, непосредственно для акционеров будут представлять интерес следующие показатели рентабельности

1. **Доходность акционерного капитала** — объем распределяемой между акционерами прибыли (дивидендов), приходящийся на 1 руб. акционерного капитала.

2. **Чистая прибыль на акцию** — приходящаяся на одну акцию величина чистой прибыли, полученной предприятием.

3. **Дивиденд на акцию** — приходящаяся на одну акцию прибыль, распределяемая между акционерами.

При оценке результатов анализа, проведенного с использованием приведенных выше показателей, следует помнить, что финансовые показатели предприятия взаимосвязаны и улучшение одних может вызвать ухудшение других, например:

- привлечение заемного капитала увеличивает рентабельность собственного капитала, но понижает финансовую устойчивость компании
- повышение оборачиваемости влечет за собой сокращение величины оборотных активов и, следовательно, ухудшает ликвидность;
- привлечение долгосрочного кредита позволяет отказаться от краткосрочного кредитования — ликвидность улучшается за счет падения долгосрочной устойчивости.

Более высокая рентабельность деятельности, как правило, подразумевает большую степень риска (низкие ликвидность и финансовую устойчивость).

В целом, финансовый анализ предприятия позволяет оценивать:

- текущую платежеспособность предприятия, возможность своевременно погасить краткосрочные обязательства;
- финансовую устойчивость, т. е. возможность погасить долго срочные кредиты, нести убытки без риска полной потери собственных вложений;
- эффективность управления собственным и заемным капиталом;
- прибыльность производственной и финансовой деятельности;
- эффективность использования имущества;
- рискованность деятельности предприятия;
- возможности предприятия при ухудшении условий деятельности.

Основным документом, характеризующим текущее финансовое положение предприятия, является его **балансовый отчет (баланс)**.

#### ***14.2. Эффективность использования оборотных средств***

Важнейшим показателем эффективного использования оборотных средств является коэффициент оборачиваемости — количество оборотов оборотных средств в течение определенного периода:

$$K_{об} = Q_p / \Phi_{о.ост.ср.},$$

Где  $Q_p$  — объем реализованной за данный период продукции, тыс, руб.;  $\Phi$  — средний остаток оборотных средств за рассматриваемый период, тыс, руб.

В процессе анализа эффективности использования оборотных средств широко используется показатель времени оборота, т. е. длительности одного оборота, измеряемой в днях:

$$T_{об} = \Phi_{о.ост.ср} * (F_k/Q_p),$$

где  $F_k$  - число календарных дней в рассматриваемом периоде.

Коэффициент закрепления оборотных средств в обороте, определяемый суммой оборотных средств, приходящейся на 1 руб. реализованной продукции, рассчитывается так:

$$K_{з.об.} = \Phi_{о.ост.ср.}/Q_p.$$

Величина оборотных средств в календарном периоде меняется, поэтому при соответствующих расчетах используется показатель среднего остатка оборотных средств, определяемый по формуле средней хронологической.

Поскольку оборотные средства предприятия формируются из различных источников (прибыль, кредиты, акционерный капитал, бюджетные средства и т. п.), важным показателем является обеспеченность собственными оборотными средствами, который рассчитывается как отношение суммы собственных оборотных средств к общей сумме оборотных средств. Нормативными документами установлено, что минимальная величина этого показателя должна составлять 10 %.

Анализируя эффективность использования оборотных средств, можно определить сумму оборотных средств, высвобожденную из оборота (вовлеченную в оборот) благодаря ускорению (замедлению) их оборачиваемости.

Расчет производится путем сравнения фактического среднего остатка оборотных средств с условной величиной потребности в оборотных средствах при фактической выручке и ранее сложившейся скорости оборота оборотных средств по формуле:

$$\Phi_{о.высв.} = \Phi_{оф.ср} - T_{об} * (Q_p/F_k),$$

где  $\Phi_{\text{ф.ср.}}$  — фактический средний остаток оборотных средств;  $T_{\text{об}}$  — продолжительность одного оборота средств в базисном периоде;  $Q_{\text{р}}$  — фактический объем реализации продукции;  $F_{\text{к}}$  — продолжительность периода, за который производятся вычисления.

### ***14.3. Эффективность использования основных фондов***

Величина основных фондов может устанавливаться за определенный период и на моментную дату. Во втором случае это будут моментные показатели, в первом средние за период. Какую величину мы определяем, зависит от целей оценки величины основных производственных фондов (ОПФ).

Например, в случае приватизации предприятия и определения стоимости его имущества величина основных фондов рассчитывается на определенную дату, а при исчислении налога на имущество юридических лиц рассчитывается их среднегодовая стоимость.

