

**ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНЫХ И ГУМАНИТАРНЫХ ЗНАНИЙ»  
(ЧОУ ВПО «ИСГЗ»)**



0013.05.01

**Хуссамов Р.Р.**

# **ЭКОНОМИКА ФИРМЫ (ПРЕДПРИЯТИЯ)**

**ДЛЯ СТУДЕНТОВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ФАКУЛЬТЕТА**

*2-е издание, пересмотренное*



2014

**УДК 658**  
**ББК 65.290**  
**X985**

**Рецензенты:**

**Гилёва Т.А.** — д.э.н., профессор кафедры управления в социальных и экономических системах ФГБОУ ВПО «Уфимский государственный авиационный технический университет»

**Галий Е.А.** — к.э.н, доцент, зав. кафедрой менеджмента ЧОУ ВПО «Международная академия бизнеса и управления»

**Хуссамов Р.Р.**

**X985** Экономика фирмы (предприятия): Для студентов экономического факультета / Хуссамов Р.Р. — 2-е изд., пересмотр. — Казань: Юниверсум, 2014. — 94 с.

**ISBN 978-5-9991-0237-9**

В учебнике изложены теоретические, методологические и практические вопросы анализа экономики фирмы. Приведена общая организационно-экономическая характеристика фирмы как субъекта хозяйствования. Подробно раскрыт вопрос формирования и использования ресурсов фирмы — персонала, основных фондов, инвестиционных ресурсов. Также описаны инновационные и инвестиционные процессы, организация и планирование деятельности предприятия, финансово-экономические результаты и общая эффективность работы фирмы.

Учебник предназначен для студентов, обучающихся по направлению «Менеджмент» и экономическим специальностям, при изучении дисциплины «Экономика фирмы», учеников средних образовательных учреждений экономического направления, а также для магистрантов и аспирантов экономических специальностей высших учебных заведений, менеджеров и сотрудников коммерческих организаций.

Учебник будет полезным также для слушателей образовательных центров переобучения и повышения квалификации работников коммерческих организаций.

**УДК 658**  
**ББК 65.290**

© Хуссамов Р.Р., 2012

© ИСГЗ, 2014

© Оформление. Издательство «Юниверсум», 2014

## СОДЕРЖАНИЕ

|  |    |
|--|----|
| Введение .....                         | 4  |
| Содержание тем дисциплины .....        | 5  |
| Краткий курс лекций .....              | 7  |
| Список использованной литературы ..... | 93 |

## ВВЕДЕНИЕ

«Экономика фирмы» — это одна из важнейших учебных дисциплин, включенных в учебный план подготовки студентов различных экономических специальностей. Она тесно связана с такими дисциплинами, как «Экономическая теория», «Анализ хозяйственной деятельности», «Маркетинг», «Менеджмент», «Логистика», «Корпоративные финансы» и др.

Предметом изучения данного курса являются методы и подходы к хозяйственной деятельности, используемые в процессе производства продукции, выполнения работ, предоставления услуг.

Объектом изучения дисциплины являются фирмы, хозяйствующие субъекты различных форм собственности.

Содержание курса «Экономика фирмы» представлено следующими основными разделами: структура национальной экономики; фирма как основное звено экономики; виды деятельности фирм в условиях рыночной экономики; планирование деятельности на предприятии; основные фонды фирмы; оборотный капитал фирмы; трудовые ресурсы фирмы; организация производственного процесса; издержки производства и себестоимость; оценка эффективности хозяйственной деятельности фирмы; ценообразование; качество продукции и конкурентоспособность фирмы; функциональные стратегии фирмы.

В книге рассматривается комплекс вопросов, связанных с функционированием российской фирмы с момента выбора его организационно-правовой формы до организации производства и управления, реализации продукции, анализа эффективности работы и выбора направления дальнейшего развития.

Учебник построен таким образом, чтобы максимально упростить усвоение предложенного материала. В тексте приводится множество определений, таблиц, позволяющих наглядно и образно представить экономические процессы, протекающие на любой фирме.

Данный учебник разработан в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом.

Предлагаемый учебник может представлять интерес как для студентов экономических специальностей высших учебных заведений, так и для менеджеров коммерческих и некоммерческих организаций, руководителей и специалистов федеральных и региональных органов государственной власти и управления.

# СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

## **Глава 1. Фирма как основное звено экономики**

Фирма и предпринимательство в рыночной среде. Виды деятельности фирм. Типы фирм. Структура национальной экономики: сферы и отрасли.

## **Глава 2. Организационно-правовые формы предприятий**

Государственные и муниципальные предприятия. Кооперативы. Хозяйственные товарищества. Договор о совместной деятельности (простое товарищество).

## **Глава 3. Инфраструктура фирмы**

Производственная структура фирмы. Организационная структура фирмы. Типы производства. Организация производственного процесса.

## **Глава 4. Основные фонды фирмы**

Понятие, состав и структура основных фондов. Оценка основных фондов. Износ и амортизация основных фондов. Анализ эффективности использования основных фондов. Производственная мощность предприятия.

## **Глава 5. Понятие и структура оборотных средств**

Понятие оборотных средств. Состав и структура оборотных средств. Нормирование оборотных средств фирмы. Управление оборотными средствами.

## **Глава 6. Персонал как главный ресурс фирмы**

Трудовые ресурсы: основные понятия. Производительность труда. Аналитические показатели работы персонала. Организация, нормирование и оплата труда. Оплата труда. Минимальный размер оплаты труда.

## **Глава 7. Кадровая политика фирмы и рынок труда**

Кадровая политика: понятие, элементы и цели. Виды кадровой политики. Этапы кадровой политики. Рынок труда в Республике Татарстан.

## **Глава 8. Планирование деятельности фирмы**

Сущность планирования. Бизнес-план фирмы. Понятие «стратегия» фирмы. Виды стратегий фирмы.

## **Глава 9. Маркетинговая и товарная стратегии фирмы**

Маркетинг как рыночная концепция управления. Маркетинговая стратегия фирмы. Товарная стратегия фирмы. Ценовая стратегия фирмы. Рекламная стратегия фирмы.

## **Глава 10. Себестоимость продукции фирмы**

Сущность, функции и виды себестоимости. Показатели и анализ себестоимости продукции. Классификация издержек производства. Методы определения себестоимости продукции.

### **Глава 11. Управление качеством продукции фирмы**

Понятие «качество». Показатели качества продукции. Методы оценки качества. Понятие «стандарт», классификация стандартов. Система управления качеством. Политика фирм в области качества.

### **Глава 12. Конкурентоспособность продукции фирмы**

Конкуренция: понятие и основные теоретические подходы. Методы, формы и факторы конкуренции. Конкурентоспособность продукции. Факторы конкурентоспособности продукции.

### **Глава 13. Инновации в экономике фирмы**

Понятие, виды и функции инновации. Венчурный бизнес. Инновационные барьеры и риски. Виды интеллектуальной собственности.

### **Глава 14. Инновационная политика фирмы**

Инновационные программы. Инновационные стратегии фирмы. Метод «бенчмаркинг». Реинжиниринг фирмы.

### **Глава 15. Инвестиции: основные понятия**

Понятие «инвестиция». Виды инвестиций. Инвестиционный климат.

### **Глава 16. Инвестиционная политика фирмы**

Инвестиционная политика. Понятие и виды инвестиционных проектов. Анализ инвестиционных проектов. Принципы оценки эффективности инвестиционных проектов.

### **Глава 17. Оценка эффективности хозяйственной деятельности фирмы**

Анализ ликвидности фирмы. Анализ финансовой устойчивости фирмы. Анализ деловой активности фирмы. Анализ рентабельности фирмы.

# КРАТКИЙ КУРС ЛЕКЦИЙ

## Глава 1. Фирма как основное звено экономики

### 1.1. Фирма и предпринимательство в рыночной среде

Предпринимательство — это целесообразная деятельность граждан и их объединений, направленная на производство товаров, услуг и получение прибыли от этой деятельности.

Фирма (предприятие) — это обособленный хозяйствующий субъект, выполняющий деятельность по производству продукции (работ, услуг) в целях удовлетворения потребностей и получения прибыли.

Фирма — это хозяйственная единица, обладающая определенной законом экономической и административной самостоятельностью, т.е. правами юридического лица, организационно-техническим, экономическим и социальным единством.

Осуществление производственного процесса требует участия ресурсов, которые называются факторами производства. К ним относятся: труд, капитал, земля, природные ресурсы, предпринимательская способность.

Труд — осознанная, признанная целесообразной энергозатратная деятельность отдельного человека или объединений (коллективов) людей, предполагающая осуществление какой-либо работы.

Капитал — вклад в производственную деятельность в виде средств на приобретение материальных и нематериальных активов (патентов и др.).

Природные ресурсы — естественные ресурсы в виде лесов и земельных угодий, водных богатств, воздушного бассейна, полезных ископаемых, растительного и животного мира.

Предпринимательская способность — набор качеств, умений, способностей человека, позволяющих ему находить и использовать лучшее сочетание ресурсов для производства и продажи товаров, услуг.

Значимость фирм как основного звена экономики определяется следующим:

- 1) на предприятиях производится продукция, необходимая для жизнедеятельности каждого человека в отдельности и общества в целом;
- 2) фирма является главным субъектом экономических отношений;
- 3) предприятия формируют спрос на факторы производства, технологические и продуктовые инновации, организационно-управленческие нововведения;
- 4) фирмы являются одним из важнейших источников формирования доходов бюджетов всех уровней;
- 5) на предприятиях подавляющая часть населения получает вознаграждение за свой труд; материально обеспечивая себя и членов своей семьи;

## **1.2. Виды деятельности фирм**

Основу любой экономики составляет производство продукции. Без производства не может быть потребления. Формой организации производства в современном мире является фирма. Именно поэтому фирма выступает как основное звено экономики.

Фирмы всех организационно-правовых форм собственности и в различных отраслях экономики могут осуществлять любую деятельность, не запрещенную законом.

Для проведения некоторых видов деятельности фирма обязана получить у соответствующих государственных органов лицензию, которая представляет собой официальный документ, разрешающий осуществление указанного в нем вида деятельности в течение установленного срока, а также определяет условия ее осуществления.

Например, рассмотрим коммерческие банки. Кредитная организация — это юридическое лицо, которое для извлечения прибыли как основной цели своей деятельности на основании специального разрешения (лицензии) Центрального банка РФ имеет право осуществлять банковские операции. Такие операции предусмотрены федеральным законом от 2 декабря 1990 г. № 395-1 «О банках и банковской деятельности».

Все многообразие деятельности фирм может быть классифицировано по различным признакам. Одним из основных признаков классификации предприятий является вид или назначение предпринимательской деятельности. По этому признаку можно выделить производственные фирмы, коммерческие (торговые) фирмы, финансовые предприятия, консультационные фирмы и др.

Торговые фирмы могут быть оптовыми, розничными, торговозакупочными, торгово-посредническими и др.

Фирмы финансового назначения могут быть разделены на такие виды, как: коммерческие банки, страховые компании, инвестиционные компании и фонды, лизинговые фирмы, финансовые брокеры, фондовые биржи, фирмы-реестродержатели и др.

К консультационным фирмам можно отнести консалтинговые фирмы, фирмы по подбору персонала, аудиторские фирмы и др.

## **1.3. Типы фирм**

В рыночной экономике представлено большое число разных по своим характеристикам фирм.

Классификация фирм — это группировка предприятий по однородным признакам или характеристикам.

Фирмы (предприятия) различаются:

- по характеру производства (непрерывное и прерывное производство);
- тип производства (массовое, серийное, единичное);
- форма собственности (государственное, частное, муниципальное);
- количество видов продукции (монопрофильное и многопрофильное);
- по количеству персонала (малые — до 100 человек, средние — до 500 человек, крупные — свыше 500 человек).



Также можно использовать и другие критерии классификации, например, размер уставного капитала или объем производства.

В соответствии с группировкой отраслей промышленности по экономическому назначению производимой ими продукции, все промышленные фирмы делятся на две большие группы: фирмы, производящие средства производства и фирмы, производящие предметы потребления.

К средствам производства относится продукция, предназначенная для использования в сфере производства в качестве средств и предметов труда. При этом к предметам труда может быть отнесена часть продукции легкой и пищевой промышленности, направляемая на дальнейшую переработку.

К предметам потребления относится продукция, предназначенная непосредственно для конечного потребления населением.

Группировка фирм (предприятий) по мощности производственного потенциала (размеру предприятия) имеет широкое распространение. Как правило, все фирмы делятся на три большие группы: малые, средние и крупные. При отнесении фирм к одной из указанных групп используются следующие показатели:

- численность персонала фирмы;
- объем продаж фирмы;
- стоимость активов фирмы.

#### **1.4. Структура национальной экономики: сферы и отрасли**

Национальная экономика представляет собой взаимосвязанную совокупность сферы материального производства и непроеизводственной сферы.

К материальному производству относятся промышленность, сельское хозяйство, грузовой транспорт, строительство, торговля.

К непроеизводственной сфере — жилищно-коммунальное хозяйство, пассажирский транспорт, здравоохранение, образование, страхование, управление и др.

Сферы экономики делятся на отрасли. Отрасль характеризуется единством и однородностью потребляемого сырья; общностью технологической базы и технологических процессов.

Далее дадим несколько определений понятия «отрасль».

1. Отрасль — выделяемая и обобщаемая структура предприятий, корпораций, организаций по признаку единства экономического назначения производимой продукции, работ и услуг.<sup>1</sup>

2. Отрасль — это совокупность единиц хозяйственной деятельности, производящих продукцию (оказывающих услуги) или выполняющих специфические функции, которые имеют однородное потребительское или функциональное назначение.

3. Отрасль экономики (industry) — это совокупность организаций, обладающих общностью производимой продукции и технологий.

4. По законодательству РФ отрасли экономики составляют организации — производители аналогичного или непосредственно конкурирующего товара,

---

<sup>1</sup> Поздняков В.Я., Казаков С.В. Экономика отрасли. — М.:ИНФРА-М, 2008. — С.31.

на долю которых приходится основная часть (более 50%) объема производства такого товара.

5. Эксперты департамента международных экономических и социальных вопросов статистического управления ООН определяют отрасль как совокупность всех производственных единиц, осуществляющих преимущественно одинаковый или сходный вид производительной деятельности.

Таким образом, отрасль промышленности представляет собой совокупность промышленных предприятий, характеризующихся либо единством назначения вырабатываемой продукции, либо общностью технологических процессов, либо однородностью перерабатываемого сырья.

Российскими и зарубежными стандартами предусмотрено обязательное при регистрации определение отраслевой принадлежности каждого юридического лица. Для этой цели используются Международная стандартная отраслевая классификация видов деятельности (МСОК) и Общероссийский классификатор отраслей народного хозяйства (ОКОНХ). Подобные классификации действуют в каждом государстве.

Любая классификация отраслей периодически пересматривается и отражает эволюцию отраслевой дифференциации промышленности, т.е. постоянный сложный и противоречивый процесс, обусловленный развитием общественного разделения труда.

Основными признаками, отличающими одну отрасль от другой, являются: экономическое назначение производимой продукции, характер потребляемых сырья и материалов, техническая база производства и технологические процессы, профессиональный состав кадров. По этим же признакам различаются и отдельные производства.

По характеру воздействия на предметы труда все отрасли промышленности подразделяются на добывающие и обрабатывающие. Предприятия добывающих отраслей заняты непосредственно добычей и заготовкой природного минерального и биологического сырья; при этом не происходит изменения свойств предметов труда. К добывающим отраслям относятся угольная, нефтяная, сланцевая, лесозаготовительная, горнорудная, производство гидроэнергии, рыбная и некоторые другие.

По уровню монополизации производства все отрасли делятся на совершенно конкурентные, монополистические, отрасли с монополистической конкуренцией и олигополистические.

К совершенно конкурентным относятся отрасли, состоящие из значительного числа предприятий, каждое из которых производит и поставляет на рынок товары, являющиеся совершенными заменителями товаров конкурентов. При этом объем предложения каждого предприятия в отдельности составляет незначительную долю совокупного объема предложения (не более 1%) и, следовательно, не может повлиять на сложившуюся на рынке цену. Совершенно конкурентные отрасли характеризуются обычно неустойчивостью состава, так как каждое предприятие имеет возможность свободного входа и выхода из отрасли вне зависимости от конъюнктуры рынка.

Монополистическая отрасль состоит только из одной фирмы. Монополистические отрасли обладают возможностью контролировать объем товара на рынке, цены изделия и препятствовать проникновению на рынок новых конкурентов.

Как правило, предотвращение появления на рынке конкурентов обеспечивается за счет получения от правительства исключительных прав на производство данной продукции (услуг), патентов и авторских прав на новые изделия и технологии, создающие их владельцам исключительные права на производство и продажу этой продукции.

Отрасль с монополистической конкуренцией характеризуется наличием в ее составе сравнительно большого числа относительно мелких фирм. Эти фирмы производят разнообразную продукцию, и хотя продукт каждой фирмы специфичен, потребитель легко может найти товары-заменители и переключить свой спрос на них. Предприятия, входящие в отрасль, конкурируют друг с другом и владеют небольшой (от 1 до 10%) долей рынка. Вместе с тем выпуск дифференцированной продукции обеспечивает им определенную монополистическую власть и позволяет не считаться с реакцией конкурентов при установлении цены и объема выпуска продукции.

Олигополистическая отрасль отличается от предыдущей тем, что в ее состав могут входить ограниченное число фирм, владеющих значительной долей рынка. Малое число фирм обуславливает взаимную зависимость при установлении объемов выпуска продукции и цены изделия. Это обеспечивает большую стабильность рыночных цен и объема отраслевого предложения. Для олигополии характерны ограничения на вступление новых фирм на рынок.

Основной классификацией отраслей промышленности РФ является деление на 16 комплексных отраслей, включающих подотрасли и виды производств:

- 1) электроэнергетика (включает 7 отраслей, подотраслей и видов производств);
- 2) топливная промышленность — 16;
- 3) машиностроение и металлообработка — 136;
- 4) черная металлургия — 11;
- 5) цветная металлургия — 36;
- 6) химическая и нефтехимическая промышленность — 32;
- 7) лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная промышленность — 19;
- 8) промышленность строительных материалов — 32;
- 9) стекольная и фарфоро-фаянсовая — 10;
- 10) легкая промышленность — 48;
- 11) пищевая промышленность — 34;
- 12) мукомольно-крупяная и комбикормовая — 2;
- 13) микробиологическая — 7;
- 14) медицинская — 3;
- 15) полиграфическая — 1;
- 16) другие отрасли — 13.

## Глава 2. Организационно-правовые формы предприятий

### 2.1. Государственные и муниципальные предприятия

Правовое положение государственных и муниципальных унитарных предприятий определяется Гражданским Кодексом (ГК РФ от 30.11.1994 N 51-ФЗ — Ч1, п. 4) и федеральным законом ФЗ-161 от 14 ноября 2002 года (последние изменения были внесены ФЗ № 362-ФЗ от 30.11.2011).

Государственные и муниципальные предприятия могут быть созданы только в форме унитарных предприятий (УП).

**Унитарное предприятие** — это коммерческая организация, не наделенная правом собственности на имущество, закрепленное за ней собственником.

В зависимости от способа закрепления имущества выделяется два вида унитарных предприятий (п. 2 ст. 113 ГК РФ):

- УП, основанные на праве хозяйственного ведения (ст. 114 ГК РФ);
- УП, основанные на праве оперативного управления (казенные предприятия) (ст. 115 ГК РФ).

Таким образом, в России создаются и действуют следующие виды унитарных предприятий:

1) унитарные предприятия, основанные на праве хозяйственного ведения:

- федеральное государственное предприятие;
- государственное предприятие субъекта РФ;
- муниципальное предприятие;

2) унитарные предприятия, основанные на праве оперативного управления:

- федеральное казенное предприятие,
- казенное предприятие субъекта РФ,
- муниципальное казенное предприятие.

Поскольку в соответствии с п. 2 ст. 50 и ст. 113 ГК РФ унитарные предприятия являются коммерческими юридическими лицами, их деятельность направлена на извлечение прибыли в пользу собственника имущества — государства или муниципального образования, а также для покрытия собственных расходов. Кроме того, безусловно, целью деятельности является не только извлечение прибыли, а удовлетворение публичных интересов государства, обеспечение государственных нужд.

Имущество унитарного предприятия принадлежит на праве собственности Российской Федерации, субъекту Российской Федерации или муниципальному образованию.

Имущество унитарного предприятия является неделимым и не может быть распределено по вкладам (долям, паям), в том числе между работниками унитарного предприятия.

Унитарное предприятие не вправе создавать в качестве юридического лица другое унитарное предприятие путем передачи ему части своего имущества (дочернее предприятие).

Но унитарные предприятия могут быть участниками (членами) коммерческих организаций, а также некоммерческих организаций, в которых федеральным законом допускается участие юридических лиц.

Унитарные предприятия не вправе выступать учредителями (участниками) кредитных организаций.

Решение об участии унитарного предприятия в коммерческой или некоммерческой организации может быть принято только с согласия собственника имущества унитарного предприятия.

Распоряжение вкладом (долей) в уставном (складочном) капитале хозяйственного общества или товарищества, а также принадлежащими унитарному предприятию акциями осуществляется унитарным предприятием только с согласия собственника его имущества.

Согласно статьи 12 ФЗ-161 размер уставного фонда государственного предприятия должен составлять не менее чем 5000 (пять тысяч) минимальных размеров оплаты труда, установленных федеральным законом на дату государственной регистрации государственного предприятия.

Размер уставного фонда муниципального предприятия должен составлять не менее чем одну 1000 (тысячу) минимальных размеров оплаты труда, установленных федеральным законом на дату государственной регистрации муниципального предприятия.

Размер уставного фонда государственного или муниципального предприятия определяется в рублях.

Уставный фонд государственного или муниципального предприятия может формироваться за счет денег, а также ценных бумаг, других вещей, имущественных прав и иных прав, имеющих денежную оценку.

В казенном предприятии уставный фонд не формируется.

Собственник имущества унитарного предприятия в отношении указанного предприятия:

- 1) принимает решение о создании унитарного предприятия;
- 2) определяет цели, предмет, виды деятельности унитарного предприятия, а также дает согласие на участие унитарного предприятия в ассоциациях и других объединениях коммерческих организаций;
- 3) определяет порядок составления, утверждения и установления показателей планов (программы) финансово-хозяйственной деятельности унитарного предприятия;
- 4) утверждает устав унитарного предприятия, вносит в него изменения, в том числе утверждает устав унитарного предприятия в новой редакции;
- 5) принимает решение о реорганизации или ликвидации унитарного предприятия в порядке, установленном законодательством, назначает ликвидационную комиссию и утверждает ликвидационные балансы унитарного предприятия;
- 6) формирует уставный фонд государственного или муниципального предприятия;
- 7) назначает на должность руководителя унитарного предприятия, заключает с ним, изменяет и прекращает трудовой договор в соответствии с трудовым

законодательством и иными содержащими нормы трудового права нормативными правовыми актами;

8) согласовывает прием на работу главного бухгалтера унитарного предприятия, заключение с ним, изменение и прекращение трудового договора;

9) утверждает бухгалтерскую отчетность и отчеты унитарного предприятия;

10) дает согласие на распоряжение недвижимым имуществом, а в случаях, установленных федеральными законами, иными нормативными правовыми актами или уставом унитарного предприятия, на совершение иных сделок;

11) осуществляет контроль за использованием по назначению и сохранностью принадлежащего унитарному предприятию имущества;

12) утверждает показатели экономической эффективности деятельности унитарного предприятия и контролирует их выполнение;

13) дает согласие на создание филиалов и открытие представительств унитарного предприятия;

14) дает согласие на участие унитарного предприятия в иных юридических лицах;

15) дает согласие в случаях, предусмотренных настоящим Федеральным законом, на совершение крупных сделок, сделок, в совершении которых имеется заинтересованность, и иных сделок;

16) принимает решения о проведении аудиторских проверок, утверждает аудитора и определяет размер оплаты его услуг;

16.1) в случае, предусмотренном законодательством Российской Федерации о концессионных соглашениях, принимает решение об осуществлении государственным или муниципальным унитарным предприятием отдельных полномочий концедента;

17) имеет другие права и несет другие обязанности, определенные законодательством РФ.

Собственник имущества казенного предприятия помимо правомочий, указанных выше, вправе:

- изымать у казенного предприятия излишнее, неиспользуемое или используемое не по назначению имущество;
- доводить до казенного предприятия обязательные для исполнения заказы на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных или муниципальных нужд;
- утверждать смету доходов и расходов казенного предприятия.

## 2.2. Кооперативы

Российским законодательством предусмотрены следующие формы кооперативов:

1) **потребительский кооператив** (некоммерческая организация ГК РФ (§5. Некоммерческие организации)),

- например, кредитный кооператив (ФЗ «О кредитной кооперации», №190-ФЗ от 18 июля 2009 г., заменил ФЗ-117 от 2001г.);

- например, жилищный или жилищно-строительный кооператив (Жилищный Кодекс РФ 188-ФЗ от 29 декабря 2004 г., посл. изм. от 06.12.2011 N 401-ФЗ);

2) **производственный кооператив** (коммерческая организация)

3) **сельскохозяйственные кооперативы.**

Деятельность производственных кооперативов регулируется ГК РФ (§3. Производственные кооперативы) и федеральным законом 41-ФЗ от 8 мая 1996 г. «О производственных кооперативах» (последние изменения 30.11.2011 № 362-ФЗ).

