

***ЭКОНОМИКА  
ПРЕДПРИЯТИЯ  
ГОСТЕПРИИМСТВА***

***УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ***

**ДЖОЛДАСБАЕВА Г.К.  
СУЛЕЙМАНОВА Г.Г.  
МОМЫНКУЛОВА С.М.**

***ЭКОНОМИКА  
ПРЕДПРИЯТИЯ  
ГОСТЕПРИИМСТВА***

**УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ**

**АЛМАТЫ 2018**

УДК 658 (075.8)  
Э 40

**Рецензенты:**

1. Керимова У.К., д.э.н., профессор директор центра стратегического управления КазНАУ
2. Разакова Д.И., доктор PhD, доцент, зав.кафедрой «Маркетинг и логистика», Университет Туран
3. Дауренбекова А.Н., д.э.н., профессор кафедры «Экономика» АО «Университет Нархоз»

**Экономика предприятия гостеприимства:** учебное пособие /Джолдасбаева Г.К., Сулейманова Г.Г., Момынкулова С.М. - Алматы: «Нурлы Алем», 2018. 312 с.

**ISBN**

В учебном пособии освещены основные проблемы экономики предприятия гостеприимства: создание предприятия гостеприимства, формирование и эффективность использования производственных ресурсов и предоставления услуг, система планирования деятельности, оплата труда и себестоимость и др. Особый интерес представляют главы, посвященные проблемам производственной, инвестиционной и инновационной деятельности и антикризисного управления предприятия сферы гостеприимства.

Для магистрантов, студентов экономических специальностей, преподавателей вузов, руководителей и специалистов, а также для широкого круга читателей, интересующихся проблемами экономики современных предприятий индустрии гостеприимства.

Д  $\frac{0605010200}{00(05) - 08}$

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b>	<b>7</b>
<b>ГЛАВА 1 ПРЕДМЕТ КУРСА «ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА»</b>	<b>9</b>
1.1 Понятие предприятия, цели и направления деятельности	<b>9</b>
1.2 Внешняя и внутренняя среда предприятия	<b>12</b>
1.3 Правовые основы функционирования предприятий	<b>16</b>
1.4 Цель, задачи и функции предпринимательства	<b>33</b>
1.5 Формы и виды предпринимательства	<b>35</b>
1.6. Цель, назначение и сфера деятельности предприятий гостеприимства	<b>42</b>
<b>Глава 2 ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННО ХОЗЯЙСТВЕННОГО ЦИКЛА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ГОСТЕПРИИМСТВА</b>	<b>47</b>
2.1 Понятие «услуга». особенности гостиничных услуг	<b>47</b>
2.2 Особенности маркетинга в сфере гостиничного хозяйства	<b>49</b>
2.3 Предпринимательство как экономическая категория	<b>50</b>
2.4 Производственная функция предприятия	<b>52</b>
2.5 Предприятие и предпринимательская деятельность в индустрии гостеприимства	<b>53</b>
2.6 Организация предприятий общественного питания	<b>54</b>
2.6 Организация производственно-хозяйственного цикла гостиничного предприятия	<b>55</b>
<b>ГЛАВА 3 ОСНОВНОЙ КАПИТАЛ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТЕПРИИМСТВА</b>	<b>65</b>
3.1 Основной капитал: сущность, структура и классификация	<b>65</b>
<b>3.2 Основной капитал предприятий размещения</b>	<b>70</b>
<b>3.3 Основной капитал ресторанного хозяйства</b>	<b>72</b>
3.4 Виды стоимостных оценок основного капитала	<b>73</b>
3.5 Износ и амортизация основного капитала	<b>74</b>
3.6 Показатели использования основного капитала и пути улучшения их использования	<b>78</b>
3.7 Источники формирования основного производственного капитала	<b>82</b>
3.8 Понятие, характеристика и оценка нематериальных активов	<b>92</b>
<b>ГЛАВА 4 ОБОРОТНОЙ КАПИТАЛ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТЕПРИИМСТВА</b>	<b>98</b>
4.1 Состав, структура и классификация оборотных средств	<b>98</b>
4.2 Кругооборот оборотных средств. Показатели оборачиваемости	<b>100</b>
4.3 Нормирование оборотных средств	<b>104</b>
4.4 Управление оборотными средствами	<b>109</b>