**Стоимость ОПФ на конец периода** рассчитывается так:

$$\Phi_{\text{к}} = \Phi_{\text{н}} + \Phi_{\text{вв}} - \Phi_{\text{выб}},$$

где  $\Phi_{\text{н}}$  — стоимость основных фондов на начало периода;  $\Phi_{\text{вв}}$  — стоимость основных фондов, введенных за данный период;  $\Phi_{\text{выб}}$  — стоимость основных фондов, выбывших за данный период.

Среднегодовая стоимость ОПФ может быть рассчитана несколькими способами:

а) упрощенный способ:

$$\Phi_{\text{сг}} = (\Phi_{\text{к}} + \Phi_{\text{н}}) : 2;$$

б) по формуле средней хронологической:

$$\Phi_{\text{сг}} = (0,5\Phi_{\text{н}} + \Phi_1 + \Phi_2 + \dots + \Phi_{11} + 0,5\Phi_{\text{к}}) : 12,$$

где  $\Phi_1, \Phi_2, \dots, \Phi_{11}$  - соответственно основные фонды предприятия на 1 февраля, 1 марта, ..., 1 декабря.

Движение и состояние основных фондов предприятия может быть описано системой следующих показателей:

1.  $K_{\text{ВВ}} = \Phi_{\text{ВВ}} : \Phi_{\text{К}}$  — коэффициент ввода.

2.  $K_{\text{Об}} = \Phi_{\text{Нов}} : \Phi_{\text{К}}$  — коэффициент обновления, где  $\Phi_{\text{Нов}}$  — стоимость новых основных фондов.

3.  $K_{\text{Выб}} = \Phi_{\text{Выб}} : \Phi_{\text{Н}}$  — коэффициент выбытия.

4.  $K_{\text{Л}} = \Phi_{\text{Л}} : \Phi_{\text{Н}}$  — коэффициент ликвидации, где  $\Phi_{\text{Л}}$  — стоимость ликвидированных основных фондов.

Для оценки состояния основных фондов используются также показатели износа и годности основных фондов, представляющие собой отношение соответственно износа и остаточной стоимости основных фондов к полной стоимости наличных основных фондов.

Наиболее общий показатель использования основных фондов — фондоотдача:

$$\Phi_{\text{О}} = Q : \Phi_{\text{сп}},$$

где  $Q$  — объем произведенной продукции (услуг, работ) в стоимостном выражении;  $\Phi_{\text{сп}}$  - средняя стоимость ОПФ за период.

Обратным фондоотдаче является показатель **фондоёмкости**, показывающий потребности в основном капитале (основных фондах) на единицу произведенной продукции:  $\Phi_{\text{Е}} = \Phi_{\text{сп}} : Q$ .

Показатель фондоёмкости характеризует средний размер связывания основного капитала в производстве, поэтому иногда его называют коэффициентом закрепления основных средств.

Как известно, активные и пассивные основные фонды играют различную роль в процессе производства, поэтому для оценки их влияния на конечный результат деятельности предприятия рассчитываются показатели отдачи активной и пассивной частей основных фондов.

Для оценки использования активной части ОПФ (оборудования) применяются показатели интенсивности использования и интегральный показатель:

$$K_{\text{Экс}} = T_{\text{ф}} : T_{\text{макс}}; \quad K_{\text{Инт}} = M_{\text{ф}} : M_{\text{т}};$$

$$K_{\text{Интегр}} = K_{\text{Экс}} * K_{\text{Инт}},$$

где  $K_{\text{Экс}}$  — коэффициент экстенсивного использования оборудования;  $K_{\text{Инт}}$  — коэффициент интенсивного использования оборудования;  $K_{\text{Интегр}}$  — коэффициент интегральной нагрузки;  $T_{\text{ф}}$  — время фактической работы

оборудования;  $T_{\text{макс}}$  — максимально возможное время работы оборудования;  $M_{\text{ф}}$  - фактическая производительность оборудования;  $M_{\text{п}}$  — паспортная производительность оборудования.

Важнейшие элементы ОПФ — производственные и административные здания, площади, на которых располагается предприятие. В процессе оценки использования пассивной части ОПФ (площадей) применяются следующие определения:

- располагаемая площадь - площадь, которую имеет предприятие (Прасп);
- производственная — площадь, на которой непосредственно осуществляется производственный процесс (Ппр);
- занятая оборудованием — часть производственной площади, непосредственно занятая оборудованием (Поб).

В процессе анализа используется коэффициент занятости (Поб : Ппр) и коэффициент занятости располагаемой площади (Ппр : Прасп). Произведение этих двух коэффициентов представляет собой долю площади, занятой оборудованием.

Использование площадей предприятия характеризуется тремя основными показателями:

объем продукции с  $1 \text{ м}^2$  площади, занятой оборудованием ( $Q : \text{Поб}$ );

объем продукции с  $1 \text{ м}^2$  производственной площади ( $Q : \text{Ппр}$ );

объем продукции с  $1 \text{ м}^2$  располагаемой площади ( $Q : \text{Прасп}$ ).