**Производственный кооператив (артель)** — это добровольное объединение граждан на основе членства для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности (производство, переработка, сбыт промышленной, сельскохозяйственной и иной продукции, выполнение работ, торговля, бытовое обслуживание, оказание других услуг), основанной на их личном трудовом и ином участии и объединении его членами (участниками) имущественных паевых взносов.

Производственный кооператив является коммерческой организацией.

Фирменное наименование кооператива должно содержать его наименование и слова «производственный кооператив» или «артель».

Кооператив образуется исключительно по решению его учредителей. Число членов кооператива не может быть менее чем пять человек. Членами (участниками) кооператива могут быть граждане РФ, иностранные граждане и лица без гражданства. Юридическое лицо участвует в деятельности кооператива через своего представителя в соответствии с уставом кооператива.

Членами кооператива могут быть внесшие установленный уставом кооператива паевой взнос граждане Российской Федерации, достигшие возраста шестнадцати лет. Размер и порядок внесения паевого взноса определяются уставом кооператива.

Иностранные граждане и лица без гражданства могут быть членами кооператива наравне с гражданами Российской Федерации.

Число членов кооператива, внесших паевой взнос, участвующих в деятельности кооператива, но не принимающих личного трудового участия в его деятельности, не может превышать 25% числа членов кооператива, принимающих личное трудовое участие в его деятельности.

В случае смерти члена кооператива его наследники могут быть приняты в члены кооператива, если иное не предусмотрено уставом кооператива. В противном случае кооператив выплачивает наследникам стоимость пая умершего члена кооператива, причитающиеся ему вознаграждение, премии.

Имущество, находящееся в собственности кооператива, делится на пай его членов в соответствии с уставом кооператива.

Пай состоит из паевого взноса члена кооператива и соответствующей части чистых активов кооператива (за исключением неделимого фонда).

Состав и порядок определения размера пая члена кооператива определяются уставом кооператива.

Член кооператива вправе передать свой пай или его часть другому члену кооператива, если иное не предусмотрено уставом кооператива. Передача пая влечет за собой прекращение членства в кооперативе.

Передача пая (его части) гражданину, не являющемуся членом кооператива, допускается лишь с согласия кооператива. В этом случае гражданин, приобретший пай (его часть), принимается в члены кооператива. Члены кооператива пользуются преимущественным правом покупки такого пая (его части).

Передача пая (его части) осуществляется в порядке, предусмотренном уставом кооператива.

Член кооператива может на договорных началах передавать принадлежащие ему материальные ценности и иные средства кооперативу. Выход или исключение из кооператива не являются основанием для одностороннего прекращения или изменения взаимоотношений члена кооператива и кооператива по поводу переданного имущества, если иное не предусмотрено соглашением сторон.

Кооператив не вправе выпускать акции.

Член кооператива обязан внести к моменту государственной регистрации кооператива не менее чем десять процентов паевого взноса. Остальная часть паевого взноса вносится в течение года после государственной регистрации кооператива.

Паевым взносом члена кооператива могут быть деньги, ценные бумаги, иное имущество, в том числе и имущественные права, а также иные объекты гражданских прав. Земельные участки и другие природные ресурсы могут быть паевым взносом в той мере, в какой их оборот допускается законами о земле и природных ресурсах.

Оценка паевого взноса проводится при образовании кооператива по взаимной договоренности членов кооператива на основе сложившихся на рынке цен, а при вступлении в кооператив новых членов комиссией, назначаемой правлением кооператива. Оценка паевого взноса, превышающего 250 (двести пятьдесят) установленных федеральным законом МРОТ, должна быть произведена независимым оценщиком.

Размер паевого взноса устанавливается уставом кооператива.

Высшим органом управления кооперативом является общее собрание его членов. В кооперативе с числом членов более пятидесяти может быть создан наблюдательный совет. В состав исполнительных органов кооператива входят правление и (или) председатель кооператива. Членами наблюдательного совета и членами правления кооператива, а также председателем кооператива могут быть только члены кооператива. Член кооператива одновременно не может быть членом наблюдательного совета и членом правления (председателем) кооператива.

В кооперативе с числом членов более десяти избирается правление. Правление кооператива избирается общим собранием из числа членов кооператива на срок, предусмотренный его уставом. Правление кооператива руководит деятельностью кооператива в период между общими собраниями членов кооператива.



Правление кооператива возглавляет председатель кооператива.

Председатель кооператива избирается общим собранием из числа членов кооператива. Если в кооперативе создан наблюдательный совет, председатель кооператива утверждается общим собранием членов кооператива по представлению наблюдательного совета кооператива.

Члены производственного кооператива несут по обязательствам кооператива субсидиарную ответственность в размерах и в порядке, предусмотренных законодательством и уставом кооператива.

Сельскохозяйственные кооперативы делятся на две группы:

- Производственные (коммерческие организации);
- Потребительские (некоммерческие организации).

**Сельскохозяйственным производственным кооперативом** признается сельскохозяйственный кооператив, созданный гражданами для совместной деятельности по производству, переработке и сбыту сельскохозяйственной продукции, а также для выполнения иной не запрещенной законом деятельности, основанной на личном трудовом участии членов кооператива.

**Производственный кооператив** является коммерческой организацией. Видами производственных кооперативов являются сельскохозяйственная артель (колхоз), рыболовецкая артель (колхоз) и кооперативное хозяйство (далее - коопхоз), а также иные кооперативы, созданные в соответствии с требованиями 193-ФЗ от 8 декабря 1995 г. «О сельскохозяйственной кооперации».

**Сельскохозяйственным потребительским кооперативом** признается сельскохозяйственный кооператив, созданный сельскохозяйственными товаропроизводителями и (или) ведущими личное подсобное хозяйство гражданами при условии их обязательного участия в хозяйственной деятельности потребительского кооператива.

**Потребительские кооперативы** являются некоммерческими организациями и в зависимости от вида их деятельности подразделяются на перерабатывающие, сбытовые (торговые), обслуживающие, снабженческие, садоводческие, огороднические, животноводческие и иные кооперативы, созданные в соответствии с требованиями, предусмотренными пунктом 1 настоящей статьи, для выполнения одного или нескольких из указанных в данной статье видов деятельности.

### **2.3. Хозяйственные товарищества**

В РФ существует два вида хозяйственных товариществ: полное товарищество и товарищество на вере.

Полное товарищество признается таковым, если его участники (полные товарищи) в соответствии с заключенным между ними договором занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества и несут солидарную ответственность по его обязательствам принадлежащим им имуществом, т.е. кредитор товарищества может предъявить имущественное требование в полном объеме как одновременно ко всем участникам, так и к любому из них.

Минимальное число участников — двое, максимальное число не ограничено. В случае, если по каким-либо причинам остается только один участник,

полное товарищество преобразуется в хозяйственное общество или ликвидируется. Минимальный складочный капитал такого товарищества должен быть не менее 100-кратного размера минимального размера оплаты труда на дату подачи учредительных документов на регистрацию.

Учредительным документом полного товарищества является учредительный договор, в котором отражаются все стороны хозяйственной жизни. Определяются: порядок создания товарищества, условия передачи ему своего имущества, условия и порядок распределения между участниками прибыли и убытков, порядок управления деятельностью полного товарищества, процедура выхода учредителей из его состава, размеры и состав складочного капитала и т.д.

Существуют три способа ведения дел полного товарищества:

- каждый участник полного товарищества самостоятельно ведет хозяйственную деятельность от имени товарищества;
- участники полного товарищества совместно ведут дела товарищества, т.е. все сделки от имени товарищества совершаются не иначе как на основе совместного решения всех участников;
- ведение дел полного товарищества поручается одному из участников, остальные, если и совершают от имени товарищества какие-либо сделки, то не иначе как на основании доверенности «управляющего» участника.

Каждый участник полного товарищества вне зависимости от его доли в складочном капитале обладает только одним голосом.

Товарищество на вере — это товарищество, в которое входят два типа участников: один или несколько «полных» товарищей, осуществляющих от имени товарищества предпринимательскую деятельность и отвечающих по обязательствам товарищества всем своим имуществом, т.е. являющихся по статусу предпринимателями, и один или несколько «вкладчиков» (коммандистов), не участвующих в управлении делами товарищества и несущих риск убытков, связанных с деятельностью товарищества, в пределах сумм внесенных ими вкладов.

Минимальное число участников такого товарищества — двое, из которых один полный товарищ, другой вкладчик, максимальное число участников не ограничено. Для товарищества на вере, существуют те же варианты ведения хозяйственной деятельности, как и для полного товарищества, однако выбранный вид управления фиксируется в учредительном договоре.

Достоинством товариществ обоих видов является гибкая структура, возможность решать многие вопросы по соглашению между участниками. Отсутствует сверхжесткое законодательное регулирование, управление достаточно простое и неформализованное. Важным является то, что товарищество не обязано публично отчитываться о своей деятельности.

Основной недостаток товарищества — это ответственность его участников своим личным имуществом (за исключением вкладчиков). В силу этого товарищества предпочтительнее всего создавать в сферах предпринимательской деятельности, связанных с наименьшим риском — информационные, консультационные услуги и др.

#### **2.4. Договор о совместной деятельности (простое товарищество)**

В соответствии со статьей 1041 ГК РФ по договору простого товарищества (договору о совместной деятельности) двое или несколько лиц (товарищей) обязуются соединить свои вклады и совместно действовать без образования юридического лица для извлечения прибыли или достижения иной не противоречащей закону цели.

Если договор заключается для осуществления предпринимательской деятельности, то сторонами такого договора могут быть только индивидуальные предприниматели или коммерческие организации. Во всех остальных случаях круг участников договора не ограничивается.

Действующее законодательство не предусматривает никаких ограничений на виды деятельности, которые могут быть предметом договора, т.е. в рамках договора товарищи могут осуществлять любую деятельность, не запрещенную законом, в том числе и лицензируемую.

Следует отметить, что в рамках совместной деятельности хозяйственные операции могут осуществляться на основании договоров, предметом которых является именно совместная деятельность, но имеющих при этом совершенно другие названия: договор о взаимодействии, консорциум, договор о сотрудничестве, долевом участии, совместном финансировании.

Поэтому следует четко обозначить отличительные черты хозяйственного договора, позволяющего отнести его к категории договоров о совместной деятельности.

Во-первых, это наличие единой цели для всех участников совместной деятельности, которую предполагается достичь согласно заключенному договору.

Во-вторых, для достижения поставленной цели происходит объединение имущества и усилий участников, что непременно должно найти отражение в предмете договора.

В соответствии со статьей 1042 ГК РФ вкладом товарища признается все то, что он вносит в общее дело, в том числе деньги, иное имущество, профессиональные и иные знания, навыки и умения, а также деловая репутация и деловые связи. При этом денежная оценка вкладов товарищей производится по соглашению между товарищами. Согласно п.2 ст.1042 ГК РФ вклады товарищей предполагаются равными, если иное не вытекает из договора или фактических обстоятельств.

Согласно п.1 ст.1043 ГК РФ внесенное товарищами имущество, которыми они обладали на праве собственности, а также произведенная в результате совместной деятельности продукция и полученные от такой деятельности плоды и доходы признаются их общей долевой собственностью, если иное не установлено законом или договором простого товарищества либо не вытекает из существа обязательства.

Порядок ведения общих дел товарищей регулируется статьей 1044 ГК РФ и предусматривает три возможные формы:

- 1) от имени товарищей вправе действовать каждый.
- 2) Дела ведет специально назначенный товарищ (и).
- 3) Все товарищи ведут дела совместно.

На практике наиболее распространена вторая форма, при которой ведение общих дел поручается одному из товарищей, что должно обязательно найти свое отражение в договоре.

Содержание договора простого товарищества. В нем следует отразить:

- 1) Цель создания.
- 2) Вид деятельности.
- 3) Порядок объединения вкладов, их размеры (оценка) и доли участников (если это договором не предусматривается, то вклады товарищей предполагаются равными по стоимости) (ст.1042 ГК РФ).
- 4) Обязанности и ответственность товарищей.
- 5) Распределение прибыли.
- 6) Порядок ведения бухгалтерского учета.
- 7) Порядок покрытия расходов и убытков, связанных с совместной деятельностью товарищей.
- 8) Порядок выделения доли товарища по требованию кредитора.
- 9) Порядок расторжения договора простого товарищества по требованию одной из сторон.
- 10) Условия прекращения договора простого товарищества.

Договор простого товарищества может заключаться как на срок, так и без указания срока его действия.

Если договор простого товарищества заключен для осуществления предпринимательской деятельности, то по всем обязательствам товарищи отвечают солидарно.

## **Глава 3. Инфраструктура фирмы**

### **3.1. Производственная структура фирмы**

**Производственная структура** — это состав производственных подразделений, и взаимосвязей между ними.

Различают такие производственные структуры, как

- Цеховая;
- Безцеховая;
- Корпусная;
- Комбинатская.

**Цех** — это обособленное в технологическом и административном отношении звено предприятия, в котором выполняется определенная законченная стадия по производству продукта.

Цехи делятся на:

- 1) основные (заготовительные, обрабатывающие, сборочные),
- 2) вспомогательные (энергетические),
- 3) обслуживающие (транспортные),
- 4) побочные (утилизация),
- 5) экспериментальные (исследовательские).

**Безцеховая производственная структура** применяется на предприятиях с простым производственным процессом. В ее основе лежит производственный участок — совокупность рабочих мест с однородной технологией производства.

В основе корпусной структуры лежит корпус. **Корпус** — это объединение нескольких однотипных цехов.

На предприятиях с многостадийными производственными процессами используется производственная комбинатская структура.

Например, металлургические, химические, текстильные комбинаты.

### 3.2. Организационная структура фирмы

**Структура объекта** — это упорядоченное, не случайное расположение взаимосвязанных элементов объекта.

**Структура организации** — это ее главная статическая характеристика, которая отражает уровень упорядоченности организационных процессов.

Структура является важной, неотъемлемой частью организации. Она играет важную роль в адаптации организации к внешней среде. Структура организации должна обеспечить достижение всех целей.

В рамках структуры выделяют такие элементы: 1) структурные подразделения; 2) уровни управления.

При формировании структуры фирмы необходимо использовать системный подход.

Выделяют два главных принципа системного подхода к организации:

- 1) Принцип необходимого разнообразия.
- 2) Принцип обратной связи.

Классификация структур управления. Выделяют следующие типы структур:

- Линейная (принцип одного руководителя);
- Функциональная (принцип специализации труда руководителя);
- Линейно-функциональная (принцип одного руководителя);
- Дивизиональная (принцип децентрализации);
- Матричная (принцип двойного подчинения).

### 3.3. Типы производства

Для анализа организации производства используется коэффициент серийности производства<sup>2</sup>:

$$K_{сер} = N_d / P_{об}, \text{ где:}$$

$N_d$  — количество деталей (операций), закрепленных за рабочим местом;

$P_{об}$  — количество рабочих мест цеха или участка.

Если  $K_{сер} = 30 \div 20$ , то это единичный тип организации производства;

Если  $K_{сер} = 20 \div 5$ , то это серийный тип организации производства;

Если  $K_{сер} = 3 \div 5$ , то это массовый тип организации производства;

---

<sup>2</sup> Складенко В.К., Прудников В.М. Экономика предприятия: Конспект лекций. — М.: ИНФРА-М, 2006. — С.55.

По методу организации различают три типа производства

- единичное (индивидуальное);
- серийное;
- массовое.

Единичное производство характеризуется наиболее резко выраженным непостоянством структуры рабочего процесса. При этом каждое изделие подразумевает новый технологический процесс, который отличается от предыдущего по составу операций, продолжительности и последовательности.

Основные характеристики единичного производства:

1. Большая номенклатура изделий.
2. Преобладание технологической специализации рабочих мест.
3. Высокий уровень квалификации рабочих.
4. Большой объем ручных операций.
5. Максимум длительности производственного цикла

Серийное производство отличается постоянством структуры производственного процесса в период выпуска одной партии (серии) одинаковых изделий. Серийное делится на мелкосерийное, среднесерийное и крупносерийное производства.

Основные характеристики серийного производства:

1. Использование универсального оборудования.
2. Незначительный объем ручных операций.
3. Специализация рабочих мест.
4. Наличие рабочих средней квалификации.
5. Малая длительность производственного цикла.

Массовое производство отличается повторением одних и тех же операций при изготовлении одного и того же продукта (например, предприятие машиностроения).

Основные характеристики массового производства:

1. Ограниченная номенклатура изделий.
2. Предметная специализация рабочих мест.
3. Низкий уровень квалификации рабочих.
4. Высокая возможность автоматизации производства.
5. Минимум длительности производственного цикла.

### **3.4. Организация производственного процесса**

**Производственный процесс** — это процесс взаимодействия производственных факторов на предприятии, направленный на превращение исходного сырья в готовую продукцию.

Основные элементы производственного процесса — это труд (деятельность людей), предметы и средства труда.

Производственные процессы делятся на следующие:

1. Основные (продукция) и вспомогательные (полуфабрикаты);
2. Дискретные и непрерывные;
3. Ручные, механические, автоматические и автоматизированные.

Любой производственный процесс состоит из производственных операций (которые могут быть объединены в стадии).

**Операция** — это простейшая, элементарная часть процесса труда.

По назначению производственные операции делят:

- 1) технологические;
- 2) транспортные;
- 3) обслуживающие;
- 4) контрольные.

Для нормальной организации производства необходимо использовать следующие **принципы**:

1. Принцип специализации.
2. Принцип пропорциональности.
3. Принцип параллельности, который предусматривает одновременное выполнение отдельных операций.
4. Принцип прямоочности. Он означает, что предметы труда в процессе обработки должны проходить через минимальные маршруты по всем операциям производственного процесса.
5. Принцип ритмичности.

## **Глава 4. Основные фонды фирмы**

### **4.1. Понятие, состав и структура основных фондов**

**Основные средства** (основные фонды) — часть имущества, используемая в качестве средств труда при производстве продукции (выполнении работ, оказании услуг) либо для управленческих нужд фирмы в течение периода, превышающего 12 месяцев или обычный операционный цикл, и стоимостью более 100-кратного размера минимальной месячной оплаты труда (ММОТ).

Основные средства представляют собой совокупность материально-вещественных ценностей, используемых в качестве средств труда в течение длительного времени как в сфере материального производства, так и в непродуцированной сфере.

Классификация основных фондов: 1) здания; 2) сооружения (тоннели, мосты, эстакады, водостоки, авто- и ж/д дороги); 3) передаточные устройства (электро-, тепло-, газосети); 4) машины и оборудование; 5) транспортные средства; 6) инструмент; 7) производственный инвентарь; 8) хозяйственный инвентарь.

Основные фонды имеют пассивную и активную формы. Активная часть основных фондов оказывает прямое воздействие на форму и свойства предметов труда, повышают производительность труда (оборудование, машины, механизмы.)

Пассивная часть основных фондов создает условия для нормальной работы активной части основных фондов (здания и сооружения). Их соотношение зависит от отрасли.

Пассивная часть основных фондов преобладает в швейной, пищевой, мясо-молочной, стройиндустрии, топливной промышленности.

Активная часть основных фондов преобладает в текстильной, рыбной, химической, нефтехимической, электроэнергетике, машиностроении.

Не относятся к основным средствам и учитываются фирмой в составе оборотных средств:

- предметы со сроком полезного использования менее 12 месяцев (независимо от их стоимости);
- предметы стоимостью на дату приобретения не более 100-кратного размера ММОТ (независимо от срока их полезного использования), за исключением сельскохозяйственных машин и орудий, строительного механизированного инструмента, оружия, а также рабочего и продуктивного скота, которые относятся к основным средствам независимо от их стоимости. Руководитель фирмы имеет право установить лимит стоимости предметов для принятия к бухгалтерскому учету в составе оборотных средств; предметы независимо от их стоимости и срока полезного использования (орудия лова — тралы, неводы, сети и др.; специальные инструменты и приспособления, сменное оборудование и т.п.; специальная одежда и обувь, а также постельные принадлежности; форменная одежда; временные (нетитульные) сооружения; молодняк животных и животные на откорме, птица, кролики, пушные звери, семьи пчел, служебные собаки; многолетние насаждения, выращиваемые в питомниках в качестве посадочного материала; бензомоторные пилы, сучкорезы, сплавной трос; сезонные дороги; предметы, предназначенные для сдачи в аренду по договору проката).

Не относятся к основным средствам также:

- машины, оборудование и иные аналогичные предметы, числящиеся как готовые изделия на складах организаций-изготовителей, занимающихся их сбытом;
- предметы, сданные в монтаж или подлежащие монтажу, находящиеся в пути;
- капитальные и финансовые вложения и иные долгосрочные инвестиции.

#### **4.2. Оценка основных фондов**

Существуют следующие формы стоимостной оценки основных фондов:

- 1) инвентарная или первоначальная;
- 2) восстановительная или приведенная;
- 3) остаточная;
- 4) рыночная или оценочная;
- 5) ликвидационная;
- 6) балансовая.

Инвентарная (первоначальная) стоимость включает затраты на строительные затраты и прочие капитальные затраты.

Восстановительная стоимость — это инвентарная с учетом переоценки.

Цель переоценки — создание условий формирования денежных средств для обновления основных фондов, обоснования исходной стоимостной базы для оценки имущества и начисления имущества.



Остаточная стоимость — это инвентарная (или восстановительная) минус амортизация и оценочная стоимость дефектов при эксплуатации. Амортизация начисляется до полного погашения первоначальной стоимости основных фондов.

Рыночная стоимость — цена, которую готов уплатить реальный покупатель. Она зависит от доходности активов, уровня инфляции.

Ликвидационная стоимость активов устанавливается ликвидационной комиссией фирмы. В организации может также определяться ликвидационная стоимость, которая является разностью двух величин: стоимости лома от ликвидации оборудования или выручки от его реализации (если основные средства поступают на другое предприятие для дальнейшего использования) и стоимости работ по демонтажу этого оборудования. Стоимость приобретенных объектов основных средств погашается путем начисления амортизации в течение срока их полезного использования.

Балансовая стоимость активов отражается в балансе предприятия.

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

Под **износом** следует понимать процесс постепенной и ожидаемой потери любым искусственно созданным объектом функциональных качеств, связанных с его эксплуатацией и/или моральным старением. Износ отражает потерю потребительских свойств объекта и соответствующее уменьшение его стоимости. Износ неприменим к таким объектам, как земельные участки и объекты природопользования.

Основные средства подвергаются износу двоякого рода — моральному и физическому. Моральный износ основных средств происходит до наступления полного физического износа. Моральный износ соответственно характеру причин, его вызывающих, имеет две формы.

Первая форма — износ, определяемый снижением стоимости данных основных средств вследствие сокращения затрат необходимого труда на их создание в связи с ростом производительности труда в отраслях, производящих эти основные средства.

Вторая форма — износ вследствие создания новых, более производительных и совершенных машин и оборудования подобного рода и назначения, что приводит к обесценению менее совершенной техники. Новые машины более экономичны и производительны.

Физический износ основных средств — это утрата ими первоначальной потребительской стоимости, ввиду чего они постепенно приходят в негодность и требуют замены новыми. Так, в процессе эксплуатации здания и сооружения подвергаются постепенному старению, машины и оборудование — материальному износу. Физический износ обуславливается двумя факторами. Первым из них является функционирование средств труда, в ходе которого происходит механический износ трущихся деталей, усталостный износ металла и дерева, деформация отдельных конструкций в результате осадочных явлений, динамических нагрузок, сотрясений и т. п. Это так называемый производственный износ. Вторым фактором физического износа является влияние естественных сил

природы, которое выражается в коррозии металлов, выветривании, разрушении дерева и т. д. Это так называемый естественный износ.

Как и моральный, физический износ может быть полным и частичным. Полный износ требует замены старого оборудования новым, частичный износ устраняется путем капитального ремонта и модернизации действующих машин и оборудования. Установление степени износа необходимо для определения реальной остаточной стоимости основных средств, планирования замены старых машин и оборудования новыми.

Понятие «износ» первично по отношению к понятию «амортизация». Прежде всего, износ материален, измеряем и не зависит от способов ведения учета. Амортизация же нематериальна, ее нельзя измерить, а можно лишь количественно определить, т. е. начислить, причем тем или иным способом, который заложен в учетной политике организации. Термин «амортизация» происходит от лат. *amortisation* что дословно переводится как «погашение». Применительно к основным средствам под **амортизацией** следует понимать определенные действия, связанные с учетом изнашиваемого имущества, применяемые в течение срока полезного использования объектов и обеспечивающие перенос их стоимости на производимую продукцию. Амортизационные отчисления — это денежное выражение размера амортизации, соответствующего степени износа основных средств.