<b>ГЛАВА 5 ТРУДОВЫЕ РЕСУРСЫ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТЕПРИИМСТВА</b>	<b>120</b>
5.1 Рынок труда: сущность и механизм функционирования	120
5.2 Персонал предприятия и его структура	128
5.3 Нормирование рабочего времени и численности работников	131
5.4 Производительность труда	133
5.5 Факторы, влияющие на производительность труда	141
<b>ГЛАВА 6 ОПЛАТА ТРУДА РАБОТНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТЕПРИИМСТВА</b>	<b>146</b>
6.1 Сущность, структура и функции оплаты труда	146
6.2 Формы и системы оплаты труда	150
6.3 Бестарифная система оплаты труда	160
<b>ГЛАВА 7 ИЗДЕРЖКИ ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТЕПРИИМСТВА</b>	<b>168</b>
7.1 Задачи и основные признаки классификации затрат	168
7.2 Классификация затрат по экономическим элементам и статьям калькуляции	170
7.3 Классификация затрат с точки зрения управления ими	175
7.4 Калькулирование: понятие, принципы и методы калькулирования себестоимости услуг	178
<b>ГЛАВА 8 ПЛАНИРОВАНИЕ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТЕПРИИМСТВА</b>	<b>187</b>
8.1 Сущность и задачи планирования	187
8.2 Система планов на предприятии и их взаимосвязь	192
8.3 Принципы и методы планирования	196
8.4 Виды планирования	199
8.5 Система планов гостиничного предприятия	204
8.6 Программа развития предприятия	208
8.7 Финансовое планирование на предприятии	208
<b>ГЛАВА 9 СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РАЗМЕЩЕНИЯ И ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ</b>	<b>211</b>
9.1 Показатели деятельности гостиничного предприятия	211
9.2 Факторы, влияющие на показатели работы гостиничного предприятия	212
9.3 Гостиничный продукт	213
9.4 Система показателей хозяйственной деятельности предприятий общественного питания	216
9.5 Структура и содержание технологической документации	221

<b>ГЛАВА 10 ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОС-ТЕПРИИМСТВА</b>	<b>224</b>
10.1 Сущность и факторы финансового состояния предприятия	
10.2 Анализ финансовой устойчивости и оценка ее уровня	<b>228</b>
10.3 Показатели кредитоспособности предприятия	<b>231</b>
<b>ГЛАВА 11 ДОХОД И ПРИБЫЛЬ КАК ОБОЩАЮЩИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ</b>	<b>234</b>
11.1 Сущность и значение повышения доходов предприятия в современных условиях	234
11.2 Виды доходов	240
11.3 Система показателей доходов и рентабельность предприятия	246
<b>ТЕМА 12 ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТЕПРИИМСТВА</b>	<b>257</b>
12. 1 Оценка конкурентоспособности продукции и деятельности предприятия	<b>257</b>
12. 2 Потенциал предприятия и его реальные возможности	<b>258</b>
12. 3 Характеристики гостиничного продукта, влияющие на выбор покупателя	<b>263</b>
12. 4 Роль цены в повышении конкурентоспособности предприятия	<b>263</b>
12. 5 Ценовые стратегии: виды, выбор	<b>264</b>
<b>ГЛАВА 13 ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ, ИНВЕСТИЦИОННАЯ И ИННОВАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА</b>	<b>267</b>
13.1 Экономическая сущность и значение инвестиций	<b>267</b>
13.2 Классификация и структура инвестиций	<b>269</b>
13.3 Критерии и методы оценки эффективности инвестиционных проектов	<b>271</b>
13.4 Основы организации инновационной деятельности предприятия	<b>284</b>
<b>ГЛАВА 14 РИСКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА</b>	
14. 1 Понятие и виды рисков	<b>290</b>
14. 2 Риски организации, их предупреждение и страхование	<b>291</b>
14. 3 Внутренние и внешние риски	<b>294</b>
14. 4 Управление рисками, их предупреждение	<b>295</b>
14. 5 Риски в индустрии гостеприимства	<b>296</b>
14.6 Диверсификация рисков в индустрии гостеприимства	<b>299</b>
14.7 Понятие несостоятельности предприятия, банкротство и его виды	<b>302</b>
<b>СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ</b>	<b>304</b>

## ВВЕДЕНИЕ

Экономика — термин греческого происхождения, что дословно означает “искусство ведения хозяйства”. Любую работу, в процессе которой люди изготавливают необходимые для жизни продукты и предметы (материальные блага), перевозят и продают их, осуществляют послепродажное сервисное обслуживание товаров длительного использования, принято называть производственно — хозяйственной и коммерческой деятельностью, а предприятия (фирмы, организации), которые ведут такую деятельность, — субъектами хозяйствования (предпринимательской деятельности) органически взаимосвязанной экономической системы.