## **ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ**

### **Вопросы для самопроверки**

1. Какими показателями характеризуется финансовое состояние предприятия?
2. Дайте определение понятий «оборотные средства», «основные фонды», «рентабельность продаж», «финансовый рычаг».
3. Как рассчитываются показатели, характеризующие скорость оборота оборотных средств?
4. Какими показателями определяется эффективность использования основных фондов?
5. Какими показателями характеризуется эффективность хозяйственной деятельности предприятия.

## Тест

Вопрос 1. Какой коэффициент свидетельствует способности предприятия погасить краткосрочную задолженность за счет наиболее ликвидных текущих активов?

- 1) текущей ликвидности
- 2) критической ликвидности +
- 3) абсолютной ликвидности

Вопрос 2. О чем свидетельствует превышение оборотных средств над краткосрочными обязательствами более чем в два раза?

- 1) о нерациональном вложении средств предприятия +
- 2) о возможности погашения задолженности
- 3) об эффективной работе предприятия

Вопрос 3. В каких пределах должен находиться коэффициент критической ликвидности?

- 1) не менее 1 +
- 2) от 1 до 2
- 3) от 2 до 3

Вопрос 4. Важнейшим показателем, характеризующим финансовую устойчивость предприятия, является:

- 2) коэффициент соотношения заемных и собственных средств
- 3) коэффициентом маневренности
- 4) коэффициент автономии +

Вопрос 5. Какими показателями характеризуется эффективность хозяйственной деятельности предприятия?

- 1) общей оборачиваемости капитала и рентабельность всего капитала
- 2) деловой активности и рентабельности +
- 3) оборачиваемости готовой продукции и рентабельность продаж

## **Заключение**

В предлагаемом учебном пособии автор попытался найти наиболее доступные формы изложения достаточно сложного экономического материала, познакомить с объективностью экономических законов и показать необходимость их познания.

Данное учебное пособие поможет студентам овладеть экономическим категориальным аппаратом, будет способствовать лучшему пониманию экономической действительности, вызовет у студентов научный интерес и пробудит в них творческий подход в освоении новых экономических знаний.

## Библиографический список

1. *Башин, М.* Обратные средства предприятий в условиях рынка./ М. Башин. М.: Финансы, 1994.
2. *Бринг, И. Ю.* Бизнес-план предприятия: теория и практика./ И. Ю. Бринг, Н. А. Савельев. Ростов н/Д., 2002.
3. *Бухалков, М.* Внутрифирменное планирование: учебник./М. Бухалков. М.,1999.
4. *Головань, С. И.* Бизнес-планирование./ С. И. Головань. Ростов н/Д., 2002.
5. *Динес, В. А.* Конкурентоспособность и экономическая устойчивость промышленного предприятия./В. А. Динес, В. М. Ларин и др. Саратов,1999.
6. *Кнышова Е.Н., Панфилова Е.Е.* Экономика организации: учебник. – М.: ФОРУМ: ИНФРА – М, 2004.
7. *Кондратьева М. Н.* Экономика предприятия: учеб. пособие / М.Н. Кондратьева, Е.В. Тен. – 2-е изд., доп. – Ульяновск: УлГТУ, 2006.
8. *Кочетков, А. И.* Экономика предприятия: учебное пособие./ А. И. Кочетков. М.: Национальный институт бизнеса, 2003.
9. *Круглов, М. И.* Стратегическое управление компанией: учебник./ М. И. Круглов. М.,1998.
10. *Новицкий, Н. И.* Организация производства на предприятиях./ Н. И. Новицкий. М.: 2001.
11. *Окрепилов, В. В.* Управление качеством: учебник./ В. В. Окрепилов. СПб.,2000.
12. *Тютюшкина Г.С.* Основы коммерческой деятельности: учебное пособие / Г.С. Тютюшкина. – Ульяновск: УлГТУ, 2006.
13. *Человек и его дело / под ред. В. В. Овчинникова.* Белгород,1999.
14. *Шумянкoвa, Н. В.* Экономика предприятия: Тесты./ Н. В. Шумянкoвa.М.: Национальный институт бизнеса,1999.
15. *Шумянкoвa, Н. В.* Организация производства на предприятиях отрасли.М.,2003.
16. *Экономика организаций (предприятий)/ под ред. В. Я. Горфинкеля, В. А. Швандара.*М.,2003.
17. *Экономика предприятия: учебник / под ред. Е. Л. Кантора.* Спб.,2002.
18. *Экономика предприятия: учебник / под ред. О.И. Волкова.* М., 2000.
19. *Экономика предприятия: учебник / под ред. Н.А. Сафронова.* М.,2002.