В настоящее время смысл, вкладываемый в понятие «амортизация», расширился и изменился. Так, амортизационные отчисления (или амортизация) относятся к расходам по обычным видам деятельности и рассматриваются как средство возмещения стоимости основных средств, нематериальных и иных активов. При этом под расходами фирмы признается уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов, приводящее к уменьшению капитала этой фирмы. Применительно к изнашиваемому в процессе эксплуатации имуществу в качестве расходов следует рассматривать начисляемый износ, суммы которого и отражают выбытие активов фирмы. И наконец, все расходы по обычным видам деятельности включаются в себестоимость продукции и уменьшают финансовый результат от производственно-хозяйственной деятельности фирмы. Но в отличие от других статей себестоимости (материальные затраты, заработная плата, отчисления и пр.) процесс амортизации не ведет к оттоку финансовых средств, поскольку амортизационные отчисления возмещаются после реализации продукции. А так как непосредственно для замены изношенного оборудования эти средства могут понадобиться лишь через длительное время и накапливать их специально нецелесообразно, они (как и прибыль) служат источником расширенного воспроизводства и финансирования развития организации. Итак, амортизационные отчисления выступают внутренним источником финансирования затрат фирмы, способствуют изменению структуры активов и позволяют приобретать новые машины и оборудование без привлечения средств извне в виде ссуд, займов и кредитов.

Амортизационные отчисления представляют собой отнесение на себестоимость начисленного износа имущества. Иными словами, стоимость объектов

основных средств погашается посредством начисления амортизации. Вместе с тем, по отдельным объектам основных средств амортизация не начисляется, в том числе на:

- объекты основных средств некоммерческих организаций, объекты основных средств, которые не используются в предпринимательской (коммерческой) деятельности;
- жилищный фонд (износ начисляется один раз в год при составлении годового отчета);
- объекты внешнего благоустройства и другие аналогичные объекты лесного и дорожного хозяйства;
- специализированные сооружения, обеспечивающие судоходство;
- продуктивный скот (буйволы, волы, олени);
- многолетние насаждения, не достигшие эксплуатационного возраста;
- приобретенные издания (книги, брошюры и т.п.);
- объекты природопользования;
- земельные участки.

Амортизация объектов основных средств производится одним из следующих способов расчета амортизационных отчислений:

- 1) линейный способ;
- 2) способ уменьшаемого остатка;
- 3) способ списания стоимости по сумме чисел лет срока полезного использования;
- 4) способ списания стоимости пропорционально объему продукции (работ).

Срок полезного использования — это период, в течение которого эксплуатация объекта основных средств должна приносить доход фирме или служить для достижения целей ее деятельности. Фирма самостоятельно определяет этот срок для принятых к бухгалтерскому учету основных средств. Таким образом, бухгалтер, принимая к учету объект основных средств, должен уже знать срок его полезного использования исходя из условий производства и технологического процесса. Срок полезного использования определяется по техническим условиям, отраженным в сопровождающей объект документации. При отсутствии таких записей или документов он определяется исходя из:

- ожидаемого срока использования данного объекта в соответствии с предполагаемой производительностью или интенсивностью применения;
- ожидаемого физического износа, зависящего от режима эксплуатации (число смен), естественных условий и влияния агрессивной среды, системы планово-предупредительного ремонта и других его видов;
- нормативно-правовых и других ограничений использования этого объекта (например, срок аренды).

В некоторых случаях срок полезного использования может определяться в зависимости от количества продукции или иного натурального показателя объема работ, который планируется получить в результате использования данного оборудования.

Годовая сумма амортизационных отчислений определяется:

- при линейном способе — исходя из первоначальной стоимости объекта и нормы амортизации, исчисленной с учетом срока полезного использования этого объекта;
- при способе уменьшаемого остатка — исходя из остаточной стоимости объекта на начало отчетного года и нормы амортизации, исчисленной с учетом срока полезного использования этого объекта;
- при способе списания стоимости по сумме чисел лет — исходя из первоначальной стоимости объекта и годового соотношения, где в числителе число лет, остающихся до конца срока службы объекта, а в знаменателе сумма чисел лет срока службы объекта.

Для многих видов оборудования установлены различные нормы амортизационных отчислений в зависимости от того, на предприятиях какого типа производства оно эксплуатируется — массового, серийного или единичного.

При начислении амортизации способом уменьшаемого остатка норма амортизации применяется не к первоначальной, а к остаточной стоимости объекта основных средств. В результате этого база для расчета амортизации из года в год уменьшается и за весь срок полезного использования объекта его первоначальная стоимость не будет перенесена на стоимость произведенной продукции. Себестоимость продукции будет занижаться, и к концу срока использования останется значительная недоамортизируемая стоимость объекта.

Как видно из приведенных данных, даже при применении коэффициента ускорения, равного двум, сумма амортизации за весь срок полезного использования объекта может оказаться значительно меньше его первоначальной стоимости. Поэтому без введения коэффициента ускорения данный способ практически неприменим. Между тем коэффициент ускорения применяется только по перечню высокотехнологичных отраслей и эффективных видов машин и оборудования, устанавливаемому федеральными органами исполнительной власти.

Таким образом, при любом способе начисления амортизации общая сумма амортизационных отчислений за весь срок полезного использования объекта равна первоначальной стоимости основных средств (а с учетом переоценки основных средств — их восстановительной стоимости). Вместе с тем сумма амортизации существенно различается в зависимости от принятого способа ее начисления. В течение отчетного года амортизация по объектам основных средств начисляется ежемесячно.

Организации наряду с линейным способом начисления амортизации могут применять механизм ускоренной амортизации. При этом право применения механизма ускоренной амортизации предусматривается для активной части производственных основных средств по перечню эффективных машин и оборудования, устанавливаемому федеральными органами исполнительной власти. При введении ускоренной амортизации применяется равномерный (линейный) метод ее начисления, при котором утвержденная в установленном порядке норма годовых амортизационных отчислений увеличивается на коэффициент ускорения (размер этого коэффициента не должен превышать двух).

Предприятия имеют право применять понижающие коэффициенты к действующим нормам амортизационных отчислений.

Следует иметь в виду, что льготные условия начисления амортизации установлены для малых предприятий, которым предоставлено право применять ускоренную амортизацию основных производственных средств с отнесением затрат на издержки производства (обращения) в размере, в 2 раза превышающем нормы, установленные для соответствующих видов основных средств. Наряду с применением механизма ускоренной амортизации субъекты малого предпринимательства могут списывать дополнительно как амортизационные отчисления до 50% первоначальной стоимости основных средств со сроком службы более 3 лет. Кроме того, субъект малого предпринимательства может списать приведенную выше сумму единовременно или в ином порядке (по решению руководителя организации). При этом следует иметь в виду, что решение о применении механизма ускоренной амортизации и дополнительного списания в качестве амортизационных отчислений до 50% первоначальной стоимости основных средств со сроком службы свыше 3 лет должно быть зафиксировано в начале отчетного года как элемент учетной политики. В случае прекращения деятельности малого предприятия до истечения одного года с момента ввода его в действие суммы дополнительно начисленной амортизации подлежат восстановлению за счет увеличения показателя финансовых результатов указанного предприятия.

При начислении амортизации следует обратить внимание на объекты недвижимости. К недвижимому имуществу в соответствии с Гражданским кодексом РФ относятся земельные участки, участки недр, обособленные водные объекты и все объекты, которые связаны с землей так, что их перемещение невозможно без несоразмерного ущерба, в том числе здания, сооружения, жилые и нежилые помещения, леса и многолетние насаждения, предприятия как имущественные комплексы, а также подлежащие государственной регистрации воздушные и морские суда, суда внутреннего плавания, космические объекты. Начисление амортизации начинается со следующего месяца после принятия объекта недвижимости к бухгалтерскому учету в качестве объекта основных средств.

#### **4.4. Анализ эффективности использования основных фондов**

Анализ обычно начинается с изучения объема основных средств, их динамики и структуры.

В анализе эффективности использования основных фондов используются следующие показатели:

$$\begin{aligned} & \text{Коэффициент обновления, показывающий долю новых фондов} \\ & \text{в их общей стоимости на конец года} \\ \text{Кобн} &= \frac{\text{Стоимость поступивших основных средств}}{\text{Стоимость основных средств на конец периода}} \\ & \text{Срок обновления основных средств (фондов)} \\ \text{Тобн} &= \frac{\text{Стоимость основных средств на начало периода}}{\text{Стоимость поступивших основных средств}} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
K_{\text{в}} &= \frac{\text{Коэффициент выбытия} \\ \text{Стоимость выбывших основных средств}}{\text{Стоимость основных средств на начало периода}} \\
K_{\text{пр}} &= \frac{\text{Коэффициент прироста} \\ \text{Сумма прироста основных средств}}{\text{Стоимость основных средств на начало периода}} \\
K_{\text{обн}} &= \frac{\text{Коэффициент износа} \\ \text{Сумма износа основных средств}}{\text{Первоначальная стоимость основных средств} \\ \text{на соответствующую дату}} \\
K_{\text{обн}} &= \frac{\text{Коэффициент годности} \\ \text{Остаточная стоимость ОС}}{\text{Первоначальная стоимость ОС на соответствующую дату}}
\end{aligned}$$

Основные фонды группируются на группы по продолжительности эксплуатации (до 5, 5–10, 10–20 и более 20 лет) и рассчитывается средний возраст оборудования.

Обобщающим показателем обеспеченности предприятия основных фондов являются фондовооруженность.

$$K_{\text{фв}} = \frac{\text{Среднегодовая стоимость производственных фондов}}{\text{Среднесписочная численность рабочих в одну смену}}$$

Для общей характеристики эффективности использования основных фондов служат показатели:

Фондорентабельность — это отношение прибыли к среднегодовой стоимости основных фондов.

Фондоотдача — это отношение стоимости произведенной продукции к среднегодовой стоимости основных фондов.

Фондоотдача активной части основных фондов — это отношение стоимости произведенной продукции к среднегодовой стоимости активной части основных фондов.

Фондоёмкость — это отношение среднегодовой стоимости основных фондов к стоимости произведенной продукции за отчетный период.

Эффективность использования основных фондов характеризуется соотношением темпов роста объемов производства и темпов изменения основных фондов.

Наиболее обобщающим показателем эффективности использования основных фондов является фондорентабельность. Ее уровень зависит 1) фондоотдачи 2) рентабельности продукции.

#### 4.5. Производственная мощность предприятия

**Производственная мощность предприятия** — это максимально-возможный выпуск продукции в определенной номенклатуре при полном использовании производственных площадей при достигнутом уровне техники, технологии и организации производства.

$$K_{\text{исп.мощ}} = \frac{\text{Степень использования производственной мощности} \cdot \text{Фактический объем производства продукции}}{\text{Среднегодовая производственная мощность предприятия}}$$

Мощность определяется по видам оборудования либо по производственным цехам. При этом преследуется цель — выявление «узкого» места, т.е. группы оборудования, которые не соответствуют по своей мощности в целом мощности цеха.

При анализе составляется баланс производственной мощности предприятия.

$$M_k = M_n + M_c + M_p + M_{\text{орг}} + \Delta M_{\text{ас}} - M_v,$$

где  $M_k$  — производственная мощность на конец периода

$M_n$  — производственная мощность на начало периода

$M_c$  — увеличение ПМ за счет строительства новых мощностей

$M_p$  — увеличение ПМ за счет реконструкции существующих мощностей

$M_{\text{орг}}$  — увеличение ПМ за счет организационных и технических мероприятий;

$\Delta M_{\text{ас}}$  — изменение ПМ в связи с изменением ассортимента;

$M_v$  — уменьшение ПМ в связи с выбытием оборудования.

## Глава 5. Понятие и структура оборотных средств

### 5.1. Понятие оборотных средств

**Оборотные средства предприятия** — это совокупность денежных и материальных средств, однократно участвующих в производственном процессе и полностью переносящих свою стоимость на готовый продукт.

**Оборотные средства** (текущие средства) — это средства, инвестируемые компанией в свои текущие операции во время каждого операционного цикла<sup>3</sup>.

С точки зрения бухгалтерского учета **оборотные средства** — это активы, которые могут быть обращены к наличность в течение одного года<sup>4</sup>.

Оборотные средства обеспечивают непрерывность и ритмичность всех процессов, протекающих на предприятии (фирме): снабжения, производства, сбыта, финансирования.

Цикл оборотных средств включает следующие стадии:

1) денежная — на этой стадии денежные средства финансируются в необходимые предметы труда;

2) производительная — на этой стадии происходит качественное изменение предметов труда в готовую продукцию, т.е. осуществляется непосредственно процесс производства;

3) товарная — стадия нахождения оборотных средств в предметах труда и готовой продукции.

<sup>3</sup> Финансовый менеджмент. Руководство по технике эффективного менеджмента. CARANA Corp.-USAID, RPC. — М., 1998. — С.69.

<sup>4</sup> Там же. — С.69.

Рассмотрим классификацию оборотных средств. Оборотные средства подразделяются:

- по экономическому содержанию — на оборотные производственные фонды и фонды обращения;
- по способу формирования — на собственные и заемные;
- по методу планирования — на нормируемые и ненормируемые.

Наличие собственных и заемных средств в обороте предприятия объясняется особенностями финансирования производственного процесса. Постоянная минимальная сумма средств для финансирования потребностей производства должна обеспечиваться собственными оборотными средствами.

Собственные средства предприятия — это, прежде всего, уставный капитал и прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия после уплаты всех налогов.

Временная потребность в средствах, связанная с объективными и субъективными причинами, покрывается за счет заемных средств.

Наиболее типичными причинами недостатка собственных оборотных средств являются просроченная дебиторская задолженность, увеличение периода производственного цикла, расширение производства, увеличение товарных запасов, увеличение стоимости предметов труда и т. д.

К заемным средствам относятся кредиты банков, кредиторская задолженность и прочие пассивы.

Финансирование части оборотных средств за счет заемных средств считается совершенно нормальной операцией. Все предприятия в той или иной мере привлекают заемные средства для финансирования кругооборота оборотных средств.

Более того, каждое предприятие имеет так называемые устойчивые пассивы — не снижаемый, постоянный остаток кредиторской задолженности, состоящей из задолженности по заработной плате, перед бюджетом, по отчислениям в социальные фонды и т. п.

Проблема привлечения заемных средств — это соблюдение пропорций в структуре финансирования оборотных средств. Соотношение между суммами собственных и заемных средств характеризует финансовую устойчивость предприятия. Считается, что чем больше доля собственных средств, тем оно более финансово устойчиво.

Экономической основой деления оборотных средств на нормируемые и ненормируемые является необходимость их планирования для обеспечения бесперебойной работы предприятия.

## **5.2. Состав и структура оборотных средств**

**Состав оборотных средств** — это понимается совокупность элементов (статей), образующих оборотные средства.

**Структура оборотных средств** — это соотношение между их статьями.

Оборотные средства делятся на 1) оборотные производственные фонды и 2) фонды обращения.



В состав оборотных производственных фондов входят:

- **производственные запасы** — предметы труда, поступившие на предприятие для последующей обработки или обеспечения производственного процесса (запасы сырья, материалов, комплектующих изделий, топлива, малоценных и быстроизнашивающихся предметов, тары и т.д.);
- **незавершенное производство** — предметы труда, вступившие в производственный процесс и находящиеся на рабочих местах и между ними (заготовки, полуфабрикаты, детали, агрегаты, изделия, не прошедшие все стадии обработки);
- **расходы будущих периодов** — стоимостная оценка расходов на подготовку и освоение новых видов продукции, производимых в данный период, но подлежащих оплате в будущем.

В состав фондов обращения включаются:

- **готовая продукция, товары для перепродажи и товары отгруженные** — предметы труда, прошедшие все стадии обработки и готовые для реализации, т. е. продукты труда;
- **дебиторская задолженность** — долги предприятию со стороны юридических, физических лиц и государства. В составе дебиторской задолженности выделяют задолженность покупателей и заказчиков, векселя к получению, задолженность дочерних и зависимых обществ, задолженность учредителей по взносам в уставный капитал, выданные авансы;
- **денежные средства.**

В балансе предприятия оборотные средства отражаются во втором разделе актива баланса «Оборотные активы».

### 5.3. Нормирование оборотных средств фирмы

**Нормирование оборотных средств** — это разработка обоснованных нормативов оборотных средств с целью бесперебойной и ритмичной работы предприятия.

Фактические запасы оборотных фондов и фондов обращения могут не совпадать с расчетными нормативами.

В случае превышения создаются так называемые сверхнормативные запасы, которые отвлекают денежные средства из оборота, что свидетельствует об их неэффективном использовании, а также возникают дополнительные затраты, связанные с обслуживанием большего, чем необходимо объема производственных запасов (складские площади, обслуживающий персонал, транспортные расходы и т.д.).

Следствием недостатка оборотных средств являются простои производства, невыполнение планов по реализации продукции, потери потребителей из-за отсутствия необходимого объема готовой продукции, штрафные санкции за срыв сроков поставок и т.д.

Таким образом, нормирование оборотных средств — необходимое условие определения минимально достаточного объема средств, обеспечивающих эффективную работу предприятия в целом.

Основными принципами нормирования оборотных средств являются плановость, системность, научная обоснованность, прогрессивность.

**Принцип плановости** выражается в том, что на каждом предприятии нормирование оборотных средств должно осуществляться согласно имеющимся заказам и прогнозам сбыта выпускаемой продукции, плановым показателям предприятия.

**Принцип системности** отражает органическую взаимосвязь финансовых норм с системой применяемых технологических норм и нормативов. Финансовые нормы основываются на технологических нормах и нормативах (однодневный расход материальных ресурсов, продолжительность выполнения операций производственного цикла и т.д.). В свою очередь, финансовые нормы оказывают через систему устанавливаемых нормативов стимулирующее влияние на совершенствование технологии производства.

**Принцип научной обоснованности** предполагает, что процесс нормирования оборотных средств основывается на современных методах организации бизнеса. При этом создание научно обоснованной системы норм и нормативов оборотных средств является средством реализации внутренних резервов.

**Принцип прогрессивности** проявляется в разработке мероприятий по ускорению оборачиваемости оборотных средств за счет сокращения операционного цикла, улучшения организации материально-технического снабжения и сбыта продукции, снижения норм расхода материальных ресурсов и трудовых затрат, уменьшения дебиторской задолженности.

#### 5.4. Управление оборотными средствами

Управление оборотными средствами включает решение следующих главных задач:

- 1) учет всех имеющихся элементов оборотных средств на настоящее время;
- 2) анализ состояния оборотных средств и причин, которые влияют на состояние таких средств;
- 3) разработка и внедрение в практику работы отдельных служб предприятия методик управления оборотными средствами;
- 4) контроль за текущим состоянием наиболее важных для предприятия элементов оборотных средств в процессе производственной и коммерческой деятельности;
- 5) прогнозирование изменений в оборотных средствах;
- 6) составление кассового бюджета предприятия.

Далее рассмотрим кассовый бюджет предприятия.

Кассовый бюджет предприятия — это подробная смета ожидаемых поступлений и выплат денежных средств за определенный период.

**Первая цель** бюджетирования денежных средств состоит в расчете необходимого объема и определении моментов времени, когда у компании ожидается недостаток или избыток денежных средств.

**Вторая цель** бюджетирования денежных средств состоит в предупреждении кризисных явлений и рациональном использовании денежных средств предприятия.

Кассовый бюджет является частью Основного бюджета предприятия и использует данные бюджетов продаж, закупок, затрат на оплату труда и др.

Кассовый бюджет должен включать все денежные поступления и выплаты, которые удобно сгруппировать по видам деятельности — основная, инвестиционная и финансовая.

Кассовый бюджет позволяет:

- получить целостное представление о совокупной потребности в денежных средствах;
- принимать управленческие решения о более рациональном использовании ресурсов;
- анализировать значительные отклонения по статьям бюджета и оценивать их влияние на финансовые показатели предприятия;
- своевременно определять потребность и в объеме и сроках привлечения заемных средств.

Критерием оценки эффективности использования оборотных средств является длительность периода оборота. Чем длительнее оборот оборотных средств и чем дольше они находятся на любой его стадии, тем менее эффективно они работают. Это является следствием того, что для поддержания постоянного оборота капитала требуются значительные денежные средства. В этом случае говорят об отвлечении денежных средств на пополнение оборотных средств. Напротив, ускорение оборачиваемости, т. е. фактически снижение совокупных нормативов оборотных средств, высвобождает необходимые денежные средства, и они могут быть направлены на другие цели фирмы.

Эффективное использование оборотных средств характеризуют три показателя: коэффициент оборачиваемости, коэффициент оборачиваемости в днях и коэффициент загрузки. Коэффициент оборачиваемости вычисляется как отношение объема реализованной продукции к среднему остатку оборотных средств.

Коэффициент оборачиваемости показывает число оборотов, совершаемых оборотными средствами за определенный период. Из формулы видно, что увеличение количества оборотов при неизменном объеме реализованной продукции снижает среднегодовой остаток оборотных средств, т. е. высвобождает денежные средства предприятия.

Коэффициент оборачиваемости в днях определяется как отношение числа дней в периоде к коэффициенту оборачиваемости.

Как видно из названия, коэффициент оборачиваемости в днях показывает длительность одного оборота, т. е. за сколько дней оборотные средства совершают полный оборот.

Коэффициент загрузки оборотных средств определяется как отношение среднегодового остатка оборотных средств к объему реализованной продукции.

## Глава 6. Персонал как главный ресурс фирмы

### 6.1. Трудовые ресурсы: основные понятия.

Вместе с категорией «трудовые ресурсы», «персонал» используются и такие понятия, как «кадры», «рабочая сила», «человеческие ресурсы». Во многих случаях они употребляются как синонимы.

**Трудовые ресурсы предприятия** — это совокупность физических лиц, состоящих с фирмой в отношениях, регулируемых договором найма.

**Персонал предприятия** — это совокупность работников различных профессионально-квалификационных групп, занятых на предприятии.

**Рабочая сила** — это совокупность физических и умственных способностей человека, которые используются им для производства материальных благ и услуг.

Кадры предприятия подразделяются по профессиям, специальностям и уровнем квалификации.

**Профессия** — это особый вид трудовой деятельности, требующий определенных теоретических знаний и практических навыков.

**Специальность** — это вид деятельности в пределах профессии.

**Квалификация** — это степень овладения работником профессией или специальностью, которая отражается в категориях или разрядах.

Профессионально-квалификационная структура предприятия находит свое отражение в штатном расписании.

**Штатное расписание** — это документ, содержащий перечень сгруппированных по отделам и службам должностей работников с указанием категории и должностного оклада.

Штатное расписание утверждается руководителем организации один раз в год.

Персонал предприятий можно разделить на такие группы, как:

- руководители (линейные и функциональные);
- служащие или специалисты;
- рабочие (основные и вспомогательные).

### 6.2. Производительность труда.

#### Аналитические показатели работы персонала

**Производительность труда** — это количество продукции, производимой в единицу рабочего времени.

В зависимости от способа измерения объема выпуска продукции применяют следующие показатели производительности труда

1. Натуральные.
2. Условно-натуральные.
3. Стоимостные.

Основные аналитические показатели работы персонала.

**Норма численности** — это установленная численность работников определенной профессии и квалификации, необходимая для выполнения конкретных работ

**Списочная численность работников предприятия (ССЧ)** — это показатель численности работников списочного состава на определенную дату.

**Явочный состав персонала** — это число работников предприятия, явившихся на работу в данный день, включая находящихся в командировках.

Основными задачами анализа работы персонала являются:

- Изучение обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами по количественным и качественным параметрам;
- Оценка экстенсивности, интенсивности и эффективности использования трудовых ресурсов;
- Выявление резервов эффективного использования трудовых ресурсов.

Обеспеченность предприятия трудовыми ресурсами определяется сравнением фактического количества работников по категориям и профессиям с плановой потребностью. Анализ квалификационного уровня персонала включает анализ таких факторов, как возраст, стаж работы, образование.

Основным показателем является численность. Численность персонала образуется из численности рабочих, служащих, специалистов.

Показатели движения рабочей силы (абсолютная численность и относительные):

Коэффициент оборота по приему работников:

$$K \text{ принятых} = \text{Кол-во принятых} / \text{ССЧ};$$

где ССЧ — среднесписочная численность персонала.

Коэффициент текучести кадров:

$$K \text{ выбытия} = \text{Кол-во работников, уволенных сами и за нарушения} / \text{ССЧ}.$$

Коэффициент постоянного состава персонала предприятия:

$$K \text{ пс} = \text{Кол-во работников, работавших весь год} / \text{ССЧ}.$$

Оценка экстенсивности трудовых ресурсов производится по количеству отработанных дней за анализируемый период — т.е. проводится анализ фонда рабочего времени.

### **6.3. Организация, нормирование и оплата труда**

**Организация труда** — это совокупность методов наиболее рационального соединения рабочей силы со средствами производства, обеспечивающие получение дохода и сохранение работоспособности работников.

**Цель организации труда** — это создание оптимальных условий работы персонала по выбранным критериям. Например, доходность предприятия или безопасность труда.

Основные задачи организации труда:

1. Технологические;
2. Экономические;
3. Организационные;
4. Психологические;
5. Социальные.

Одной из главных задач организации труда является нормирование труда.

**Нормирование труда** — это определение необходимых затрат рабочего времени на выполнение конкретного объема работ в наиболее рациональных для данного производства условиях.

Различают два основных метода нормирования — суммарный и аналитический.

Особенностью суммарного метода нормирования является установление норм времени на операцию в целом.

Суммарный метод подразделяется на такие виды, как:

1. Экспертный метод (эксперт — нормировщик, мастер, главный технолог, начальник производства, цеха).