Экономика - это область человеческой деятельности, которая служит удовлетворению человеческих потребностей и является общим объектом для всех экономических наук. Именно на предприятиях создаются продукция и услуги, необходимые для производственных целей и нужд населения. Поэтому от того, как они используют свои ресурсы, какую выпускают продукцию по уровню качества и конкурентоспособности, как внедряют результаты НТП, зависят экономическое могущество страны и уровень жизни ее граждан.

Экономику вполне справедливо считают главной сферой деятельности людей, поскольку она обеспечивает общество жизненно важными материальными благами и услугами производственно-технического и потребительского назначения. В зависимости от степени интеграции составных элементов экономической системы выделяют экономику народного хозяйства страны (макроэкономику), экономику тех или иных отраслей народного хозяйствования (микроэкономику). Основным звеном экономической системы страны, где непосредственно производятся товары или предоставляются услуги населению и обществу в целом, является экономика фирмы (предприятия, организации).

Экономика предприятия как конкретная отрасль экономической науки и учебная дисциплина базируется на познании и сознательном использовании экономических законов и закономерностей функционирования и развития общественного производства. Именно изучение конкретных форм проявления этих законов и закономерностей в хозяйственной деятельности предприятия правомерно признается предметом упомянутой дисциплины. Таким образом, предмет дисциплины “Экономика предприятия” включает изучение: теории и практики хозяйствования на уровне предприятия; конкретных форм и методов хозяйствования, принципов формирования и использования производственного потенциала; взаимодействия всех видов ресурсов; организации и эффективности хозяйственно — коммерческой деятельности предприятия.

Всякое предприятие не существует само по себе, а связано с экономикой в целом, с одной стороны, через рынок производственных факторов, с другой - через рынок сбыта, поэтому и экономика предприятия должна исследовать отношения отдельных предприятий с другими хозяйственными единицами, с рынком. При этом она рассматривает хозяйственный процесс, как в целом, так и с точки зрения интересов отдельного предприятия. Предприятие в своей деятельности занимается не только хозяйственными проблемами, но и техниче-

скими, правовыми, социальными, психологическими, физиологическими и этическими вопросами. Это области изучения различных социальных наук и специальных экономических дисциплин, результаты и выводы которых необходимо учитывать при организации и осуществлении деятельности предприятия.

Экономика предприятия тесно связана с микро- и макроэкономикой, но не тождественна им. Так, например, микроэкономический анализ исходит не из отдельного предприятия, а из влияния рынка на отдельное предприятие и в действительности не является исследованием экономики и организации производства на уровне предприятия. Микроэкономический анализ рассматривает обе стороны рынка: предложение и спрос. В то же время анализ с позиций экономики предприятия рассматривает спрос как заданную величину.

С другой стороны, то, что составляет проблемы макроэкономики, например образование цен на производственные факторы, производство и распределение национального дохода и т.д., для экономики предприятия есть заданная величина, которую она учитывает. Любые перемены в экономике страны, например изменение структуры потребностей, демографические сдвиги, изменения доходов населения, технический прогресс, ведут к изменению ситуации на предприятии.

И наоборот, объекты изучения экономики предприятия, например издержки производства, являются для макроэкономики данными, которые следует учитывать в исследованиях.

Таким образом, экономика предприятия является *самостоятельной экономической дисциплиной*, предметом изучения которой является деятельность предприятия, процесс разработки и принятия хозяйственных решений.

Предметом изучения дисциплины «Экономика предприятия» являются сущность самого предприятия как коммерческой организации, ресурсы предприятия (основные производственные фонды, оборотные средства, рабочая сила, инвестиции) и пути улучшения их использования, производство, описание и объяснение всей хозяйственной деятельности предприятия. На основе познания закономерностей производственного процесса появляется возможность разработать хозяйственные методы реализации практических целей.

Учебное пособие «Экономика предприятий гостеприимства» написано авторами на основе опыта преподавания и обобщения многочисленных литературных источников.