2. Опытно-статистический метод.

3. Метод аналогии или сравнения с аналогичной работой, выполнявшейся ранее в схожих условиях.

Применение аналитического метода предполагает разделение конкретного трудового процесса на отдельные элементы.

К основным аналитическим методам относят хронометраж и рабочего дня.

**Хронометраж** — это наблюдение и измерение продолжительности выполнения отдельных элементов трудовой операции.

Результатом этого метода является хроноряд.

**Фотография рабочего дня** — это изучение и фиксация всех затрат рабочего времени, которые возникают на рабочем месте в течение рабочей смены.

Главным критерием организации труда на предприятии является производительность труда.

#### **6.4. Оплата труда. Минимальный размер оплаты труда.**

В соответствии с Трудовым Кодексом РФ **оплата труда** — это система отношений, связанных с обеспечением, установлением и осуществлением работодателем выплат работникам за труд в соответствии с законами, коллективными договорами и трудовыми контрактами.

**Заработная плата** — это вознаграждение за труд в зависимости от квалификации работника, сложности, количества и качества и условий труда.

**Минимальный размер заработной платы** — это гарантируемый законодательством размер месячной заработной платы за труд работника, полностью отработавшего норму рабочего времени при выполнении работ в нормальных условиях труда.

Заработная плата выполняет такие важные функции, как: 1) стимулирование трудовой активности; 2) воспроизводство рабочей силы; 3) основной источник доходов.

Существует две основные системы оплаты труда — тарифная и бестарифная.

Тарифная система состоит в том, что сначала определяется индивидуальный заработок работников, а затем совокупный общий фонд оплаты труда на предприятии.

Бестарифная система заключается в определении общего фонда оплаты труда, а затем его распределения между работниками на основании их трудового вклада. При этом она делится на сдельную и повременную.

Повременная система означает, что работник получает заработную плату в зависимости от количества отработанного времени и уровня квалификации.

Сдельная система означает, что работник получает заработную плату в зависимости от количества и качества изготовленной продукции или объема выполненных работ.

Различают виды сдельной оплаты труда:

1. Прямая сдельная
2. Сдельно-премиальная.
3. Сдельно-прогрессивная.
4. Аккордно-сдельная.

| Срок, с которого установлен МРОТ | Сумма МРОТ (руб., в месяц) | Нормативный акт, установивший МРОТ |
|----------------------------------|----------------------------|------------------------------------|
| с 1 июня 2011 г                  | 4611                       | ст. 1 106-ФЗ от 01.06.2011         |
| с 1 января 2009 г                | 4330                       | от 24.06.2008 N 91-ФЗ              |
| с 1 сентября 2007 г.             | 2300                       | от 20.04.2007 N 54-ФЗ              |
| с 1 мая 2006 г                   | 1100                       | от 29.12.2004 N 198-ФЗ             |
| с 1 сентября 2005 г              | 800                        | от 29.12.2004 N 198-ФЗ             |
| с 1 января 2005 г                | 720                        | от 29.12.2004 N 198-ФЗ             |
| с 1 октября 2003 г               | 600                        | от 01.10.2003 N 127-ФЗ             |
| с 1 мая 2002 г.                  | 450                        | от 29.04.2002 N 42-ФЗ              |
| с 1 июля 2001 г.                 | 300                        | от 19.06.2000 N 82-ФЗ              |
| с 1 января 2001 г.               | 200                        | от 19.06.2000 N 82-ФЗ              |
| с 1 июля 2000 г.                 | 132                        | от 19.06.2000 N 82-ФЗ              |

Сегодня МРОТ оказывает влияние на труд наиболее низко оплачиваемых сотрудников. Впервые такой способ регулирования был предложен как средство борьбы с потогонными производствами, так как считалось, что их хозяева, обладая рыночной властью, устанавливали «несправедливую» цену за труд своих работников. Корни такого способа решения проблемы лежат в убеждении, что рынок не способен самостоятельно установить «справедливую» цену на труд наименее способных работников. Следовательно, единственным способом решения данной «проблемы» заключается в административном изменении структуры заработной платы и перераспределении, таким образом, доходов. В этой связи МРОТ считается одним из способов борьбы с бедностью.

## Глава 7. Кадровая политика фирмы и рынок труда

### 7.1. Кадровая политика: понятие, элементы и цели

**Кадровая политика** — это общие правила работы с персоналом организации.

**Кадровая политика** — это совокупность нормативов и целей, которые определяют направление и содержание работы с персоналом.

Основные элементы кадровой политики:

- 1) политика занятости — она включает обеспечение организации необходимым персоналом;
- 2) политика обучения — она содержит мероприятия по повышению квалификации, создание базы обучения (внутренней или внешней);
- 3) политика оплаты труда — она отражает подходы к формам и средствам материального вознаграждения сотрудников;
- 4) политика дополнительных услуг — это предоставление персоналу услуг (он получил название социальный пакет);
- 5) политика трудовых отношений, предназначенная для разрешения трудовых споров и конфликтов.

Кадровая политика формируется руководством предприятия, а реализуется кадровой службой. Она находит свое отражение в следующих нормативных документах:

- Коллективный договор;
- Правила внутреннего распорядка.
- Положения о вознаграждении
- Положение о премировании

Основные цели кадровой политики:

- 1) рациональное использование кадрового потенциала;
- 2) содействие реализации стратегических целей организации;
- 3) формирование и поддержание работоспособных производственных коллективов;
- 4) разработка методик подбора, отбора и обучения персонала.

### 7.2. Виды кадровой политики.

Первый критерий классификации кадровых политик — отношение руководства к кадровой политике. По этому критерию различают:

1. Пассивная кадровая политика. Она означает, что руководство не имеет кадровой стратегии, а кадровая работа сводится к ликвидации кадровых проблем по мере их возникновения. Для такой организации характерно отсутствие прогноза кадровых потребностей, диагностики персонала и др.

Пример: Муниципальные органы власти имеют кадровые стратегии. Но у них ресурсов реализовать свои цели в кадровой политике.

2. Авантюрная кадровая политика. Она означает, что руководство не полностью понимает кадровую ситуацию, но стремится повлиять на нее. План работы с персоналом строится на эмоциональном, мало аргументированном



представлении о кадровой политике. Иногда интуиция руководства дает положительные результаты.

Пример: строительные компании, малые фирмы.

3. Рациональная кадровая политика. Она означает, что кадровая служба располагает средствами диагностики персонала и прогноза кадровой ситуации. В программах развития организации содержится краткосрочный, среднесрочный и долгосрочный прогнозы потребности в кадрах. Руководство предприятия имеет возможности рационального управления кадровой ситуацией на предприятии.

Пример: коммерческие банки и др.

Второй критерий классификации кадровых политик — это уровень открытости предприятия. По данному критерию различают:

1. Открытая кадровая политика. Она означает, что организация готова принять на работу любого специалиста необходимой квалификации. Такая кадровая политика используется новыми организациями, ориентированными на быстрый рост и завоевание рынка.

Она используются в условиях профицита рабочей силы на рынке труда. Адаптация нового персонала происходит довольно сложно, возможна конкуренция между старым персоналом и новыми сотрудниками. Обучение и развитие персонала происходит во внешних учебных организациях.

2. Закрытая кадровая политика. Она означает, что новый персонал принимается только на рядовые позиции, а замещение руководителей происходит только из числа сотрудников предприятия. Эта политика используется в условиях дефицита рабочей силы на рынке труда. Адаптация нового персонала происходит в рамках института наставников. Обучение и развитие персонала происходит во внутренних учебных центрах.

### **7.3. Этапы кадровой политики**

Этап 1. Нормирование.

Цель этого этапа — это согласование кадровой политики с целями организации и этапом жизненного цикла ее развития. Для этого необходимо провести анализ общей стратегии предприятия, спрогнозировать возможные внутренние и внешние изменения в кадровой ситуации. Далее конкретизировать требования к кадровому составу, включая должности и необходимые навыки.

Этап 2. Планирование.

Цель второго этапа — разработка программ и планов кадровой работы. На этом этапе разрабатываются:

- стратегические планы кадровой работы на период 5 и более лет;
- тактические планы на 1 год;
- оперативные планы (месяц).

В основе разработки таких планов лежат корпоративные цели предприятия.

Этап 3. Мониторинг персонала.

Цель этого этапа — это разработка процедур диагностики и прогнозирования кадровой ситуации. Необходимо выделить индикаторы состояния кадрового потенциала, разработать программу постоянной диагностики состояния

персонала. Также следует разработать механизм развития и использования знаний, умений и навыков персонала.

Большое значение имеет оценка эффективности кадровых мероприятий.

Выделяют следующие критерии оценки кадровой политики:

- 1) количественный и качественный состав персонала;
- 2) уровень текучести кадров;
- 3) изменение производительности труда персонала по категориям
- 4) адаптация кадровой политики к внешним условиям.

#### 7.4. Рынок труда в Республике Татарстан

Рассмотрим наиболее важные характеристики рынка труда в РТ.

Первая характеристика — численность занятых в экономике РТ.

Таблица 7.1

Численность занятых в экономике РТ по видам экономической деятельности в 2009, тыс.руб.

|   |       |        |
|---|-------|--------|
| Всего в экономике   | 1801  | 100 %  |
| Обрабатывающие производства                               | 319   | 17,7 % |
| Оптовая и розничная торговля, ремонтные услуги            | 297   | 16,5 % |
| Строительство   | 178,5 | 10%    |
| Образование   | 178   | 10%    |
| Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство              | 171   | 9,5 %  |
| Транспорт и связь   | 124,5 | 7 %    |
| Операции с недвижимостью и аренда                         | 124,2 | 7 %    |
| Здравоохранение   | 104   | 5,7 %  |
| Государственное управление, военные, социальные работники | 77,5  | 4 %    |
| Коммунальное хозяйство и другие услуги                    | 70    | 3,8 %  |
| Производство и распределение электроэнергии, газа и воды  | 45    | 2,5 %  |
| Гостиницы и рестораны                                     | 43,7  | 2,4 %  |
| Добыча полезных ископаемых                                | 36    | 2 %    |
| Финансовая деятельность (банки и др.)                     | 31,4  | 1,7 %  |

Вторая характеристика — возрастная структура занятых.

Таблица 7.2

Распределение численности занятых в экономике РТ по возрастным группам в 2009, в процентах.

| Возраст         | Всего | Мужчины | Женщины | Примечание всего             |
|-----------------|-------|---------|---------|------------------------------|
| Средний возраст | 39    | 39      | 39      | С 2003 г. по настоящее время |
| До 20           | 1,8   | 2,1     | 1,4     | 2,8 было 2003                |
| 20–24           | 11,5  | 11,9    | 11,2    | 9,5 было 2003                |
| 25–29           | 12,8  | 13,4    | 12,1    | 12,3 было 2003               |
| 30–49           | 51,9  | 50      | 53,8    | 56,6 было 2003               |
| 50–54           | 12,6  | 11,8    | 13,4    | 11,4 было 2003               |
| 55–59           | 6,9   | 7,9     | 5,8     | 4 было 2003                  |
| 60–72           | 2,5   | 2,8     | 2,3     | 3,4 было 2003                |

Третья характеристика — численность безработных.

Таблица 7.3

Численность безработных в РТ, тыс. чел.

| Год  | Общая | Женщины | Проживающие в сельской местности | Процент безработных всего |
|------|-------|---------|----------------------------------|---------------------------|
| 2009 | 169   | 46,1    | 20,3                             | 8,5 %                     |
| 2008 | 96    | 45,8    | 22,7                             | 4,9 %                     |
| 2007 | 108   | 44,7    | 29                               | 5,6 %                     |
| 2006 | 107   | 39,9    | 25,9                             | 5,6 %                     |
| 2005 | 126   | 38,3    | 23,3                             | 6,7 %                     |
| 2004 | 137   | 41,9    | 17,8                             | 7,3 %                     |
| 2003 | 124   | 44,2    | 19,6                             | 6,7 %                     |

Четвертная характеристика — регистрация безработных в РТ.

Таблица 7.4

Процент зарегистрированных безработных в РТ

| Год  | Процент зарегистрированных безработных | Женщины |
|------|--|---------|
| 2009 | 33,4 %                                 | 56 %    |
| 2008 | 28,5 %                                 | 68 %    |
| 2007 | 22,2 %                                 | 71 %    |
| 2006 | 24,1 %                                 | 72 %    |
| 2005 | 23,1 %                                 | 71 %    |
| 2004 | 20,2 %                                 | 71 %    |
| 2003 | 19,7 %                                 | 75 %    |

## Глава 8. Планирование деятельности фирмы

### 8.1. Сущность планирования

Планирование существует в той или иной форме во всех общественно-экономических системах, в любых организациях, в том числе и в семье.

Труд человека всегда предполагает осознанную деятельность ради определенной цели, поэтому планирование можно рассматривать как проектирование процесса упорядоченной, целенаправленной деятельности группы людей. В связи с этим планирование называют системой заранее принятых управленческих решений.

В цикле управления эта функция является первой. От эффективности реализации функции «планирование» зависит результативность всех остальных функций управления. Дадим наиболее простое определение планирования.

**Планирование** — это определение системы целей функционирования и развития организации, а также путей и средств их достижения.

Сущность планирования состоит в том, что оно позволяет менеджеру согласовать индивидуальные усилия членов организации для достижения общих целей. Во-первых, — это функциональное разделение обязанностей между отдельными частями и элементами организации.

Во-вторых, — хронологическое распределение задач служб и подразделений организации по времени, определение необходимого процесса или алгоритма выполнения поставленных задач. Это — процессуальное планирование, или планирование по времени.

В первом случае решается вопрос, что будут делать исполнители; во втором, — когда они будут выполнять свои задачи и в какой последовательности.

Важной особенностью планирования является многосубъектность. Она означает, что планирование как функция осуществляется многими руководителями.

Поэтому в составе данной функции выделяют три компонента:

- индивидуальная деятельность руководителя по планированию;
- функционирование внутренних субъектов планирования (плановых подразделений) или внешних субъектов планирования (консультанты);
- взаимодействие руководителя с внутренними и внешними субъектами планирования.

Планирование можно определить как процесс разработки плана, определяющего то, чего нужно достичь менеджеру организации и какими способами и с какими ресурсами.

Результатом процесса планирования является система взаимосвязанных документов — планов.

В самом общем случае план — это модель желаемого состояния объекта планирования и система мер, направленная на достижение этого состояния.

**План** — это нормативный документ организации, который содержит указания, кому, какую задачу и в какое время решать, какие ресурсы нужно выделить на решение каждой задачи.

Далее рассмотрим классификацию планов:

По критерию «период» различают долгосрочные (более 5 лет); среднесрочные (1–5 лет) и краткосрочные планы (до 1 года).

По критерию «уровень» разделяют планы для организации в целом; планы для подразделения; планы для отдельного исполнителя.

По критерию «предмет планирования» различают планы по научным исследованиям; производственные планы; сбытовые планы; планы по персоналу; финансовые планы, ресурсные планы и др.

Различают три формы процесса планирования:

- «сверху вниз» — руководство создает планы и доводит их до сведения подчиненным с обязательным условием выполнения.

- «снизу-вверх» — планы создаются подчиненными и утверждаются руководством.

- «цели вниз — планы вверх» — руководящие органы разрабатывают и формулируют целевые показатели для подчиненных, а подчиненные вырабатывают в подразделениях планы в соответствии с целями. Во многих случаях эта форма организации планирования является наиболее оптимальной.

Качество планирования зависит от интеллектуального уровня менеджеров и точности прогнозов относительно дальнейшего изменения внутренних и внешних факторов развития организации.

## 8.2. Бизнес-план фирмы

В предпринимательской деятельности наибольшее распространение получил такой вид плана, как бизнес-план.

**Бизнес-план** — это краткое, точное, доступное и понятное описание предполагаемого бизнеса.

**Бизнес-план** — это текст, содержащий в структурированном виде технико-экономическую, финансовую и организационную информацию об инвестиционном или инновационном проекте, необходимую и достаточную для принятия решения о реализации проекта.

Бизнес-планирование является необходимым элементом управления предпринимательской деятельности. Главная цель бизнес-плана — это выработка стратегических решений путем анализа предлагаемого бизнеса с позиции рыночной востребованности.

Таким образом, **бизнес-план** — это аналитический, структурированный документ, описывающий цели бизнеса и пути их достижения.

Бизнес-план представляет собой:

- 1) рабочую форму организации предпринимательской деятельности;
- 2) документ, облегчающий получение внешнего финансирования.
- 3) результат обоснования начала бизнеса в конкретной сфере деятельности.

Предприятие может иметь одновременно несколько бизнес-планов, в которых степень детализации и обоснования бизнеса может быть различной. В целом, бизнес-планы можно разделить на следующие классы:

- бизнес-план для всего предприятия и бизнес-планы по бизнес-линиям;
- бизнес-планы нового и действующего предприятия;
- бизнес-планы развития и финансового оздоровления предприятия.

В настоящее время существует несколько подходов к формированию бизнес-планов. Наиболее традиционная структура бизнес-плана состоит из следующих разделов:

- 1) концепция бизнеса (резюме проекта);
- 2) анализ рыночного окружения;
- 3) характеристика объекта бизнеса;
- 4) организационный план и правовое обеспечение проекта;
- 5) маркетинговый план;
- 6) производственный план;
- 7) план по персоналу;
- 8) финансовый план;
- 9) анализ рисков проекта.

В резюме проекта должна быть представлена четкая и краткая информация о сущности бизнес-идеи, о стоимости проекта и сроках реализации проекта.

В разделе «анализ рыночного окружения» содержится аналитическая информация о товарах или услугах рассматриваемого рыночного сегмента.

В третьем разделе бизнес-плана раскрывается сущность бизнес-идеи, описываются достоинства и недостатки предлагаемого проекта.

В разделе «организационный план и правовое обеспечение проекта» представлена информация о выборе организационно-правовой формы предприятия и других правовых аспектах планируемой деятельности. В данном разделе должна быть представлена развернутая характеристика системы управления предлагаемого бизнеса.

Маркетинговый план отражает результаты маркетинговых исследований и прогноз плановых показателей реализации продукции, услуг.

Производственный план содержит информацию о необходимых производственных технологиях, оборудовании и т.п. В этом разделе представлена, как правило, схема производственного процесса или технология предоставления услуг.

В разделе «план по персоналу» отражается качественная и количественная потребность предприятия в необходимых кадровых ресурсах.

Цель финансового плана заключается в том, чтобы сформулировать и представить детальную систему финансовых показателей, отражающих ожидаемые финансовые результаты деятельности компании.

В разделе «Анализ рисков проекта» проводится анализ внутренних и внешних опасностей, угроз и рисков с точки зрения влияния на основные результаты проекта.

### **8.3. Понятие «стратегия» фирмы**

Рассмотрим некоторые определения понятия «стратегия».

1. Понятие стратегии взято из военного лексикона, где оно обозначает планирование и проведение в жизнь политики страны или военно-политического союза государств с использованием всех доступных средств<sup>5</sup>.

2. Стратегия — это правила принятия дальнейших решений (т.е. выбора траектории) на основе получаемой на каждом этапе информации о ходе процесса и изменениях среды<sup>6</sup>.

3. Стратегия — это выбор дороги, которая ведет от одного состояния (настоящего) к другому (будущему)<sup>7</sup>.

4. Это понятие употребляется и в общем смысле, обозначая принятие широких долгосрочных мер или подхода. Оно вошло в лексикон делового управления, где постепенно стало употребляться для обозначения того, что раньше называлось политикой или деловой политикой.

5. Стратегия организации — это линия поведения, политика, рассчитанная на длительную перспективу для осуществления организацией ее миссии и достижения намеченных целей<sup>8</sup>.

---

<sup>5</sup> Деловая стратегия (Концепция, содержание, символы): Пер. с англ. / Б.Карлоф. — Уфа: Акад. менеджмента; М.: Экономика, 1993. — С.295.

<sup>6</sup> Лопатников Л.И. Экономико-математический словарь. — М.: ВО «Наука», 1993. — С.341.

<sup>7</sup> Управленческое консультирование: В 2-х т. Т. 2.: Пер. с англ. — М.: СП «Интерэксперт», 1992. — С.166.

<sup>8</sup> Абчук В.А. Менеджмент: Учебник. — СПб.: Издательство «Союз», 2002. — С.323.

6. Долгое время под стратегией понималось управление ресурсами. Например. Стратегия — это способ использования средств и ресурсов, направленный на достижение цели (операции)<sup>9</sup>.

Примечание. Такое понимание стратегии восходит к идеям офицера армии США, служившего в 1926 г. в ВВС на базе Райт Паттерсон в Дайтоне, штат Огайо. Он выяснил, что при каждом удвоении производства затраты на единицу продукции падают на 20%.

На основе этой зависимости была выведена кривая опыта, которая в свою очередь породила ряд моделей, основанных на крупносерийном производстве и снижении издержек производства на единицу продукции.

Одна из них — матрица Бостонской консультационной группы. Идея, заложенная в эту модель, состояла в том, что завоевание большой доли рынка позволяет рационализировать производство на основе крупносерийного выпуска продукции и тем самым достичь снижения затрат на единицу продукции, что в свою очередь ведет к повышению конкурентоспособности и рентабельности.

7. Стратегия — это искусство планирования руководства (компании), основанного на правильных долгосрочных прогнозах<sup>10</sup>.

8. Стратегия — это управленческий план, направленный на укрепление рыночных позиций организации и достижение определенных результатов ее деятельности<sup>11</sup>.

9. Стратегия представляет собой детальный всесторонний план, предназначенный для того, чтобы обеспечить осуществление миссии организации и достижение ее целей<sup>12</sup>.

10. Стратегия — это набор правил для принятия решений, которыми организация руководствуется в своей деятельности<sup>13</sup>.

11. Стратегия — это определение основных долгосрочных целей и задач организации, принятие курса действий и размещение ресурсов, необходимых для выполнения этих целей<sup>14</sup>.

Выбор стратегии осуществляется после того, как проведен анализ внешней и внутренней среды организации. Анализ внутренней среды организации включает определение слабых и сильных сторон организации.

Анализ внешней среды подразумевает оценку изменений факторов внешней среды, изучение внешних возможностей и опасностей, которые могут помочь или затруднить достижение целей организации.

---

<sup>9</sup> Лопатников Л.И. Экономико-математический словарь. — М.: ВО «Наука», 1993. — С.341.

<sup>10</sup> Шкодинский С.В. Инвестиционная стратегия. Курс лекций: учебное пособие для вузов. — М.: Издательство «Экзамен», 2008. — С.13.

<sup>11</sup> Баринов В.А., Харченко В.Л. Стратегический менеджмент: Учеб. пособие. — М.: ИНФРА-М, 2010. — С.154.

<sup>12</sup> Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. — М.: «Дело», 1992. — С.257.

<sup>13</sup> Люкшинов А.Н. Стратегический менеджмент: Учебное пособие для вузов. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. — С.10.

<sup>14</sup> Д.Кэмпбелл, Дж.Стоунхаус, Б.Хьюстон. Стратегический менеджмент: Учебник / Пер. с англ. Н.И. Алмазовой. — М.: ООО «Издательство Проспект». 2003. — С. 17

## 8.4. Виды стратегий фирмы

Авторами этой классификации являются американские ученые Мескон М.Х., Альберт М. и Хедоури Ф. Они выделяли такие стратегии, как:

1. Стратегия роста. Применяется в случае, если корпорация преследует цель расширения объема продаж, причем этот рост в процентном отношении должен превышать уровень роста ВВП и инфляцию. Расширение производства может происходить за счет внутреннего роста, слияния фирм или приобретения новых производств, развития рынка, развития продукта (расширения ассортимента). Для реализации этого процесса руководство корпорацией решается на использование всех текущих активов.

2. Стратегия стабильности или стратегия ограниченного роста. Применяется на тех предприятиях, которые довольствуются существующим объемом производства (включая размер рынка, объем выпуска товаров и т.д.) и управление ими направлено на поиск стабильного, прибыльного роста, эквивалентного росту ВВП или инфляции. Компании с ориентацией на стабильность обычно имеют устойчивые позиции на рынке и прикладывают максимум усилий к увеличению отдачи в пользу своих акционеров.

3. Стратегия обороны или стратегия сокращения.

Она применяется убыточными компаниями. Оперативность является одним из слагаемых успеха.

Характерно установление целей ниже достигнутого уровня. Это означает, как правило, оптимизации или переориентации деятельности организации. Данную стратегию используют при ухудшении условий внешней среды, при изменении форм и методов государственного регулирования сферы деятельности организации.

Стратегия сокращения может быть реализована в трех вариантах.

- Сокращение объемов основной деятельности организации;
- Ликвидация некоторых малоэффективных видов деятельности;
- Полная ликвидация предприятия.

4. Комбинированная стратегия. Многие крупные компании применяют сочетание различных стратегий по отношению к своим фирмам или подразделениям в целом. В зависимости от ситуации, сложившейся в каждом из них, применяется наиболее подходящая стратегия.

Подобный подход весьма прогрессивен, поскольку нет необходимости выработать строго определенную стратегию, а затем адаптировать ее повсеместно на всю сферу бизнеса. Однако есть в нем и неизбежные недостатки. Комбинированная стратегия не позволяет выработать единый план действий, что впоследствии затрудняет координацию и управление компанией в целом.

При реализации стратегий следует помнить, что основной проблемой определения цели является ее измеримость. С точки зрения измеримости цели имеет смысл в начале деятельности решить следующие вопросы:

- Что измеряется (кадровые, материальные или финансовые ресурсы)?
- Каковы критерии выбора целевых показателей (экономические, политические, общественные, временные, производственные и др.)?
- Каким образом измеряется цель (методы оценки целевых параметров)?



- Какова необходимая точность измерения цели?
- Каковы издержки измерения (время, труд, деньги)?

При этом необходимо ежегодно проверять актуальность стратегических целей или по мере изменения внутренних и внешних факторов.

## **Глава 9. Маркетинговая и товарная стратегии фирмы**

### **9.1. Маркетинг как рыночная концепция управления**

Маркетинг (market — рынок) — это концепция системного управления производственно-сбытовой деятельностью предприятия, ориентированная на максимальное удовлетворение требований существующих и потенциальных потребителей.

Главные особенности маркетинга как подхода управления:

- направленность на достижение конечного результата производственно-сбытовой деятельности — эффективную реализацию товара на рынке;
- предполагает подчинение всей деятельности предприятия требованиям потребителей;
- активное приспособление к рынку и одновременное целенаправленное воздействие на рынок;
- активизация человеческого фактора в производственно-сбытовой деятельностью предприятия.

К основным задачам маркетинга относятся:

- комплексное изучение и прогнозирование рынка;
- формирование и реализация товарной стратегии;
- формирование и реализация ценовой стратегии;
- разработка рекламной политики;
- разработка и осуществление политики продаж;
- управление маркетинговой деятельностью и контроль за ее осуществлением.

Комплексное исследование и прогнозирование рынка как элемент маркетинговой деятельности базируется на изучении конъюнктуры рынка.

Конъюнктура рынка представляет собой совокупность факторов и условий, влияющих на развитие мировой экономики, экономическое положение отдельно взятой страны, развитие какой-либо сферы воспроизводства.

### **9.2. Маркетинговая стратегия фирмы**

Стратегия маркетинга является одной из наиболее важных и значимых функциональных стратегий предприятия. Основные задачи стратегии маркетинга: 1. Выбор целевого сегмента рынка. 2. Определение основных факторов конкурентоспособности. 3. Определение оптимальных сроков начала и завершения деятельности на данном рынке.

Маркетинговая цель определяет желаемые показатели рыночной деятельности. Основные маркетинговые цели:

- 1) объем продаж в целом и по отдельным товарным группам;

- 2) сбыт на отдельных целевых рыночных сегментах;
- 3) доля рынка, которую необходимо занять фирме;
- 4) темпы роста объема сбыта в целом и по отдельным товарам, рынкам.

**Маркетинговая стратегия** — это долгосрочный план действий организации, включающая разработку целевых рыночных сегментов, комплекса маркетинга и бюджета маркетинга.

Определение целевого рынка критически необходимо для разработки маркетинговой стратегии. Только зная характеристики потребителей, их особенности, фирма может предложить средства удовлетворения их потребностей. Концентрация усилий на целевых рыночных сегментах дает фирме возможность получения конкурентных преимуществ. Характеристики целевого рыночного сегмента, как элемент маркетинговой стратегии, определяют все остальные элементы стратегии.

Следующий важный элемент маркетинговой стратегии — это комплекс маркетинга, который включает: товар, цена, сбыт, маркетинговые коммуникации. Таким образом, маркетинговая стратегия формируется как взаимосвязанная система товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной стратегий.

Товарная стратегия направлена на выбор и воплощение товара.

Ценовая стратегия отражает выбор цены товара.

Сбытовая стратегия раскрывает пути и средства реализации товара.

Коммуникационная (рекламная) стратегия — это план действий в сфере коммуникаций, направленных на достижение маркетинговых целей.

### 9.3. Товарная стратегия фирмы

Товарная (продуктовая) стратегия фирмы — это набор правил для принятия решений, которыми организация руководствуется в своей деятельности при определении того, какие виды продукции и технологий она будет разрабатывать, куда и кому сбывать свои изделия, каким образом добиваться превосходства над конкурентами.

При формировании товарной стратегии предполагается проведение следующих исследований:

- наличие потенциального спроса на новую продукцию или возможности формирования такого спроса;
- мотивы покупательского поведения;
- способ производства товара;
- анализ качества продукции.

При выборе товарной стратегии пользуются несколькими моделями, например, модель продукта Котлера (Kotler, 1997), модель Коупленда (Copeland, 1923), модель жизненного цикла продукта Гринли и Бейса (Greenly и Bayus, 1993).

Пятиуровневая модель продукта Котлера включает такие элементы, как

- 1) стержневая выгода, создаваемая самим продуктом (автомобиль);
- 2) основные выгоды (дополнительные — сиденья, система управления);
- 3) ожидаемые выгоды (уровень потребления, уровень комфорта);
- 4) расширенный продукт (кондиционер и др.);

5) потенциальный продукт (парктроник и др.).

Основная конкуренция происходит на уровне расширенного продукта.

Модель Коупленда является наиболее признанной системой классификации продуктов. Она делит товары на следующие группы:

- 1) товары массового спроса;
- 2) товары потребительского выбора;
- 3) специализированные (фирменные или престижные) товары.

Модель жизненного цикла Гринли и Бейса товара включает следующие стадии:

- 1) внедрение или появление;
- 2) рост продаж;
- 3) зрелость или стабилизация продаж;
- 4) спад, снижение продаж.

#### **9.4. Ценовая стратегия фирмы**

Ценовая стратегия предполагает выбор стратегической линии ценового поведения предприятия на рынке по всей его товарной номенклатуре и отдельно по каждому виду товара. В рамках выбранной ценовой стратегии осуществляется определение исходных цен на товары и дальнейшая их корректировка с учетом внешних и внутренних факторов.

Формирование маркетинговой стратегии ценообразования представляет собой многоэтапный подход к установлению цен, состоящий из последовательных этапов, каждый из которых накладывает ограничения на последующий шаг:

- 1) определение целевого рынка;
- 2) анализ образа торговой марки;
- 3) анализ других элементов стратегии маркетинга;
- 4) определение целей ценообразования;
- 5) определение общей ценовой политики;
- 6) разработка ценовой стратегии;
- 7) установление конкретных цен.

Цена товара имеет определенные границы — верхнюю и нижнюю. Нижняя граница — т.е. минимальная определяется себестоимостью продукции, максимальная — наличием каких-то уникальных качеств товара.

Различают основные методы ценообразования

1. Средние издержки плюс прибыль. Это самый простой метод ценообразования, состоящий в начислении определенной наценки на себестоимость товара.

2. Расчеты цены на основе анализа безубыточности и обеспечения необходимого уровня прибыли. Данный метод требует расчетов точки безубыточности.

3. Установление цены на основе ощущаемой ценности товара. В этом случае фирмы учитывают покупательское восприятие товара.

4. Установление цены на основе уровня текущих цен. Этот метод наиболее популярный.

5. Установление цен на основе закрытых торгов. Критерий меньше, чем у конкурентов, но не меньше себестоимости продукции.

## 9.5. Рекламная стратегия фирмы

Основные элементы рекламной стратегии

- 1) целевая аудитория;
- 2) концепция рекламируемого товара и предмет рекламы;
- 3) рекламное обращение;
- 4) разработка каналов рекламных коммуникаций.

Целевая аудитория представляет собой адресат рекламной коммуникации. Как правило, она мало отличается от целевого рынка в маркетинговой стратегии. В то же время необходимо учитывать и тех, кто принимает покупательское решение о покупке. Например, известно, что больше половины всех мужских сорочек покупают женщины (для своих мужей, сыновей и т.д.), поэтому в рекламе мужских сорочек эта целевая аудитория должна быть учтена.

Концепция рекламируемого товара — это комплексный подход к тому, как реклама представит товар целевой аудитории. Данный элемент является ключевым, от него зависят остальные элементы и эффективность рекламы в целом.

Для формирования концепции рекламируемого товара необходимо ответить на такие вопросы:

- К какой группе товаров он относится?
- Как товар позиционируется на рынке? Или каково отношение конкретного целевого рынка к товару?
- В чем главные отличия этого товара от товаров конкурентов?
- На какой стадии жизненного цикла находится товар?
- Каковы качество, цена и упаковка товара?

Разработка рекламного сообщения (зачин, информационный блок, справочные данные, эхо-фраза) требует формирования рекламной идеи, в том числе рекламного слогана.

Выделяют шесть основных типов слоганов: 1) новость (новая разработка фирм X); 2) вопрос (разве я не ценю качество?); 3) повествование (в мире много товаров, но есть один); 4) команда (приди в страну Мальборо); 5) решения 1–2–3 (50 шагов к новому автомобилю); 6) «что — как — почему».

## Глава 10. Себестоимость продукции фирмы

### 10.1 Сущность, функции и виды себестоимости

Себестоимость продукции является важнейшим показателем экономической эффективности деятельности предприятия.

Себестоимость (или издержки) — это денежное выражение затрат производственных факторов, необходимых для осуществления предприятием своей деятельности.

Себестоимость продукции (работ, услуг) — это стоимостная оценка используемых в процессе производства природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов, а также других затрат на ее производство и реализацию.

Себестоимость — это экономическая форма возмещения потребляемых факторов производства.

Далее рассмотрим функции себестоимости:

- 1) учет и контроль всех затрат;
- 2) обоснование цены продукции;
- 3) обоснование инвестиций в реконструкцию, техническое перевооружение и расширение действующего предприятия;
- 4) обоснование экономических решений;
- 5) определение оптимальных размеров предприятия.

В хозяйственной деятельности предприятия используются различные виды себестоимости. По последовательности и объему включения различают технологическую, цеховую, производственную и полную себестоимость.

Технологическая себестоимость (или участковая, т.к. ее затраты, складываются на производственном участке) — это прямые затраты на производство по таким статьям: сырье и материалы, возвратные отходы (вычитаются), топливо и энергия на технологические цели, основная заработная плата производственных рабочих.

Цеховая себестоимость — это сумма затрат всех цехов на производство продукции. Она включает технологическую себестоимость и общепроизводственные расходы.

Производственная себестоимость — это затраты предприятия на производство продукции. Она включает цеховую себестоимость, общехозяйственные расходы и потери от брака.

Полная себестоимость — это сумма затрат на производство и реализацию продукции. Она включает производственную себестоимость и коммерческие расходы.

Нормативная себестоимость — это максимально допустимые затраты на производство и сбыт продукции при научно обоснованных нормах расхода всех видов затрат.

Плановая себестоимость — сумма затрат, которые запланированы в каком-то периоде.

Фактическая себестоимость — это себестоимость, определенная исходя из фактически сложившихся затрат в отчетном периоде.

Индивидуальная себестоимость — это себестоимость продукции отдельного предприятия.

Среднеотраслевая себестоимость — это среднее значение себестоимости продукции по предприятиям отрасли.

## **10.2. Показатели и анализ себестоимости продукции**

Все показатели себестоимости можно разделить на такие группы, как: абсолютные, уровневые и относительные.

Абсолютные показатели отражают общие затраты, связанные с производством и реализацией продукции. Например, это — себестоимость выпущенной, отгруженной и реализованной продукции.

Уровневые показатели включают:

- себестоимость единицы продукции;
- затраты на рубль выпущенной (товарной) продукции;
- затраты на рубль объема продаж.

Относительные показатели характеризуют изменение уровневых показателей во времени. Например, процент снижения или увеличения себестоимости.

Объектами анализа себестоимости продукции выступают следующие показатели:

- 1) полная себестоимость продукции;
- 2) отдельные элементы себестоимости;
- 3) затраты на рубль продукции;
- 4) себестоимость отдельных изделий.

Себестоимость продукции зависит от следующих факторов:

- 1) ресурсоемкости производства (трудоёмкость, материалоёмкость, фондоёмкость, энергоёмкость);
- 2) изменения цен на потребленные ресурсы (инфляция);
- 3) уровня налогообложения.

Структура себестоимости — это соотношение различных элементов в общей сумме затрат на производство и реализацию продукции.

Анализ структуры затрат состоит из следующих этапов:

- 1 этап. Формирование информационной базы анализа.
- 2 этап. Определение удельного веса каждой статьи себестоимости.
- 3 этап. Составление тренда каждой статьи себестоимости.
- 4 этап. Выявление важных и контролируемых издержек.
- 5 этап. Анализ каждой статьи себестоимости: 1) анализ влияния факторов (внешних, внутренних, положительных, отрицательных); 2) анализ ситуаций, при которых происходят резкие изменения статей себестоимости.

### **10.3. Классификация издержек производства**

Первый критерий классификации издержек производства — это вид расходов.

По этому критерию различают:

- расходы по экономическим элементам (материальные, затраты на оплату труда, отчисления на социальные нужды, амортизация основных фондов, прочие затраты);
- расходы по калькуляционным статьям (сырье и материалы, топливо и энергия, основная и дополнительная заработная плата производственных рабочих, отчисления на социальное страхование, расходы на подготовку и освоение производства, расходы на содержание и эксплуатацию оборудования, цеховые расходы, общезаводские расходы, прочие производственные расходы, внепроизводственные (коммерческие) расходы).

Расходы по экономическим элементам применяются при формировании себестоимости на предприятии в целом. Это универсальная классификация расходов.

Расходы по калькуляционным статьям используются при составлении калькуляции, т.е. при расчете себестоимости единицы продукции. Такая классификация расходов специфична для каждой отрасли.

Второй критерий классификации издержек производства — это характер участия расходов в создании продукции (работ, услуг). По данному критерию выделяют:

- основные расходы, которые непосредственно связаны с процессом изготовления продукции (затраты сырья и материалов и др.);
- накладные расходы, т.е. расходы по управлению и обслуживанию производством — цеховые, общезаводские, коммерческие (внепроизводственные), потери от брака.

Третий критерий классификации издержек производства — это характер зависимости расходов от объемов производства на производство. По этому критерию различают:

- условно-переменные — это расходы, которые изменяются пропорционально объему производства;
- условно-постоянные — это расходы, которые не меняются пропорционально объему производства;

Четвертый критерий классификации издержек производства — это способ отнесения расходов на производство. По данному критерию выделяют:

- прямые — это расходы, которые могут быть непосредственно отнесены на данный вид продукции (работ, услуг);
- косвенные — это, как правило, все остальные затраты предприятия (например, РСЭО — расходы на содержание и эксплуатацию оборудования).

Пятый критерий классификации издержек производства — это вид принадлежности расходов. По данному критерию выделяют:

- внешние расходы — плата за ресурсы поставщикам;
- внутренние расходы — это издержки на собственные ресурсы.

#### **10.4. Методы определения себестоимости продукции**

Методы определения себестоимости продукции включают такие, как простой, позаказный, попередельный и нормативный.

Простой метод калькулирования применяется на предприятиях, вырабатывающих однородную продукцию, не имеющих полуфабрикатов и незавершенного производства. На этих предприятиях все производственные расходы за отчетный период составляют себестоимость всей выработанной продукции (работ, услуг). Себестоимость единицы продукции исчисляется путем деления суммы производственных расходов на количество единиц продукции.

Позаказный метод предполагает учет производственных затрат и калькулирование по индивидуальному продукту или группе однородных продуктов, т.е. в качестве объекта калькулирования выступает отдельный заказ. Данный метод калькулирования используется в тех отраслях, где единица продукции обладает определенными свойствами и легко идентифицируется. Это индивидуальные и мелкосерийные типы производства, к которым в первую очередь относятся предприятия машиностроения. Аналогично организуется учет

в строительстве, типографиях, издательствах, рекламных и консалтинговых компаниях, ремонтных организациях, работающих на заказ и предоставляющих услуги в соответствии с требованиями заказчика.

Попередельный метод используется в отраслях промышленности с серийным и поточным производством, когда одинаковые изделия проходят в определенной последовательности через все этапы производства.

Передел — это часть технологического процесса (совокупность технологических операций), заканчивающаяся получением готового полуфабриката, который может быть отправлен в следующий передел или реализован на сторону.

Сущность данного метода состоит в том, что прямые затраты отражают в текущем учете не по видам продукции, а по переделам (стадиям) производства.

Этот метод используется на производствах, где процесс получения продуктов состоит из нескольких последовательных технологических стадий. В этих случаях объектом калькулирования становится продукт каждого законченного передела.

Нормативный метод предполагает предварительное определение нормативных затрат по операциям, процессам, объектам с выявлением в ходе производства отклонений от нормативных затрат.

Основные принципы нормативного метода учета затрат:

1. Предварительное составление нормативной калькуляции себестоимости по каждому изделию на основе действующих на предприятии норм и смет.
2. Ведение в течение месяца учета изменений действующих норм (для корректировки нормативной себестоимости).
3. Учет фактических затрат в течение месяца с подразделением их на расходы по нормам и отклонениям от норм.
4. Установление и анализ причин, а также условий появления отклонений от норм по местам их возникновения.

## **Глава 11. Управление качеством продукции фирмы**

### **11.1. Понятие «качество». Показатели качества продукции**

Качество — это существенный признак, свойство, отличающее один предмет от другого.

Согласно международному стандарту «качество — это совокупность свойств объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленные или предполагаемые потребности».

В данном определении качества продукции используются два подхода: технический и экономический. Технический подход рассматривает качество как совокупность свойств продукции. Экономический подход как совокупность свойств, которые способны удовлетворять потребности потребителей.

Качество продукции в значительной степени влияет на уровень таких показателей деятельности предприятия, как себестоимость, цена продукции, прибыль, рентабельность.



Показатель качества продукции - это количественная характеристика одного или нескольких свойств продукции, рассматриваемая применительно к определенным условиям ее создания, эксплуатации ил потребления.

Классификация. Все показатели качества делятся на единичные и обобщающие и специфические.

Единичный показатель - это показатель, характеризующий одно свойство продукции в зависимости от ее вида и назначения. Например

- 1) эксплуатационные показатели (грузоподъемность, мощность);
- 2) показатели надежности (безотказность, ремонтпригодность);
- 3) показатели технологичности (удельная трудоемкость, материалоемкость);
- 4) показатели стандартизации (удельный вес стандартных деталей в изделии);
- 5) эргономические показатели (гигиенические, антропометрические (соответствие размеров товара размерам человека), физиологические, психологические);
- 6) эстетические (внешний вид, гармоничность, оригинальность, стильность);
- 7) патентно-правовые (патентная защита);
- 8) экономические показатели;
- 9) экологические показатели (содержания вредных примесей);

Обобщающий показатель - это показатель, который позволяет оценить уровень качества продукции в организации в целом, независимо от вида и назначения продукции.

- 1) удельный вес новой продукции в объеме всей продукции;
- 2) количество принятых рекламаций;
- 3) потери от брака;
- 4) расходы на гарантийный ремонт.

Далее качество услуги. Отличие услуги от товара:

- услуга не может храниться;
- требует определенных условий;
- наличие человеческого фактора - человек опосредует услугу.

Специфический показатель характеризует качество услуг.

- 1) количественные характеристики оборудования, инструментов, материалов;
- 2) время ожидания услуги, время ее предоставления и время технологического цикла;
- 3) характеристики гигиены, надежности, безопасности, гарантии;
- 4) уровень профессионализма сотрудников (характеристики персонала).

## **11.2. Методы оценки качества**

Все методы управления качеством делятся на группы:

- 1) в зависимости от способа получения информации (измерительный, регистрационный, органомерический, расчетный);
- 2) в зависимости от субъекта, определяющего значение показателя (экспертный, социологический).

Измерительный метод основан на использовании технических измерительных средств. В регистрационном методе используется информация, получаемая путем подсчета числа определенных событий, предметов, затрат. Например: отказов при испытаниях, число частей сложного изделия.

Органомерический метод основан на использовании информации, получаемой в результате анализа восприятия органов чувств, зрения, слуха, осязания, вкуса. Например: качество парфюмерии, напитков, продуктов, сигар.

Расчетный метод основан на использовании теоретических моделей и используется для определения качества будущей продукции.

Экспертный метод осуществляется группой специалистов-экспертов.

Социологический метод осуществляется фактическими или потенциальными потребителями продукции или услуги.

При необходимости используются совместно несколько методов анализа качества продукции, услуг.

## **11.3. Понятие «стандарт», классификация стандартов**

Стандарт — это нормативно-технический документ, устанавливающий комплекс правил, норм и требований к объекту стандартизации.

Объектом может быть продукция, эталоны, образцы веществ; нормы, правила, требования к объектам организационно-методического и общетехнического характера.

Технические условия устанавливают комплекс правил, норм и требований к конкретным видам продукции и услуг.

Информационные особенности стандартов:

- 1) стандарт нормативно закрепляет обязательные требования в отношении объекта стандартизации и поэтому служит основой при решении спорных вопросов между изготовителем и потребителем;
- 2) отличие стандарта от патента: патент фиксирует новое, неизвестное решение задачи; а стандарт описывает одно из многих возможных и известных решений в качестве образца для повторения;
- 3) стандарты часто изменяются дополнениями или пересматриваются с целью отражением новых требований;
- 4) стандарты взаимосвязаны между собой, содержат ссылки друг на друга и используются комплексно.

Различают следующие категории стандартов: 1) международные; 2) региональные; 3) национальные (в России госстандарты); 4) административно-территориальные; 5) отраслевые; 6) стандарты предприятий; 7) стандарты общественных организаций.

Общая цель стандартизации — защита интересов потребителей и государства по вопросам качества продукции, процессов и услуг.

Цели стандартизации как деятельности:

- 1) Безопасность продукции, работ и услуг для жизни, здоровья, окружающей среды и имущества.
- 2) Техническая и информационная совместимость, а также взаимозаменяемость продукции.
- 3) Единство измерений.
- 4) Экономия всех видов ресурсов.

#### **11.4. Система управления качеством**

Система управления качеством — это совокупность взаимосвязанных функций управления качеством на всех стадиях жизненного цикла объекта.

Система управления качеством — это часть общей системы управления предприятия, которая предоставляет собой устойчивую совокупность управляющих органов и объектов управления, методов воздействия на условия и факторы, обеспечивающей создание продукта необходимого качества.

При этом используются следующие методы управления качеством:

1. Общенаучные методы исследования (анализ, синтез, метод научного абстрагирования), а также системный, ситуационный и процессный подходы.
2. Конкретные методы исследования — статистические методы, сравнение, эксперименты.
3. Социально-психологические методы (анкетирование, тестирование).

Сущность системного подхода к управлению заключается в том, что объект управления рассматривается как система, т.е. единство взаимосвязанных элементов, которые образуют единое целое и взаимодействуют в интересах реализации единой цели. Вспомним категории:

Долговременное управление качеством и организацией в целом международной организацией по стандартизации определено термином «всеобщее руководство качеством». Это подход к руководству организацией, нацеленный на качество, основанный на участии всех ее членов и направленный на достижение долгосрочного успеха путем удовлетворения требований потребителя и выгоды для членов организации и общества.

В 1970-1980 годы во многих странах начался переход от тотального контроля качеством к тотальному менеджменту качества (TQM). Если TQC — это управление качеством с целью выполнения установленных требований, то TQM — это добавок и управление целями и самими требованиями к качеству.

Система TQM является комплексной системой, ориентированной на постоянное улучшение качества, минимизацию производственных затрат и поставку продукции точно в срок. Основные части системы TQM: 1) политика качества; 2) планирование качества; 3) улучшение качества; 4) всеобщее управление качеством.

## 11.5. Политика фирм в области качества

В соответствии с миссией и стратегической целью ОАО «КАМАЗ» по сохранению лидерства на российском автомобильном рынке и активной интеграцией в мировое автомобилестроение:

**Главной целью** ОАО «КАМАЗ» в области качества является создание конкурентоспособной по показателям качества продукции, удовлетворяющей требованиям и ожиданиям потребителей и обеспечивающей стабильное финансовое положение компании

**Основным средством** для достижения поставленной цели является система менеджмента качества, соответствующая требованиям стандартов ИСО 9001, ГОСТ Р ИСО 9001, ГОСТ РВ 15.002 и ИСО/ТУ 16949

**Цель достигается за счет решения следующих задач:**

- систематический анализ текущих и перспективных требований и ожиданий потребителей и объективная оценка удовлетворенности нашей продукцией;
- создание эффективной системы отбора и развития поставщиков, основанной на принципах: PSK, взаимной выгоды и постоянного совершенствования в соответствии с требованиями, предусмотренными в ИСО/ТУ 16949;
- систематическое обучение персонала в области качества, привлечение каждого сотрудника к участию в совершенствовании процесса создания качественной продукции, мотивация персонала с целью раскрытия их творческих способностей и вовлечения в процесс постоянного улучшения качества выпускаемой продукции;
- внедрение современных методов, технических средств проектирования и прогрессивных технологий, нацеленных на предотвращение дефектов, повышение стабильности технологических процессов и качества продукции;

Для выполнения поставленных задач высшее руководство ОАО «КАМАЗ» берёт на себя следующие **обязательства:**

- совершенствовать систему менеджмента качества на всех этапах жизненного цикла автомобилей в соответствии с требованиями ИСО 9001, ГОСТ Р ИСО 9001, ГОСТ РВ 15.002 и ИСО/ТУ 16949;
- четко распределять ответственность и полномочия персонала по всему производственному циклу, поддерживать межфункциональную работу.

Утверждена приказом от 30 декабря 2010 года № 252.

В 1986 г. в фирме создана служба качества, в которую вошли отдел технического контроля и лаборатории по контролю цехов по производству продукции заводов (7 лабораторий). Лаборатории приобрели независимость от заводов, в составе которых они прежде находились. Повысилась объективность испытаний на продукцию. В настоящее время в структуру управления качеством входят 3 отдела: отдел испытаний продукции, отдел сертификации продукции и систем менеджмента по стандартам ИСО, отдела технического контроля и приемки готовой продукции и сырья.



## **ПОЛИТИКА В ОБЛАСТИ КАЧЕСТВА**

Политика в области качества принята техническим советом ОАО «Казаньоргсинтез»  
Протокол от 12 сентября 2008 года

### **Стратегия:**

Качество процессов и качество продукции являются определяющими факторами для достижения ОАО «Казаньоргсинтез» уровня ведущих мировых нефтехимических компаний по основным финансово-экономическим показателям деятельности.

### **Цели:**

— Повышение конкурентоспособности ОАО «Казаньоргсинтез» и улучшение финансово-экономических показателей организации для обеспечения устойчивой прибыли и дальнейшего развития производства в интересах наших потребителей, акционеров, инвесторов и общества.

— Производство продукции стабильного качества, соответствующей требованиям потребителей.

— Укрепление лидерства предприятия в области производства пластмасс на российском рынке за счет увеличения производственных мощностей существующих производств и создания новых производственных мощностей, освоение производства новых видов продукции за счет внедрения инновационных энерго-ресурсосберегающих технологий.

— Обновление основных фондов предприятия,

— Постоянное улучшение и повышение результативности системы менеджмента качества и качества процессов.

— Развитие взаимовыгодного и долгосрочного сотрудничества с потребителями, поставщиками, инвесторами и всеми заинтересованными сторонами.

— Мотивация и стимулирование инициативы персонала, направленной на развитие общества, совершенствование процессов и улучшение качества продукции.

*Руководство ОАО Казаньоргсинтез берет на себя ответственность за реализацию Политики, и обязуется создавать организационные и структурные условия, необходимые для функционирования системы менеджмента качества, выделять для этих целей финансовые, технические, кадровые и иные ресурсы, обеспечивая их эффективное использование.*

## Глава 12. Конкурентоспособность продукции фирмы

### 12. 1. Конкуренция: понятие и основные теоретические подходы

Можно выделить три теоретических подхода к пониманию конкуренции<sup>15</sup>:

- 1) поведенческий;
- 2) структурный;
- 3) функциональный.

Рассмотрим первый подход — поведенческий. Этимологически слово «конкуренция» восходит к латинскому «CONCURRENTIA», означающему «столкновение» или «состяжание». Адам Смит, в частности, связывал конкуренцию с честным, без сговора соперничеством, ведущимся между продавцами (или покупателями) за наиболее выгодные условия продажи товара. При этом основным методом конкурентной борьбы ему виделись изменения цен.

В дальнейшем поведенческое понимание конкуренции совершенствовалось в направлении более точного указания ее цели и способов ее ведения.

Логика этого подхода состоит в том, что большинство благ являются редкими в том смысле, что их количество меньше потенциальной потребности общества. Поэтому владельцы благ имеют возможность распределять их, руководствуясь своей выгодой. Они выставляют свои условия или критерии (требуемый уровень цен, качества и т.п.) и в зависимости от исполнения этих условий решают, кому предоставить блага, а кому — нет. Американский экономист П. Хайне считает, что «конкуренция — это стремление как можно лучше удовлетворить критериям доступа к редким благам».

Структурный подход. С конца 19 века получила распространение структурная трактовка конкуренции. Она нашла свое отражение в работах Ф. Эджуорта, А. Курно, Дж. Робинсон, Э. Чемберлина и других ученых, заложивших основы теории четырех конкурентных рынков. К ним относятся рынок совершенной конкуренции, рынок монополистической конкуренции, рынок олигополии и рынок монополии.

При структурном подходе акцент смещается с самой борьбы компаний друг с другом на анализ структуры рынка, тех условий, которые господствуют на нем. Так, Ф. Найт определяет конкуренцию как ситуацию, в которой конкурирующих единиц много и они независимы. К настоящему времени эта позиция стала общепринятой.

В центре внимания структурного подхода лежит задача определения принципиальной возможности влияния фирмы на общий уровень цен на рынке. Другими словами, исследуются не характеристики конкурентной борьбы (кто и почему победил на рынке), а характеристика рынка — его структура.

Функциональный подход. Он описывает роль, которую конкуренция играет в экономике. Й. Шумпетер определял конкуренцию как соперничество старого и нового экономических укладов. Инновации скептически принимаются

---

<sup>15</sup> Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика. Учебно-практическое пособие. — 3-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство ГНОМ и Д, 2001. — С. 30.

рынком, но если, новатору удастся их осуществить, именно механизм конкуренции вытесняет с рынка предприятия, использующие устаревшие технологии. Фридрих фон Хайек рассматривал конкуренцию совсем с другой стороны, называя ее «процедурой открытия». По его мнению, на рынке только благодаря конкуренции скрытое становится явным. Скажем, в условиях нехватки информации первоначально одинаково привлекательными могут оказаться несколько стратегий фирмы. И только конкуренция «открывает», какая из них на самом деле верна.

Итак, поведенческий подход включает в себя: 1) методы конкурентной борьбы; 2) принципы выбора стратегии поведения фирмы на рынке. Структурный подход предназначен для решения проблемы степени открытости (монополизации) рынка. Функциональный подход раскрывает роль конкуренции для участников рынка.

## **12.2. Методы, формы и факторы конкуренции**

Методы конкуренции:

- 1) повышение качества товара (неценовой метод);
- 2) повышение качества сервиса товара;
- 3) снижение (повышение) цены (ценовой метод);
- 4) снижение эксплуатационных затрат у потребителя;
- 5) повышение качества управления;
- 6) использование всех конкурентных преимуществ товара и фирмы.

Формы конкуренции:

1) предметная — конкуренция между товарами одной ассортиментной группы, между аналогичными объектами, удовлетворяющими одну и ту же потребность;

2) функциональная — конкуренция между товарами (объектами) — заменителями.

На конкурентную борьбу влияет большое количество факторов:

- 1) размер рынка;
- 2) темпы роста рынка — быстрый рост облегчает проникновение на рынок;
- 3) мощности — излишние мощности приводят к падению цен;
- 4) входные и выходные барьеры, т.е. препятствия для входа и выхода из рынка;
- 5) цена товара;
- 6) уровень стандартизации товаров — покупатели имеют преимущество, так как они могут легко отказаться от одного товара в пользу другого;
- 7) мобильные технологические модули — увеличивает конкуренцию;
- 8) требования к размерам необходимых капитальных вложений — жесткие требования повышают риск, создают дополнительные барьеры входа и выхода;
- 9) экономия на масштабе — увеличивает долю рынка, необходимую для достижения конкурентоспособности товара;
- 10) быстрое обновление ассортимента продукции.

### **12.3. Конкурентоспособность продукции**

Конкурентоспособность — это свойство объекта, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке.

Конкурентоспособность — это способность выдерживать конкуренцию по сравнению с аналогичными объектами на данном рынке.

Конкурентоспособность — это реальная и потенциальная возможности фирм в существующих для них условиях проектировать, изготавливать и сбывать товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательны для потребителя, чем товары их конкурентов.

Конкурентоспособность товара — это степень его притягательности для совершающего реальную покупку потребителя<sup>16</sup>.

Конкурентоспособность — это комплексная характеристика объекта, отражающая его потенциал сравнимости на реальном рынке.

### **12.4. Факторы конкурентоспособности продукции**

Основные факторы конкурентоспособности — это качество товара и цена потребления товара.

Важной составляющей конкурентоспособности является цена потребления. Она включает в себя:

- 1) цена изделия
- 2) расходы на транспортировку и установку
- 3) расходы на эксплуатацию
- 4) обучение персонала
- 5) ремонт и расходы на техобслуживание
- 6) налоги
- 7) страховые взносы

В основу анализа конкурентоспособности положен сопоставительный анализ объектов одного назначения, производимых разными фирмами.

Предпочтение имеет тот товар, у которого отношение полезного эффекта (Э) к затратам на приобретение и использование (Ц) является максимальным по сравнению с другими товарами.

---

<sup>16</sup> Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика. Учебно-практическое пособие. — 3-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство ГНОМ и Д, 2001. — С. 37.



## Глава 13. Инновации в экономике фирмы

### 13.1. Понятие, виды и функции инновации

**Инновация** — процесс создания, разработки новой техники, технологии, научных исследований (инноваций), а также процесс инвестирования создания разработки и ее практическое внедрение.

**Продуктовые инновации** включают разработку и внедрение технологически новых и технологически усовершенствованных продуктов.

**Процессные инновации** включают разработку и внедрение технологически новых или технологически значительно усовершенствованных производственных методов, включая методы передачи продуктов.

В широком смысле слова, инновация — это коммерческое использование новшеств в виде товаров, услуг, технологий, социально-экономических решений.

Если изобретение — это новая идея, то инновация — это новый способ получения дохода.

Созданные инновации выполняют несколько социально-экономических функций:

1. Повышение производительности труда. Уменьшение затрат энергии, живого труда и вовлечение в производство новых производительных сил.

2. Повышение качества произведенных товаров, оказанных услуг, что приводит к улучшению качества жизни.

3. Развитие интеллектуальных способностей человека.

В настоящее время понятие «инновация» прочно вошло в учебный и научный лексикон. Инновация (от англ. «innovation») означает нововведение или новшество. Это понятие широко используется для обозначения того нового, что используется в жизнедеятельности человека.

Для выяснения сущности инновации необходимо уточнить ее определение. В учебной литературе отмечается большое многообразие определений «инновация», которое объясняется следующими причинами:

1) сложностью и многогранностью категории «инновация»;

2) наличием противоречивых свойств этого понятия;

3) широким диапазоном взглядов на возможности и методы управления инновациями;

4) важностью изучения в современных условиях данного феномена для обеспечения общественного прогресса.

В зависимости от объекта и предмета исследования инновации можно рассматривать<sup>17</sup>:

- как процесс (Б. Твисс, А. Койре, И.П. Пинингс, В. Раппопорт, Б. Санта, В.С. Кабаков, Г.М. Гвишиани, В.Л. Макаров и др.);
- как систему (Н.И. Лапин, Й. Шумпетер);
- как изменение (Ф. Валента, Ю.В. Яковец, Л. Водачек и др.);
- как результат (А. Левинсон, С.Д. Бешелев, Ф.Г. Гурвич).

<sup>17</sup> Словарь инновационных терминов, [www.pfo-perm.ru/dictionary](http://www.pfo-perm.ru/dictionary)

Обобщая теоретические концепции многих исследователей, можно выделить следующие подходы к определению сущности инновации: 1) инновация как объект; 2) инновация как процесс; 3) подход с точки зрения полезности инновации; 4) экономический; 5) социальный; 6) философский и 7) психологический.

Сущность первого подхода означает, что в качестве инновации выступает объект — результат научно-технического прогресса. Т.е. под инновацией подразумевается объект, внедренный в производство в результате проведенного научного исследования или сделанного открытия, качественно отличный от предшествующего аналога, причем это объект, не просто внедренный и производство, а успешно внедренный и приносящий прибыль. По результатам проведения научного исследования или сделанного открытия он качественно отличается от предшествующего аналога.

Во втором подходе под инновацией понимается сложный, длительный процесс, включающий разработку, внедрение в производство и коммерциализацию новых, прогрессивных товаров. Или инновация — это развивающийся комплексный процесс создания, распространения, использования новшества, которое способствует развитию и повышению эффективности инновационной деятельности. Также в рамках этого подхода под инновацией понимается процесс совершенствования и сбалансированности различных областей работы фирмы. Итак, инновация — это сложный процесс, который обеспечивает определенный технический, социально-экономический эффект и имеет четкую ориентацию на конечный результат прикладного характера.

Третий подход отражает возможную общественную полезность инновации, необходимость практической реализации новшества. Практическим освоением новшеств является реализация коммерческой идеи по удовлетворению спроса на конкретные виды продукции, технологий, услуг как товаров. Наличие спроса свидетельствует об их конкурентоспособности, то есть общественном признании, что является важным результатом инновационной деятельности.<sup>18</sup>

В рамках четвертого подхода, инновация определяется как результат интеллектуальной деятельности, законченных научных исследований, обладающий новизной и спросом для включения в экономический оборот.<sup>19</sup>

Другими словами, инновация — это прибыльное использование новаций в виде новых технологий, видов продукции, услуг, организационно-технических и социально-экономических управленческих решений производственного, экономического, административного и другого характера.

В рамках экономического подхода инновация — это развивающийся комплексный процесс создания, распространения, использования новшества, которое способствует повышению эффективности инновационной деятельности.

---

<sup>18</sup> Гунин В.Н., Баранчев В.П., Устинов В.А., Ляпина С.Ю. Управление инновациями: модульная программа для менеджеров. — М.: ИНФРА-М, 1999. — С.35.

<sup>19</sup> Ковалев Г.Д. Основы инновационного менеджмента: учебник для вузов / Под ред. проф. В.А.Ш вандара. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. — С.33.

Социологический подход представляет инновацию как новое явление, новшество в рамках какой-либо системы, порождающие значимые изменения в социальной практике.

Философский подход при изучении инновации делает на новые знания и разрешение возможных противоречий при их использовании.

Психологический подход рассматривает, прежде всего, возникающие в процессе инновационной деятельности конфликты, способы их разрешения и синергетические эффекты, которых достигают команды новаторов.

По нашему мнению следует дать следующее обобщающее определение инновации. Инновация — это объект, который является новым и полезным для определенной социальной системы. В качестве такого объекта (инновации) выступает товар, услуга, технологический процесс, техническое устройство, организационная форма ведения бизнеса, новые правила и методы управления.

В более широком смысле инновация — это новый полезный способ взаимодействия естественных и искусственных систем: социальных, технических, экономических и природных.

Инновация имеет несколько важных свойств, которые следует изучить в целях необходимого регулирования инновационными процессами со стороны возможных субъектов управления.

Выделим следующие основные свойства инновации.

Первым важным свойством инновации по определению является новизна. Не вызывает сомнения, что данное свойство инновации является ее существенной характеристикой. Возможные разногласия могут возникнуть при решении задачи определения признаков новизны. Следует признать, что проблема критериев новизны является непростой задачей. Такую задачу можно решить с использованием многокритериального подхода.

Новое в инновации — это та востребованная временем и обстоятельствами сущность, вокруг которой формируется содержание новшества, принципиально отличное от всех ранее применявшихся в данной системе по степени воздействия на характерологические признаки системы таким образом, что она переходит в заданно ожидаемое (гипотетически прогнозируемое) состояние, фиксируя тем самым содержательный результат инновационного воздействия. Весь процесс, представляющий, в свою очередь, достаточно определенную систему элементов, отношений и действий, обеспечивающих прогнозируемый результат и будет представлять инновацию. Поскольку именно инновация является совершенно определенной формой развития, то управление инновацией и обеспечивает управление развитием.<sup>20</sup>

Второе свойство инновации — это ее персональный характер. Другими словами, любая инновация всегда связана с именем каким-то человека, открывшего данную инновацию для себя и других людей. Рассмотрим несколько возможных типов новаторов. Во-первых, автор инновации может не осознавать необходимость и возможности создаваемой инновации. Он создает что-то

---

20 Герасимов Г.И., Илюхина Л.В. Инновации в образовании: сущность и социальные механизмы. — Ростов н/Д: НМД «Логос», 1999. — С.29.

новое просто из-за любопытства, чудачества. При этом окружающие люди (его социум) могут равнодушно относиться к создаваемым новым объектам и отвергать возможные предложения новатора воспользоваться новшеством.

Второй тип новатора — это человек, который отличается от других людей аналитическим складом мышления. Он может подмечать у других людей, животных, в природных явлениях, то, что может быть использовано в своей жизни, работе с определенным эффектом. Условно такого новатора можно назвать имитатором, поскольку он может создавать (пытаться создавать) имитационные модели различных объектов.

В большинстве ситуаций простое копирование свойств, качеств других объектов не приносит существенного результата, однако сам процесс моделирования может дать неожиданные и большие результаты. Пример: алхимики средних веков пытались создать искусственное золото. В результате данных усилий «новое» золото они не создали, но нашли интересные свойства различных химических элементов.

Новатор третьего типа сознательно прилагает интеллектуальные или физические усилия по созданию новшеств. Такой новатор может иметь следующие цели инновационной деятельности: 1) получение нового научного знания; 2) получение нового источника энергии; 3) получение нового источника сырья, материала; 4) создание нового источника дохода; 5) обеспечение собственной безопасности и безопасности социальной группы; 6) обеспечение гармонии между интересами различными людьми.

Третье свойство инновации — это изменение качества нового объекта.

Качество — это совокупность свойств объекта, обуславливающих его пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с его назначением. Данное свойство инновации является важным для изучения, поскольку оно обуславливает возможную полезность инновации.

Четвертое свойство инновации отражает ее специализированный характер.

Большинство инноваций специализировано, потому что они требуют особых, специализированных знаний. Такие знания необходимы не только для проектирования, но и для использования соответствующих инноваций.

Данное свойство указывает нам на необходимость создания и поддержания профессионального образования, которое бы создавало условия для передачи особых, специализированных знаний в различных сферах.

Пятое свойство инновации отражает ее относительный характер. Это означает, что конкретный объект в одних исторических условиях является инновационным, а в других он теряет новизну. Для одного человека определенная инновация может иметь огромное значение, а для других ничтожное. Например, метро в г. Казани имеет абсолютно разное значение для жителей данного города.

Шестое свойство инновации — это ее элитарный характер. По оценке психологов, инновационными способностями обладают не более 10% трудоспособного населения. Субъекты инновационных процессов являются творческой элитой общества. Интеллектуальная элита общества обладает определенной

экспертной формой власти — властью знаний. Но кроме этого, она несет большую ответственность перед обществом за его будущее.

Седьмое свойство инновации отражает ее диалектический характер.

Инновации являются составными элементами научно-технического прогресса. На первый взгляд каждая инновация заведомо имеет прогрессивный характер. Однако это позиция является иллюзорной. Политика развития общества всегда должна поддерживать стремление к инновациям, но они имеют двойственный характер. С одной стороны, инновации являются источником развития, а с другой стороны могут вызвать разрушения традиционных структур, связей и т.п. Поэтому нововведения всегда включают в себя взаимопротивоположные тенденции, которые определяют свою систему стимулов для их реализации.<sup>21</sup>

Восьмое свойство инновации отражает ее экономический характер. То есть инновация — это особый процесс, в котором изобретение или идея приобретают экономическое содержание. Инновации открывают предпринимателям большие возможности получения существенных доходов

### 13.2. Венчурный бизнес

**Финансирование венчурное** — процесс финансирования, сопряженный с повышенной степенью риска. При финансировании венчурном финансовые ресурсы инвестируются в реализацию проектов по внедрению новых технологий, созданию новых производств, завоеванию новых рынков и др.

По статистике 60% крупных нововведений XX века появились благодаря венчурным фирмам. Это персональный компьютер, автоматическая коробка передач и другие.

По сути, венчурные фирмы — это небольшие и гибкие предприятия, которые создаются для доведения до коммерческой реализации рискованных технологий (идей, изобретений), а также любых других нововведений.

Создаются на договорной основе и на средства, полученные путем временного объединения капиталов. Основные источники средств — физические лица и юридические лица. Финансовые средства вкладываются без всякого материального обеспечения и без гарантий. В случае неудачи инвесторы теряют значительные ресурсы, таким образом создание венчурных фирм связано с большим риском.

Основные принципы создания венчурной компании:

- 1) наличие коммерческой идеи
- 2) общественная потребность в данном нововведении
- 3) наличие предпринимателя, готового создать венчурную фирму
- 4) наличие источников рискованного капитала.

Венчурные компании создаются под решение конкретной проблемы.

После завершения поставленной задачи она прекращает свою работу. Либо она может быть поглощена крупной компанией, которая чаще всего и была

---

<sup>21</sup> Стрекалов О.Б. Инновационное развитие региона: состояние и перспективы. — Казань: Казан.гос.технол.ун-т, 1997. — С.8.

ее учредителем, либо венчуры переходят в статус обычных компаний (которые отличаются не высоким доходом).

Таким образом, венчурные компании имеют ярко выраженные временной характер. Выделяют две формы венчурного бизнеса: 1) самостоятельная; 2) в составе крупной компании.

Венчурные инвестиции можно разделить на три вида:

1) стартовые инвестиции 2) инвестиции в развитие бизнеса; 3) прочие.

1. Стартовые инвестиции отличаются более высоким риском по сравнению с другими, они могут быть двух разновидностей: предстартовое и стартовое инвестирование.

В наиболее общей форме, можно отметить, что

1) предстартовые инвестиции связаны с фундаментальными работами;

2) стартовые инвестиции связаны с прикладными работами, НИОКР.

2. Инвестиции в развитие бизнеса могут различаться по стадиям развития бизнеса, так выделяют финансирование начальной и более поздней стадии развития бизнеса.

3. Вид прочие инвестиции включает такие возможные инвестиции, как разовые финансовые операции (покупка компании), промежуточное финансирование высокотехнологичных компании (в период между разными проектами), выход компании на рынок ценных бумаг, возрождение компании.

Современный венчурный капитал, как альтернативный источник финансирования рискованных проектов, появился впервые в США в 1950 г.

История вопроса. В 1957 году Артур Рок, банкир из Уолл-Стрит, создал фирму для финансирования абсолютно новой идеи — производства кремниевого транзистора. Эта компания стала основой всех полупроводниковых компаний Силиконовой долины. В 1961 году он сформировал венчурный фонд в размере 5 млн. долл., инвестировали всего 3 млн., через 2 года он вернул 90 млн. долл. Он впервые ввел в практику термин «венчурный бизнес». В Европе венчурный бизнес появился в 1970 г.

История Силиконовой долины — это история возникновения электронной промышленности и оригинального инновационного режима, отличающегося от модели Шумпетера, в которой за несколькими инновациями следует фаза стабильности сектора пошаговых инноваций. Электронная промышленность и промышленность коммуникаций характеризуются технологическими переломами, повторяющимися инновационными волнами, из-за которых очень быстро товары устаревают, и постоянно пересматривают конкурентоспособность фирм.

История этого сектора, давшего имя Силиконовой долине, особенно насыщенная: в 1980 годы первенство региона возникло как ответ на прорыв японских крупных предприятий. Только в 90-е годы Силиконовая долина выступает как организационная модель, противостоящая модели вертикальной интеграции. Эта модель не была заметна при возникновении Силиконовой долины, поскольку Силиконовая долина способна изменять инновационные режимы во времени.

Самая известная история о возникновении Силиконовой Долины связана с созданием в 1955 году Schockley Lab., в названии которой имеется имя создателя транзистора. Эта лаборатория легла в основу Fairchild Semi-conductor, а в свою очередь это предприятие породило многочисленные молодые предприятия, некоторые из которых характеризовались бурным развитием. Самым известным стал Intel. С этого времени Силиконовая долина стала способной продвигать маленькие технологические предприятия.

Менее классическим примером является случай Hewlett Packard, созданного в 1938 году, и «инкубатора» Стэнфордского университета. Объединение в Силиконовой долине промышленности электронного связано с сотрудником университета, Фредериком Терманом [Frederick Terman], который после войны создает научный парк Стэнфорда и получает военные заказы. Нужды обороны, в частности в области коммуникаций, побуждают инженеров к инновациям в период Второй мировой войны и Холодной войны. Небольшие группы инженеров Западного побережья, только окончившие университет, получили большие контракты. Тем не менее, военные заказы не приведут к созданию военно-промышленного комплекса, в котором крупные фирмы не обращаются к гражданским заказам. На самом деле инновационное окружение Силиконовой долины характеризуется не только большим количеством молодых предприятий, но и созданием новых товаров, связанных с разными типами потребителей.

Характеристики Силиконовой долины. Силиконовая долина — это место, где концентрируются основные участники инновационных технологий, и находится на Калифорнийском полуострове. Долина в основном включает университеты и государственные и частные исследовательские центры, особенно фирмы Хегох. Эти организации обучают и нанимают инженеров. Большинство молодых предприятий были созданы выпускниками Стэнфордского университета, как это видно по акрониму фирмы Sun Microsystems: Stanford University Network.

Венчурный капитал является второй характеристикой. Именно в Силиконовой долине в 1970-е годы впервые появились организации, занимающиеся венчурными инвестициями. Они были созданы не специалистами, а инженерами или управляющими. Клайнер/Kleiner и Перкинс/Perkins, два создателя КРСВ — общества, которое стало пионером венчурного капитала — являются бывшими сотрудниками Fairchild и HP соответственно. В США самые известные организации, занимающиеся венчурными инвестициями, находятся в Силиконовой долине. С 1995 по 2004 год от четверти до трети всех инвестиций венчурного капитала в США концентрировались в Силиконовой долине. Даже если венчурные инвесторы наладили отношения со своими зарубежными коллегами, они по-прежнему предпочитают национальный уровень. Об этом свидетельствуют их слабое распространение за пределами региона и сложность инвестировать проект Силиконовой долины для других организаций.

Третья характеристика, хотя и является основополагающей, остается мало известной. Речь идет о специальных посредниках, которые поддерживают создание и развитие молодого предприятия. Адвокаты, консультанты, специалисты по набору кадров, банкиры составляют инфраструктуру, объясняющую

способность Силиконовой долины создавать молодые предприятия. Они предлагают услуги и координируют действия молодого предприятия с организацией, занимающейся венчурными инвестициями; исполняя роль посредника, они участвуют в разработке и распространении критериев отбора предприятия. Эти посредники имеют двойной статус: совместно с венчурными инвесторами они являются хранителями инновации [Зухман/Suchman, 2000] и одновременно сокращают препятствия развития молодых предприятий, отобранных ими.

### **13.3. Инновационные барьеры и риски**

Работа с коллективом в условиях инновации предусматривает неизбежное преодоление целого комплекса барьеров:

Первый барьер — это некомпетентность персонала. Он связан с неуверенностью работников в своих силах, которая обусловлена неподготовленностью персонала к работе в новых условиях, с новой технологией. Этот барьер преодолевается переподготовкой и повышением квалификации персонала.

Второй барьер — это привычки персонала. Он проявляется в привязанности персонал к существующим способам работ, устоявшимся требованиям. Барьер преодолевается с большим трудом посредством переподготовки повышением квалификации персонала.

Третий барьер означает удовлетворенность работников своим положением, условиями труда. Этот барьер является особым психологическим барьером введения инновации.

Четвертый барьер называется барьером компенсации. Проявляется в неуверенности в том, что дополнительные усилия, связанные с нововведением, получат соответствующую материальную и моральную компенсацию. Он преодолевается путем совершенствования экономических методов стимулирования инновационной деятельности.

Пятый барьер касается изменения места работы. Некоторые работники боятся, что в результате нововведений произойдет перемещение на другую должность, может быть сокращение штатов.

Шестой барьер — это барьер рекорда. Персонал организации может сомневаться в реальности достижения поставленных целей. Эта неуверенность сковывает людей, многие считают нововведение ненужным рекордом в их деятельности. Этот барьер преодолевается путем пропаганды, активации мероприятий воспитательного характера.

Примечание. В конкретной организации могут возникнуть разные комбинации барьеров, возможны и другие виды барьеров. Все барьеры являются объектом пристального внимания субъектов инновационной деятельности — менеджеров разных уровней.

Главный инновационный риск — это невостребованность нового продукта.



### 13.4. Виды интеллектуальной собственности

По ГК РФ (ст.1226) на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации (результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации) признаются интеллектуальные права, которые включают исключительное право, являющееся имущественным правом, а в случаях, предусмотренных Гражданским Кодексом, также личные неимущественные права и иные права (право следования, право доступа и другие).

Конвенция об учреждении Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС), принятая в Стокгольме в 1967 г., определяет следующие объекты ИС:

- 1) литературные, художественные произведения и научные труды
- 2) исполнительная деятельность, фонограммы
- 3) изобретения во всех областях человеческой деятельности
- 4) научные открытия
- 5) промышленные образцы
- 6) товарные знаки, знаки обслуживания, коммерческие наименования и обозначения

Создатели новшеств приобретают на них авторские права. В России законодательная охрана интеллектуальной собственности гарантирована Конституцией Российской Федерации (ст. 44).

Охранными документами на изобретения являются патенты.

Патент — это юридический титул интеллектуальной собственности автора, он отражает исключительное право на использование изобретения в течение срока действия патента.

Нормативно-правовая база охраны прав на объекты интеллектуальной собственности включает:

1. Закон «Об авторском праве и смежных правах» (от 9.07.93).
2. Патентный закон РФ (23.09.92).

Патент удостоверяет приоритет, авторство изобретения, полезной модели или промышленного образца и исключительное право на их использование.

Патент на изобретение действует в течение 20 лет, считая с даты поступления заявки в Патентное ведомство.

Патент на промышленный образец действует в течение 10 лет. Считая с даты поступления заявки в Патентное ведомство.

Автором изобретения, полезной модели, промышленного образца в соответствии с Патентным законом РФ от 23 сентября 1992 года считается физическое лицо, творческим трудом которого они созданы.

Товарный знак служит средством индивидуализации продукции.

Товарный знак и знак обслуживания — это обозначения, способные отличать соответственно товары и услуги одних юридических и физических лиц от однородных товаров и услуг других юридических и физических лиц.

Товарный знак может быть оригинальное графическое изображение, сочетание цифр или букв. Товарный знак играет важную роль в инновациях. Они указывают на того, кто несет ответственность за определенный товар.

Результатом инновационной деятельности являются и ноу-хау («знаю, как»), которые представляют собой полностью или частично конфиденциальные знания, опыт, навыки, включающие сведения технического, экономического, административного, финансового и иного характера.

«Ноу-хау» могут быть незапатентованные технологические знания и процессы, практический опыт, методы, способы и навыки по проектированию, расчетам, строительству и производству изделий; проведению научных исследований и разработок; состав и рецепты материалов, веществ и др., а также опыт в области дизайна, маркетинга, управления, экономики, финансов.

Также результатом инновационной деятельности являются новые художественно-конструкторские (дизайнерские) решения внешнего вида изделия — промышленные образцы. Промышленные образцы отражают единство технических, функциональных и эстетических свойств изделия, входят в состав нематериальных активов, являются предметом лицензионных соглашений и объектом охраны промышленной собственности.

Права на изобретения, товарные знаки и другие результаты инновационной деятельности оформляются лицензией.

## **Глава 14. Инновационная политика фирмы**

### **14.1. Инновационные программы**

В общем смысле, политика — это общие ориентиры для действий и принятия решений, которые облегчают достижение целей.

**Инновационная программа** (федеральная, межгосударственная, региональная, межрегиональная, отраслевая) — комплекс инновационных проектов и мероприятий, согласованный по ресурсам, исполнителям и срокам их осуществления и обеспечивающий эффективное решение задач по освоению и распространению принципиально новых видов продукции (технологий).

**Государственная инновационная политика** — определение органами государственной власти целей инновационной стратегии и механизмов поддержки приоритетных инновационных программ и проектов.

**Инновационный потенциал (государства, региона, отрасли, организации)** — совокупность различных видов ресурсов, включая материальные, финансовые, интеллектуальные, научно-технические и иные ресурсы, необходимые для осуществления инновационной деятельности.

**Инновационная сфера** — область деятельности производителей и потребителей инновационной продукции (работ, услуг), включающая создание и распространение инноваций.

**Инновационная инфраструктура** — организации, способствующие осуществлению инновационной деятельности (инновационно-технологические центры, технологические инкубаторы, технопарки, учебно-деловые центры и другие специализированные организации).

**Кластер** — система взаимосвязанных и расположенных в географической близости организаций и фирм, форма сети, обеспечивающая регулярное взаимодействие, синергетический эффект и социальную общность.

### 14.2. Инновационные стратегии фирмы

Инновационная стратегия — это стратегия (комплекс мероприятий), позволяющих реализовать выбранные инновации (инновацию).

Уровень проведения инновационной стратегии, ее принципиальная возможность является важным индикатором состояния общего управления в данной организации. Низкий уровень управления организации не позволит качественно реализовать современные инновации.

Для внедрения инновации, для разработки инновационной стратегий необходима большая подготовительная работа. Она может включать:

Этап 1. Активный поиск нововведений, возможных для применения в данной организации.

Этап 2. Сравнительный анализ опыта других организаций в реализации выбранных инноваций.

Этап 3. Разработка инновационной стратегии применительно к данной организации.

Далее этап 4. Реализация стратегии.

Классификация инновационных стратегий. Венгерский экономист Б. Санто выделял такие виды стратегий:

Традиционная стратегия. Менеджеры в качестве главной задачи видят задачу повышения качества выпускаемых товаров, оказываемых услуг.

Имитационная стратегия. Производство инноваций по лицензии. Новая лицензия стоит намного дешевле, чем собственные разработки.

Оборонительная стратегия. На предприятии ведутся исследования и разработки, но без претензий на занятие ведущих позиций в данной области. Цель отстать от других компаний.

Наступательная стратегия. Предприятие ставит перед собой цель стать лидером на рынке за счет своей инновационной деятельности.

Классификация инновационных стратегий с использованием S-образной кривой:

- Движение в пределах основного потока
- Лидирующее положение в основном потоке
- Создание принципиально новых инноваций. Формирование будущего.

### 14.3. Метод «бенчмаркинг»

Бенчмаркинг (Benchmarking) — это метод, с помощью которого фирма непрерывно осуществляет самооценку и сравнивает себя с лидерами бизнеса.

Бенчмаркинг — это сравнение структур и эффективности отдельной организации с выбранными эталонами, либо внутри организации (например, сравнение различных филиалов), либо за ее пределами (например, сравнение предприятия с его конкурентами). В контексте моделирования процессов бенчмаркинг может включать в себя как сравнение структуры процессов

(структурный бенчмаркинг), так и сравнение показателей эффективности процессов, например, время обработки (бенчмаркинг в узком смысле). Показатели эффективности, использующиеся в качестве эталона, можно разделить на

- «лучшую практику» (best practice);
- «улучшенную практику» (better practice);
- «распространенную практику» (common practice).

Для проведения бенчмаркинга процессов необходимо использовать модели, в которых предусмотрены соответствующие атрибуты — показатели эффективности.

Важные условия бенчмаркинга:

- структурное соответствие сравниваемых процессов;
- доступность эталонной информации.

Цель бенчмаркинга — непрерывное сравнение показателей эффективности между различными предприятиями или подразделениями одного предприятия с целью оценки конкурентоспособности рассматриваемой организационной единицы.<sup>22</sup>

Сравнение выбранных показателей позволяет выявить слабые места предприятия и наметить меры по их устранению.

Объект измерения. В рамках бенчмаркинга сначала необходимо выбрать объект измерения, например:

- процесс;
- производственный метод;
- продукт (в том числе полуфабрикат).

Критерии сравнения. В качестве критериев сравнения продуктов могут быть использованы расходы, время поставки, качество, сопутствующие услуги, для процессов — время выполнения, расходы на выполнение, подверженность сбоям и т.п.

Численная оценка показателей. Следует знать то, что точная оценка показателей сравнения приводит нередко к значительным затратам, которые не сопоставимы с пользой от проведения бенчмаркинга. Кроме того, численная оценка некоторых показателей проводится при помощи экспертов, которая основана на достижении консенсуса между личными оценками участвующих экспертов и поэтому носит приблизительный характер.

Основной проблемой бенчмаркинга является поиск подходящего эталона для сравнения. Конкурирующие компании, как правило, не разглашают своих показателей эффективности. Если прямой обмен показателями невозможен, то решением проблемы может стать привлечение третьей стороны, например, консалтинговой компании, которая в состоянии провести компетентное сравнение.

Целесообразность бенчмаркинга. Она определяется эффективностью процедуры сравнения. Бенчмаркинг оправдывает себя в том случае, если сравнения с конкурентами примут регулярный характер, таким образом, расходы на бенчмаркинг будут окупаться количеством сравнений.

---

<sup>22</sup> Horvath, P., Gleich, R. Prozeß-Benchmarking in der Maschinenbaubranche. In: Zwf, 93, 1998. Z.326.

#### **14.4. Реинжиниринг фирмы**

Реинжиниринг бизнеса — это кардинальное изменение или переосмысление бизнес-процессов предприятия.

Реорганизация предприятия — это процесс изменения организационно-правовой формы предприятия в форме слияния, разделения, выделения и преобразования. Реорганизация осуществляется исключительно на основе решения собственников предприятия.

Реструктуризация — это процесс комплексного изменения методов управления бизнесом и его реформирования.

Реструктуризация является продуктом деятельности высшего руководства и не затрагивает организационно-правовой формы компании, не влияет на структуру его собственников и размер их долей.

Реструктуризация — это совокупность мероприятий по комплексному приведению условий функционирования компании в соответствие с изменяющимися условиями рынка и выработанной стратегией ее развития.

Реструктуризация фирмы включает следующие меры:

1. Совершенствование структуры и функций управления
2. Преодоление технологического отставания производства
3. Совершенствование финансово-экономической политики
4. Рост производительности труда
5. Снижение издержек производства
6. Улучшение качества и конкурентоспособности продукции

Реструктуризация бизнеса в первую очередь является реакцией на изменение факторов внешней среды. Эта процедура вызвана преодолением внутренних проблем предприятия.

В отличие от реорганизации, реинжиниринг базируется на необходимости революционных изменений внутренней структуры управления. Т.о., задача реинжиниринга состоит не в создании модели, отвечающей требованиям конкретного бизнеса, а в создании модели структуры бизнеса, которая способна эволюционно взаимодействовать с динамическими элементами рынка.

Задача реструктуризации производства состоит в согласовании требований рынка (внешней компоненты) и структуры бизнеса компании (внутренней компоненты).

Задача реинжиниринга — это создание универсально модели, адаптированной к изменчивому рынку.

Реинжиниринг — это всегда изменения, вследствие которых компания приобретает процессно-ориентированную структуру бизнеса.

Реструктуризация подразумевает анализ проблемы и дальнейшее их устранение.

Реструктуризация предусматривает поэтапное изменение структуры бизнеса компании, основанное на улучшении действующих процессов. При этом модель бизнеса может одновременно отвечать признакам функциональной и процессной ориентации.

Общим в этих двух процедурах является замена действующей структуры бизнеса на новую структуру.

Вывод: что кардинальное изменение структуры бизнеса приводит к неоправданно высоким затратам. Поэтому процедура реинжиниринга является высокорискованной операцией. То есть фирма должна обладать достаточными внутренними средствами, настолько разнообразными, чтобы быть готовой отреагировать на возможные изменения внешней среды.

## Глава 15. Инвестиции: основные понятия

### 15.1. Понятие «инвестиция»

В соответствии с терминологическим словарем инвестиции — это «использование денег для получения больших денег, для извлечения дохода или достижения прироста капитала либо для того и другого»<sup>23</sup>.

Большой экономический словарь определяет инвестиции как «совокупность затрат, реализуемых в форме долгосрочных вложений капитала в промышленность, сельское хозяйство, транспорт, другие отрасли»<sup>24</sup>.

С точки зрения американских экономистов Шарпа, Александра и Бэйли инвестиции — это «расходы на создание, расширение или реконструкцию и техническое перевооружение основного и оборотного капитала»<sup>25</sup>.

В юридической энциклопедии экономическое содержание инвестиции выражается, как «помещение капитала, денежных средств в какие-либо предприятия, организации, долгосрочные проекты и особо отмечается, что инвестиции окупаются экономией на текущих затратах»<sup>26</sup>.

Все существующие экономические определения инвестиций можно свести к следующей формуле: «Под категорией «инвестиция» обычно понимают «использование имущества для получения денег (investment — use of capital to create more money)»<sup>27</sup>.

Таким образом, экономическая сущность инвестиций состоит в том, что некоторые имущественные активы вкладывают в доходную сферу, чем достигается экономический эффект: происходит их приращение.

Соответственно и оценка инвестиций производится по такому показателю, как эффективность, равное отношению результатов к затратам<sup>28</sup>.

С финансовой точки зрения, инвестиции — это все виды активов (средств), вкладываемых в хозяйственную деятельность в целях получения дохода (выгоды).

<sup>23</sup> Розенберг Д.М. Инвестиции: терминологический словарь. — М.: ИНФРА-М, 1997. — С.73.

<sup>24</sup> Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азрилияна. — М.: Фонд «Правовая культура», 1997. — С.207.

<sup>25</sup> Шарп У.Ф., Александр Г.Д., Бэйли Д.В. Инвестиции. — М.: ИНФРА-М, 1998. — С.25.

<sup>26</sup> Тихомирова Л.В., Тихомиров М.Ю. Юридическая энциклопедия / Под ред. М.Ю. Тихомирова. — М.: Юринформцентр, 1998. — С.180.

<sup>27</sup> Dictionary of finance and investment terms. N.Y. 3d ed. 1991. P.201. *Цит. по:* Доронина Н.Г., Семилютина Н.Г. Правовое регулирование иностранных инвестиций в России и за рубежом. — М.: Финстатинформ, 1993. — С.76.

<sup>28</sup> Игошин Н.В. Инвестиции. Организация управления и финансирование: Учебник. — М.: Финансы; ЮНИТИ, 1999. — С. 323–324.

Итак, инвестиция — это способ помещения капитала, который должен обеспечить сохранение или возрастание стоимости капитала и/или принести положительную величину дохода; другими словами, это любой инструмент, в который можно поместить деньги, рассчитывая сохранить или умножить их стоимость и (или) обеспечить положительную величину дохода. Свободные денежные средства не являются инвестицией, так как стоимость наличных денег может быть обесценена инфляцией, и они не могут обеспечить никакого дохода<sup>29</sup>.

По мнению российского ученого Игошина Н.В. сберегательный счет в банке можно назвать инвестицией, поскольку счет гарантирует определенный доход<sup>30</sup>.

Следовательно, можно сделать вывод о том, что инвестировать означает расстаться с деньгами сегодня, чтобы получить большую сумму в будущем. Однако на практике нередко проводят различие между инвестированием и сбережением. С.65.

Первым законом, посвященным инвестиционным отношениям был Закон РСФСР от 1991 г. «Об инвестиционной деятельности в РСФСР». В настоящее время инвестиционную сферу регулируют такие законы, как:

- ФЗ №39-ФЗ 1999 «Об инвестиционной деятельности в РФ, осуществляемой в форме капитальных вложений»;
- ФЗ № 160-ФЗ 1999 «Об иностранных инвестициях в РФ».

В международном частном праве инвестиции всегда рассматривались в качестве самостоятельной категории. Если провести анализ понятия «инвестиции», данные в ряде межгосударственных соглашений, можно прийти к выводу о том, что в данных соглашениях под инвестициями понимаются любые имущественные ценности, которые вложены инвестором одной договаривающейся стороны на территории другой.

## 15.2. Виды инвестиций

Инвестиции можно разделить на прямые и косвенные (портфельные)

В зависимости от направлений вложения капитала принято выделять прямые и портфельные инвестиции.

**Прямые инвестиции** — это вложения в уставной капитал хозяйствующего субъекта с целью извлечения дохода и получения прав на участие в управлении данным хозяйствующим субъектом.

Прямые инвестиции — это основная форма экспорта частного предпринимательского капитала, которая обеспечивает установление эффективного контроля и дает компании право непосредственно распоряжаться денежными средствами, являющимися вложением его капитала во имя получения долгосрочного интереса. В соответствии со статьей 2 ФЗ «Об иностранных инвестициях в Российской Федерации» под прямой иностранной инвестицией понимается приобретение иностранным инвестором не менее 10% доли, долей (вклада)

<sup>29</sup> Вахрин П.И. Инвестиции. — Дашков и Ко, 2002. — С.17.

<sup>30</sup> Игошин Н.В. Указ. соч. — С.55.

в уставном (складочном) капитале коммерческой организации, созданной или вновь создаваемой на территории РФ в форме хозяйственного товарищества или общества в соответствии с гражданским законодательством РФ; вложение капитала в основные фонды филиала иностранного юридического лица, создаваемого на территории РФ; осуществление на территории РФ иностранным инвестором как арендодателем финансовой аренды (лизинга) оборудования.

Черты, характерные для прямых инвестиций<sup>31</sup>

- при прямых инвестициях инвесторы, как правило, лишаются возможности быстрого ухода с рынка;
- большая степень риска и большая сумма, чем при портфельных инвестициях;
- более высокий срок капиталовложений.

Прямые инвестиции направляются двумя путями:

- организация новых предприятий;
- скупка или поглощение уже существующих компаний.

На практике возможно осуществление большого количества инвестиционных проектов, не поддающихся под определение прямых инвестиций, но в то же время не являющихся портфельными инвестициями, например, строительная деятельность, покупка предприятия, займы российским компаниям, в том числе целевые.

**Портфельные инвестиции** — это вложения капитала, связанные с формированием портфеля, представляют собой приобретение ценных бумаг и других активов.

Портфель — совокупность собранных воедино различных инвестиционных ценностей, служащих инструментом для достижения конкретной инвестиционной цели вкладчика<sup>32</sup>.

Как правило, портфель представляет собой определенный набор из корпоративных акций, облигаций с различной степенью обеспечения и риска, а также бумаг с фиксированным доходом, гарантированным государством, то есть с минимальным риском потерь по основной сумме и текущим поступлениям. В портфель могут входить ценные бумаги одного типа (акции) или различные инвестиционные ценности (акции, облигации, сберегательные и депозитные сертификаты, залоговые свидетельства, страховой полис и др.)<sup>33</sup>.

Теоретически портфель может состоять из финансовых или инвестиционных инструментов одного вида, а также менять свою структуру путем замещения одних финансовых инструментов другими.

Основная задача портфельного инвестирования — улучшить условия инвестирования, придав совокупности ценных бумаг такие инвестиционные качества, которые недостижимы с позиции отдельно взятой ценной бумаги и возможны только при их комбинации. Только в процессе формирования портфеля достигается новое инвестиционное качество с заданными характеристиками.

<sup>31</sup> Камински М. Прямые иностранные инвестиции. — Владивосток: Золотой рог, 1999. — С.19.

<sup>32</sup> Фадеев А., Рукин А. Инвестиционные портфели // Рынок ценных бумаг. — 1995. — № 14.

<sup>33</sup> Ованесов А. Проблемы портфельного инвестирования. — М.: Перспектива, 1998. — С.59.



Портфельное инвестирование позволяет планировать, оценивать, контролировать конечные результаты всей инвестиционной деятельности в различных секторах фондового рынка.

Таким образом, портфель ценных бумаг является инструментом, с помощью которого инвестору обеспечивается требуемая устойчивость дохода при минимальном риске. Для достижения устойчивости дохода инвестор управляет портфелем путем операций покупки и продажи ценных бумаг.

### 15.3. Инвестиционный климат

Дадим несколько определений этого понятия.

Инвестиционным климатом принято называть комплекс политических, географических, экономических, социальных и других условий, характерных для конкретной территории в определенное время, которые оказывают влияние на возможности осуществления инвестиций и на их результаты с точки зрения инвесторов<sup>34</sup>.

Совокупность условий приема, размещения и функционирования иностранного капитала представляет собой инвестиционный климат страны<sup>35</sup>.

Также инвестиционный климат можно рассматривать как степень благоприятности ситуации, складывающейся в стране (регионе, отрасли), по отношению к инвестициям, которые могут быть сделаны в страну<sup>36</sup>.

Благоприятный инвестиционный климат страны является одним из важнейших показателей состояния экономики, стимулирует приток капитала и технологий.

Состояние инвестиционного климата (благоприятный, неблагоприятный, рискованный) и степень привлекательности страны определяются:

- 1) уровнем политической и экономической стабильности, инвестиционной политикой и действующим законодательством в отношении иностранных инвестиций;
- 2) отношением к иностранной собственности и зарубежным инвестициям;
- 3) условиями перевода капитала, прибылей и движения кредитных ресурсов;
- 4) ограничениями и льготами для иностранных инвестиций;
- 5) устойчивостью национальной денежной системы и социально-культурным взаимодействием.

Стратегия привлечения иностранных инвестиций в экономику любой принимающей страны должна быть основана, прежде всего, на изучении интересов потенциальных зарубежных инвесторов и возможностей их удовлетворения без ущерба для национальной экономики.

Основными мотивами иностранных инвесторов являются:

- стремление завоевать региональный рынок и получить прибыль;

<sup>34</sup> Кравченко Н.А. Инвестиционный анализ. — М.: Дело, 2007. — С.12.

<sup>35</sup> Там же. — С.68.

<sup>36</sup> Доклад «Инвестиционный климат в России» подготовлен в 1999 г. Научно-благотворительным фондом «Экспертный институт» совместно с компанией «Эрнст энд Янг», Высшей школой экономики и Бюро экономического анализа при поддержке иностранных инвесторов. *Цит. по:* Кравченко Н.А. Инвестиционный анализ. — М.:Дело, 2007. — С.13.

- возможность доступа к природным ресурсам страны.

Далее рассмотрим точку зрения Всемирного банка.

Всемирный банк определяет инвестиционный климат как действующие на территории факторы, которые создают возможности и желания фирм инвестировать, создавать рабочие места и расширять деятельность<sup>37</sup>.

Правительственная политика играет ключевую роль в создании климата. Хотя правительства могут лишь ограниченно влиять на природные факторы, они в состоянии обеспечить право собственности, регулирование налогообложения, формирование инфраструктуры, функционирование финансовых рынков и рынков рабочей силы. Факторы, формирующие инвестиционный климат, представлены в табл. 15.1.

Таблица 15.1

**Факторы, влияющие на возможности и стимулы для частных инвестиций**

| Факторы  | Правительство может значительно повлиять на:   | Правительство имеет небольшое влияние на:  |
|--|--|--|
| Издержки   | Коррупцию; Налоги; Бюрократию, регулятивное давление; Стоимость инфраструктуры и финансирования                                  | Рыночные цены на сырье; Технологические возможности; Транспортные затраты  |
| Риски  | Предсказуемость политики, доверие к ней; Макроэкономическая стабильность; Права собственности; Исполнение контрактов             | Реакцию потребителей и конкурентов; Внешние шоки; Природные катастрофы; Надежность поставок                        |
| Препятствия на пути создания конкурентного рынка | Регулятивные препятствия к входу на рынок и выходу из него; Антимонопольное законодательство; Функционирование финансовых рынков | Размер рынка и расстояние до рынков сырья и готовой продукции; Экономия от масштаба в отдельных видах деятельности |

## Глава 16. Инвестиционная политика фирмы

### 16.1. Инвестиционная политика

Инвестиционная политика предприятия — это долгосрочный план действий, направленных на привлечение и размещение инвестиций предприятия.

Инвестиционная политика компании включает:

- формирование долгосрочных целей ее деятельности;
- поиск новых объектов инвестиций;
- разработка технологических, маркетинговых и финансовых прогнозов;
- подготовка бюджета инвестиций;
- анализ инвестиционных проектов.

<sup>37</sup> Доклад о мировом развитии. 2005. Как сделать инвестиционный климат благоприятным для всех [Электр. ресурс]. — М.: Весь мир, 2005. — Режим доступа: <http://www.worldbank.org/wdr2005>.

Финансирование реальных инвестиций может быть в форме:

- долговое финансирование (бюджетные средства, банковские кредиты, облигационные займы);
- прямое финансирование (прибыль, фонд накопления);
- эмиссионный доход от размещения акций на фондовом рынке;
- лизинг.

Инвестиционная политика фирмы должна обеспечить использование лучших эффективных способов финансирования реальных инвестиций и эффективных форм вложения капитала в различные инструменты финансового рынка.

Основные этапы управления инвестициями:

1. Анализ уровня реального и портфельного (финансового) инвестирования в прошлом.
2. Определение общего объема инвестиций в будущем (план)
3. Выбор источников финансирования и объектов вложения средств
4. Оценка эффективности реальных инвестиционных проектов и инвестиционных качеств отдельных финансовых инструментов.
5. Формирование совокупности (портфеля) реальных и финансовых (портфельных) инвестиций.
6. Мониторинг портфеля: календарный график, реализация, обновление.

Принципы управления инвестиционной программой фирмы:

1. Соответствие соотношения доход/риск всего портфеля целям инвестора.
2. При одинаковой доходности предпочтительна менее рискованная инвестиция.
3. При равном риске из всех возможных вариантов инвестиций выбирается проект с максимальным доходом.

## 16.2. Понятие и виды инвестиционных проектов

**Проект** — это изменение исходного состояния объекта, связанное с затратой определенных ресурсов.

В соответствии с ФЗ №39-ФЗ 1999 «Об инвестиционной деятельности в РФ, осуществляемой в форме капитальных вложений» термин проект можно понимать в двух смыслах:

- 1) как комплект документов, содержащих формулирование цели предстоящей деятельности и определение комплекса действий, направленных на ее достижение, и
- 2) как сам этот комплекс действий (работ, услуг, приобретений, управленческих операций и решений), направленных на достижение сформулированной цели, т.е. как деятельность.

Как правило термин «проект» употребляется во втором смысле, в смысле деятельности.

**Инвестиционный проект** — это комплекс конкретных экономических, организационных, правовых и технических действий, направленных на осуществление инвестиционных целей.

Инвестиционный проект должен включать следующие разделы:

1. Обоснование актуальности проблемы, краткое содержание идеи проекта.
2. Система целей.
3. План мероприятий по реализации целей.
4. Комплексное ресурсное обеспечение проекта.
5. Механизм реализации проекта и система мотивации.
6. Экспертное заключение проекта.

Классификация инвестиционных проектов.

Первый критерий классификации — это время реализации. По этому критерию различают кратко-, средне- и долгосрочные проекты.

Второй критерий классификации — это масштаб проекта. По данному критерию выделяют —

- монопроекты (одна организация, одно конкретное изделие, один руководитель проекта);
- мультипроекты — комплексная программа, содержит несколько монопроектов (много компаний, решение крупной технической проблемы, создание центра координации);
- мегапроекты — многоцелевые комплексные программы, содержит несколько мультипроектов (первооружение отрасли, решение федеральных региональных проблем).

Третий критерий классификации — размер (объем) инвестиций. По этому критерию различают: крупные (более 1 млрд. руб. — приоритетный по ФЗ №160-ФЗ 1999 «Об иностранных инвестициях в РФ»), средние и малые (до 1 млн. руб.).

Четвертый критерий классификации — это тип доходов. По такому критерию проекты можно разделить на следующие:

- производство новых товаров;
- сокращение затрат (производственных, непроизводственных);
- социальный проект (социальные объекты);
- расширение существующего производства и др.

Пятый критерий классификации — это зависимость проектов друг от друга. По этому критерию выделяют: взаимоисключающие, независимые, зависимые (замещающие (–), комплементарные (+)).

Шестой критерий классификации — это тип денежного потока. По этому критерию выделяют такие проекты, как ординарные (одинаковые суммы притоков и оттоков средств) и неординарные проекты.

### 16.3. Анализ инвестиционных проектов

Больше всех используется такой метод анализа, как метод расчета чистого дисконтированного дохода или NPV (Net Present Value). Он рассчитывается по формуле:

$$NPV = \sum_{k=1}^n \frac{E_k - IC}{(1+r)^k}$$

где IC — сумма инвестиций;

$P_k$  — годовые доходы (в  $k$  период);

$r$  — коэффициент дисконтирования.

Коэффициент дисконтирования выбирается исходя из ежегодного процента возврата, который хочет или может иметь на вложенный капитал. Чистая настоящая (приведенная) стоимость отражает прогнозную оценку изменения потенциала фирмы в результате данного проекта.

Если  $NPV > 0$ , то проект следует принять. Если  $NPV < 0$ , то проект следует отвергнуть и если  $NPV = 0$ , то нужно использовать другие критерии оценки проекта.

Данный метод можно использовать при анализе оптимальности инвестиционного портфеля и при анализе длительных проектов.

Метод расчета индекса рентабельности инвестиций.

$P_k$

$$PI = \sum_{k=1}^n \frac{P_k}{(1+r)^k} / IC$$

(1+r)

где  $IC$  — сумма инвестиций;

$P_k$  — годовые доходы (в  $k$  период);

$r$  — коэффициент дисконтирования.

Если  $PI > 1$ , то проект следует принять. Если  $PI < 1$ , то проект следует отвергнуть и если  $PI = 1$ , то нужно использовать другие критерии оценки проекта.

Достоинство данного метода — это использование универсального и относительного показателя.

Срок окупаемости проекта показывает число периодов, необходимых для того, чтобы окупить инвестиции.

Достоинство этого метода — это возможность установления лимита по времени и наглядность оценки риска проекта.

#### **16.4. Принципы оценки эффективности инвестиционных проектов**

В основу оценок эффективности ИП положены следующие основные принципы, применимые к любым типам проектов независимо от их технических, технологических, финансовых, отраслевых или региональных особенностей:

Принцип 1 — это рассмотрение проекта на протяжении всего его жизненного цикла (расчетного периода);

Принцип 2 — это моделирование денежных потоков, включающих все связанные с осуществлением проекта денежные поступления и расходы;

Принцип 3 — это сопоставимость условий сравнения различных проектов (вариантов проекта);

Принцип 4 — это принцип положительности и максимума экономического эффекта;

Принцип 5 — это учет фактора времени. При оценке эффективности проекта должны учитываться различные аспекты фактора времени, в том числе динамичность (изменение во времени) параметров проекта и его экономического

окружения; разрывы во времени между производством продукции или поступлением ресурсов и их оплатой; неравноценность разновременных затрат и/или результатов;

Принцип 6 — это учет только предстоящих затрат и поступлений. При расчетах показателей эффективности должны учитываться только предстоящие в ходе осуществления проекта затраты и поступления, включая затраты, связанные с привлечением ранее созданных производственных фондов, а также предстоящие потери, непосредственно вызванные осуществлением проекта;

Принцип 7 — это сравнение «с проектом» и «без проекта». Оценка эффективности ИП должна производиться сопоставлением ситуаций не «до проекта» и «после проекта», а «без проекта» и «с проектом»;

Принцип 8 — это учет всех наиболее существенных последствий проекта. При определении эффективности ИП должны учитываться все последствия его реализации, как непосредственно экономические, так и внеэкономические. В тех случаях, когда их влияние на эффективность допускает количественную оценку, ее следует произвести. В других случаях учет этого влияния должен осуществляться экспертно;

Принцип 9 — это учет несовпадения интересов разных участников проекта, и различных оценок стоимости капитала, выражающихся в индивидуальных значениях нормы дисконта;

Принцип 10 — это многоэтапность оценки. На различных стадиях разработки и осуществления проекта его эффективность определяется заново, с различной глубиной проработки;

Принцип 11 — это учет влияния инфляции (учет изменения цен на различные виды продукции и ресурсов в период реализации проекта) и возможности использования при реализации проекта нескольких валют;

Принцип 12 — это учет (в количественной форме) влияния неопределенностей и рисков, сопровождающих реализацию проекта.

Оценка эффективности проекта является сложной, комплексной задачей. Сложность определяется многими факторами. Первоначальная оценка эффективности проекта может значительно отличаться от заключительной оценки эффективности проекта.

Проект, эффективный для одного предприятия, может оказаться неэффективным для другого в силу объективных и субъективных причин. Например: месторасположение предприятия, состояние основных фондов, уровень профессионализма персонала, уровень руководителей предприятия и др.

Оценка эффективности проекта должна быть проведена в любом случае, но не любыми методами. Выбор методов оценки эффективности зависит от поставленных целей проекта.

## Глава 17. Оценка эффективности хозяйственной деятельности фирмы

### 17.1. Анализ ликвидности фирмы

Анализ является одной из основных функций управления и состоит из разъединения целостной совокупности на отдельные части, изучая которые получают представление о развитии всей совокупности под влиянием как внутренних, так и внешних факторов. Анализ хозяйственной деятельности предприятия (фирмы) позволяет исследовать взаимодействие элементов производительных сил (орудий труда, предметов труда и рабочей силы) по стадиям производства и реализации продуктов труда, понять и объективно оценить эффективность работы персонала предприятия при имеющемся производственном потенциале. В процессе анализа выявляются резервы, причинно-следственные связи и факторы, которые можно использовать для роста эффективности деятельности фирмы.

Эффективность хозяйственной деятельности предприятия характеризуется системой показателей, расчет и анализ которых представляет интерес не только для работников организации, но и для ее партнеров, инвесторов, кредиторов, налоговых служб и др.

Ликвидность предприятия — это степень покрытия обязательств предприятия его активами, срок превращения которых в денежную форму соответствует сроку погашения обязательств.

Классификация активов и пассивов:

A1 — наиболее ликвидные активы, которые включают денежные средства и краткосрочные финансовые вложения со сроком до 3х месяцев.

A2 — быстрореализуемые активы — дебиторская задолженность со сроком погашения в течение 12 месяцев.

A3 — медленно реализуемые активы, включающие в себя производств запасы.

A4 — трудно реализуемые активы, включающие в себя основные средства.

П1 — наиболее срочные обязательства — кредиторская задолженность (до 3х месяцев), кредиты и ссуды, не погашенные в срок.

П2 — краткосрочные пассивы, включающие кредиты и займы до 12 месяцев.

П3 — долгосрочные пассивы — долгосрочные кредиты и займы со сроком погашения более 12 месяцев.

П4 — постоянные пассивы, включающие уставной капитал баланса.

Баланс предприятия считается абсолютно ликвидным, если

A1 больше или равно П1, A2 больше или равно П2

A3 больше или равно П3, A4 меньше или равно П4.

Четвертое неравенство имеет глубокий экономический смысл. Его выполнение свидетельствует о соблюдении минимального уровня устойчивости предприятия, а именно финансирования основных средств за счет долгосрочных источников.

Сопоставление активов и пассивов позволяет выявить текущую и перспективную ликвидность.

$$\text{Текущая ликвидность} = (A1 + A2) - (П1 + П2)$$

$$\text{Перспективная ликвидность} = A3 - П3$$

Если текущая ликвидность больше 0, то предприятие платежеспособно. Положительное значение перспективной ликвидности предоставляет прогноз платежеспособности предприятия в следующем периоде.

Более точная оценка ликвидности баланса и платежеспособности предприятия производится на основе относительных показателей — коэффициентов ликвидности (табл. 17.1).

Таблица 17.1

Основные коэффициенты оценки ликвидности баланса

| № ф. | Показатели   | Формула расчета (по строкам бух.баланса, Форма №1)  | Норматив                  |
|------|--|---|---------------------------|
| 1.12 | Общий показатель ликвидности (L1)(по группам ликвидности активов и срочности пассивов) | $(A_1 + 0,5 * A_2 + 0,3 * A_3) / (П_1 + 0,5 * П_2 + 0,3 * П_3)$   | $L1 \geq 1$               |
| 1.13 | Коэф-циент абсолютной ликвидности (L2)   | $(\text{стр.250} + \text{стр.260}) / (\text{стр. 690} - \text{стр.640} - \text{стр.650} - \text{стр.660})$                  | $L2 \geq 0,2 - 0,3$       |
| 1.14 | Коэф-циент быстрой ликвидности (L3)  | $(\text{стр.240} + \text{стр.250} + \text{стр.260}) / (\text{стр. 690} - \text{стр.640} - \text{стр.650} - \text{стр.660})$ | $L3 \geq 0,6 - 0,7$       |
| 1.15 | Коэф-циент текущей ликвидности (L4)  | $\text{стр.290} / (\text{стр. 690} - \text{стр.640} - \text{стр.650} - \text{стр.660})$                                     | $L4 > 2$<br>(от 1,5 до 3) |

Показатель L1 отражает общую ликвидность баланса с учетом срочности обязательств и риска ликвидности выраженных коэффициентами (1-самые ликвидные активы и самые срочные пассивы — 0,3 — медленно реализуемые активы и долгосрочные пассивы). Норматив значение более 1, означает, что общий объем оборотных активов должен превышать объем заемных средств, что обеспечит платежеспособность предприятия.

Коэффициенты L2 и L3 отражают возможность покрытия обязательств за счет наиболее мобильных активов предприятия.

Коэффициент L4 определяет степень покрытия обязательств за счет всего объема оборотных активов. Его нормативное значение более 2.



## 17.2. Анализ финансовой устойчивости фирмы

Важнейшей характеристикой финансового состояния предприятия является стабильность его деятельности в плане долгосрочной перспективы. Она связана с общей финансовой структурой предприятия, степенью его зависимости от внешних обязательств.

Задача анализа финансовой устойчивости — оценка величины и структуры активов и пассивов. Соответствующие показатели характеризуют степень независимости предприятия по каждому элементу активов (оборотных и внеоборотных) и по имуществу предприятия в целом. Они дают возможность измерить, достаточно ли устойчиво предприятие в финансовом отношении, чтобы бесперебойно работать.

Финансовое состояние может быть устойчивым, неустойчивым (предкризисным) и кризисным.

Устойчивое финансовое состояние — это способность предприятия успешно сохранять равновесие своих активов и пассивов, поддерживать свою платежеспособность и инвестиционную привлекательность в границах допустимого уровня риска.

Если платежеспособность — это внешнее проявление ФСП, то финансовая устойчивость — внутренняя его сторона, отражающая сбалансированность денежных и товарных потоков, доходов и расходов, средств и источников их формирования.

Для обеспечения финансовой устойчивости предприятие должно обладать гибкой структурой капитала и уметь организовать его движение таким образом, чтобы обеспечить постоянное превышение доходов над расходами с целью сохранения платежеспособности и создания условий для нормального функционирования.

Для оценки финансовой устойчивости используется следующая система относительных показателей финансовой устойчивости организации:

Таблица 17.2

Показатели финансовой устойчивости

| Наименование показателя                             | Формула расчета                                   |
|---|---|
| Коэффициент концентрации собственного капитала (СК) | $СК / \text{всего хозяйственных средств (нетто)}$ |
| Коэффициент финансовой зависимости                  | $\text{всего хозяйственных средств (нетто)} / СК$ |
| Коэффициент концентрации заемного капитала (ЗК)     | $ЗК / \text{Всего хозяйственных средств (нетто)}$ |

## 17.3. Анализ деловой активности фирмы

Анализ данных показателей строится на необходимости ускорения оборачиваемости активов предприятия. В этом случае анализируемый показатель совершает максимальное число циклов и, соответственно, оборот средств занимает минимальное время, что, в свою очередь, высвобождает значительные денежные средства. Показатели деловой активности включают:

- общий коэффициент оборачиваемости;

- оборачиваемость запасов;
- оборачиваемость оборотных активов;
- оборачиваемость собственных средств.

Таблица 17.3

Показатели деловой активности фирмы

| Наименование показателя                                    | Формула расчета   |
|--|---|
| Коэффициент общей оборачиваемости капитала                 | Выручка от реализации продукции (работ, услуг) / средний за период итог баланса   |
| Фондоотдача (оборотность) ОС и прочих внеоборотных активов | Выручка от реализации продукции (работ, услуг) / средняя за период величина ОС по балансу   |
| Коэффициент оборачиваемости материальных оборотных средств | Выручка от реализации продукции (работ, услуг) / средняя за период величина запасов и затрат по балансу                           |
| А. Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности   | Выручка от реализации продукции (работ, услуг) / средняя за период дебиторская задолженность                                      |
| Средний срок оборота дебиторской задолженности             | 365 / формула А   |
| Коэффициент оборачиваемости собственного капитала          | Выручка от реализации продукции (работ, услуг) / средняя за период величина источников собственных средств предприятия по балансу |
| Б. Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности  | Выручка от реализации продукции (работ, услуг) / средняя за период кредиторская задолженность                                     |
| Средний срок оборота кредиторской задолженности            | 365 / формула Б   |

#### 17.4. Анализ рентабельности фирмы

Рентабельность (доходность) работы фирмы представляет собой качественную характеристику полученной прибыли.

По абсолютной величине прибыли нельзя судить об эффективности работы предприятия. Действительно, одна и та же прибыль может быть получена за счет совершенно разных ресурсов и затрат, и соответственно предприятия имеют совершенно разную эффективность.

В качестве оценочных коэффициентов аналитиками часто используются следующие показатели рентабельности: коэффициент рентабельности имущества, который показывает, сколько прибыли может быть получено на 1 руб. стоимости имущества; коэффициент рентабельности собственных средств, позволяющий судить, сколько прибыли приходится на 1 руб. капитала; коэффициент рентабельности производственных фондов, который дает информацию о том, сколько прибыли получено на 1 руб. вложенных основных и материальных оборотных средств; коэффициент рентабельности акционерного капитала, определяющий, сколько прибыли получено на 1 руб. средств собственников; коэффициент рентабельности финансовых вложений, определяющий размер прибыли, полученной от инвестиций; коэффициент рентабельности продаж, показывающий, сколько прибыли получено на 1 руб. реализованной продукции; коэффициент рентабельности продукции, показывающий, сколько прибыли получено на 1 руб. затрат по производству и реализации продукции.

## Показатели рентабельности предприятия

| Наименование показателя                         | Формула расчета  |
|---|--|
| Рентабельность продаж                           | Прибыль от реализации продукции (работ, услуг) /<br>выручка от реализации продукции (работ, услуг)   |
| Рентабельность всего капитала фирмы             | Прибыль от реализации продукции (работ, услуг) /<br>средний за период итог баланса-нетто   |
| Рентабельность ОС и прочих внеоборотных активов | Прибыль от реализации продукции (работ, услуг) /<br>средняя за период величина ОС и прочих внеоборотных активов  |
| Рентабельность собственного капитала            | Прибыль от реализации продукции (работ, услуг) /<br>средняя за период величина источников собственных средств предприятия по балансу   |
| Рентабельность инвестированного капитала        | Прибыль от реализации продукции (работ, услуг) /<br>(средняя за период величина источников собственных средств предприятия по балансу + средняя за период величина долгосрочных кредитов и займов) |

Показатели рентабельности рассчитываются по данным финансовой отчетности и используются для оценки эффективности как предприятия в целом, так и выделенных на баланс подразделений.

## Заключение

В настоящее время задача управления фирмами стала еще более актуальной. В последнее время российские предприятия подвергаются негативному воздействию многих внутренних и внешних социально-экономических факторов, характерных для национальной экономики в условиях мирового финансового кризиса.

Фирмы являются важнейшим звеном рыночной экономики. В процессе их деятельности опосредствуется большая часть денежного оборота в государстве, происходит формирование источников капитала для расширенного воспроизводства, путем перераспределения временно свободных денежных средств всех участников производственного процесса — государства, хозяйствующих субъектов и населения. При этом фирмы способствуют переливу капиталов из наименее эффективных отраслей национальной экономики в наиболее конкурентоспособные.

Экономика фирмы как образовательная дисциплина — это комплекс знаний о средствах, законах и правилах управления фирмой. Она включает широкий спектр управленческих и организационных форм, методов и правил рационального использования экономических ресурсов, объектов, процессов и способов с целью создания и распределения материальных и духовных благ, без которых не может обходиться как отдельный человек, так и общество в целом.

С ростом глобализации производства, стремительным расширением ассортимента выпускаемой продукции повышается сложность управления фирмами. Наряду с этим использование современных информационных технологий становится необходимым условием успеха в управлении предприятием и обеспечения его развития. Задачи экономистов, независимо от того, в каких фирмах они заняты, сводятся в конечном счете к оптимизации использования ресурсов.

Автор исследования выражает надежду на то, что данный учебник послужит дальнейшему теоретическому развитию в области анализа деятельности фирм.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. О Центральном Банке РСФСР (Банке России). Закон РСФСР от 02.12.90г. №394-1. [Электронный ресурс] Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».
2. О Банках и банковской деятельности. Федеральный закон от 05.02.96г. №17-ФЗ (последнее изменение от 07.08.01). [Электронный ресурс] Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».
3. О несостоятельности (банкротстве) кредитных организаций. Федеральный закон от 25.02.99г. №40-ФЗ. [Электронный ресурс] Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».
4. О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации. Федеральный закон от 23.12.03 №177-ФЗ. [Электронный ресурс] Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».
5. Об инвестиционной деятельности в РФ, осуществляемой в форме капитальных вложений. Федеральный закон от 25.02.99г. №39-ФЗ. [Электронный ресурс] Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».
6. Об обязательных нормативах банков. Инструкция ЦБ РФ от 16.01.04 №110-И. [Электронный ресурс] Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».
7. О критериях определения финансового состояния кредитных организаций. Указание ЦБ РФ от 31.03.2000г. №776-У. [Электронный ресурс] Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».
8. О методике определения собственных средств (капитала) кредитных организаций. Положение ЦБ РФ от 10.02.03г. №215-П. [Электронный ресурс] Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».
9. Абрютин М.С., Грачев А.В. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия. — М.: Дело и сервис, 1994. — 256 с.
10. Балабанов И.Т. Финансовый менеджмент. Учебное пособие для средних специальных учебных заведений. — М.: Финансы и статистика, 2000. — 525 с.
11. Бочаров В.В. Финансовый анализ. — СПб.: Питер, 2001. — 218с.
12. Булгакова Л.Н. Управление финансово-хозяйственной деятельностью предприятия. — М.: «Перспектива», 2002. — 174с.
13. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. — Мн.: ООО «Новое знание», 2000. — 668с.
14. Шеремет А.Д., Негашев Е.В. Методика финансового анализа. — М.: ИНФРА-М, 1999. — 250с.
15. Гражданский кодекс РФ. — М., 2010.
16. Трудовой кодекс РФ. — М., 2002.
17. Гелета И.В., Калининская Е.С., Кофанов А.А. Экономика организации (предприятия) : учеб.пособие. — М.: Магистр, 2007.
18. Грибов В.Д., Грузинов В.П. Экономика предприятия. — М., 2003.
19. Складенко В.К., Прудников В.М. Экономика предприятия: Конспект лекций. — М.: ИНФРА-М, 2006.
20. Титов В.И. Экономика предприятия: учебник — М.: Эксмо, 2008.

21. Экономика предприятия: Учебник для вузов / Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля, проф. В.А. Швандара. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007.

22. Хуссамов Р.Р. Инновационные стратегии и риски. — Казань: Изд-во КГУ, 2007.

23. Анализ экономических рисков предприятий Республики Татарстан / Хуссамов Р.Р., Сабиров И.Ф. — Казань: ЦИТ, 2007.

24. Хуссамов Р.Р., Галий Е.А. Анализ надежности и рисков в кредитных организациях в условиях мирового финансового кризиса. — Казань, Изд-во КГУ, 2009.

*Учебное издание*

ХУССАМОВ Раил Римович

**ЭКОНОМИКА ФИРМЫ (ПРЕДПРИЯТИЯ)**

ДЛЯ СТУДЕНТОВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ФАКУЛЬТЕТА

Корректор *Шамонова А.М.*

Техническое редактирование, оформление *Александровой М.Н.*

Формат 60\*90/16. Бумага газетная. Гарнитура New Roman. Печать офсетная.

Усл. печ. л. 6,0. Уч.-изд. л. 5,28. Тираж 500 экз. Заказ №

Издательство «Юниверсум».

420111, г. Казань, ул. Профсоюзная, д. 13/16.

Отпечатано в полном соответствии с качеством  
предоставленных материалов в типографии ОАО «Щербинская типография».

117623, г. Москва, ул. Типографская, д. 10.

**ДЛЯ ЗАМЕТОК**