# ГЛАВА 1 ПРЕДМЕТ КУРСА «ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЙ ГОС-ТЕПРИИМСТВА»

## 1.1 Понятие предприятия, цели и направления деятельности

В современных условиях предприятие является основным звеном всей экономики, поскольку именно на этом уровне создается нужная обществу продукция, оказываются необходимые услуги.

Предприятие - это самостоятельный, организационно обособленный хозяйствующий субъект, который производит и реализует продукцию, выполняет работы промышленного характера или предоставляет услуги.

Любое предприятие является юридическим лицом, имеет законченную систему учета и отчетности, самостоятельный бухгалтерский баланс, расчетный и другие счета, печать с собственным наименованием и товарный знак (марку). Предприятие как юридическое лицо должно соответствовать определенным признакам, установленным законодательством страны, к которым относятся: наличие своего имущества, самостоятельная имущественная ответственность, право приобретать, пользоваться и распоряжаться собственностью, а также осуществлять от своего имени иные дозволенные законом действия, право от своего имени быть истцом и ответчиком в суде и арбитраже, иметь самостоятельный бухгалтерский баланс, расчетный и иные счета в банке.

Существуют различные факторы, в соответствии с которыми предприятия подразделяются на группы. Наиболее существенны следующие факторы классификации:

- + используемые ресурсы,
- + отраслевая принадлежность,
- + местоположение,
- + размер предприятия,
- + форма собственности,
- + организационно-правовая форма.

В соответствии с особенностями используемых ресурсов предприятия делятся на:

- + трудоемкие (использующие в основном трудовые ресурсы),
- + фондоемкие (интенсивно использующие средства производства),
- + материалоемкие (интенсивно использующие сырье и материалы).

Для трудоемких предприятий характерна высокая доля затрат на оплату труда в совокупных издержках производства. Эти предприятия, как правило, имеют высокую степень разделения труда.

Фондоемкие предприятия имеют особенно большое количество средств производства. Значительная часть издержек производства представляет собой амортизационные отчисления. Технический прогресс ведет к специализации, механизации и автоматизации производства. При высокой степени механизации и автоматизации средств производства производственный процесс становится недостаточно гибким, возрастают издержки производства и предприятие

вынуждено решать проблему наиболее эффективного использования средств производства.

Материалоемкие предприятия имеют высокие объемы затрат материальных ресурсов. Этим предприятиям приходится решать задачу эффективного использования материальных ресурсов и экологических проблем, связанных с утилизацией отходов производства.

В соответствии с отраслевой принадлежностью предприятия подразделяются на:

- + промышленные предприятия, которые осуществляют добычу и переработку полезных ископаемых, и производство товаров;
- + торговые предприятия, которые сами не производят товары, но выполняют дистрибьюторские функции;
- + банки, которые собирают финансовые средства и предоставляют кредиты;
- + транспортные предприятия, которые занимаются перевозками с использованием различных транспортных средств;
- + страховые организации, которые осуществляют страхование от различных видов рисков;
- + предприятия в сфере услуг, например, гостиницы, консалтинговые фирмы и другие.

Наиболее удобным местоположением является такое, когда обеспечивается максимально возможная прибыль и рентабельность производства при прочих равных условиях. При этом нельзя забывать экологический принцип деятельности предприятия.

Выбор места расположения предприятия определяется на основе следующих критериев:

- + ориентация на материалы - с целью снижения транспортных расходов на материалы, это особенно важно для материалоемких предприятий;
- + ориентация на трудовые ресурсы - учитываются два обстоятельства: количество трудовых ресурсов в регионе и цена рабочей силы;
- + ориентация на продажу товаров и налоги - в случаях, когда в разных регионах действуют различные системы налогообложения, финансовой поддержки, налоговой политики. Предприятие располагается там, где эти условия наиболее выгодны;
- + ориентация на транспортные средства - выбор такого места расположения, которое обеспечивает предприятию наиболее выгодные гарантированные транспортные услуги. Удобно располагать предприятия вблизи транспортных узлов (портов, аэропортов, автомагистралей, железных дорог);
- + ориентация на источники энергии, что особенно важно для энергоемких предприятий. Однако в настоящее время это имеет не такое значение, как раньше, благодаря более широкому использованию электроэнергии;
- + ориентация на окружающую среду имеет в последние годы все большее значение и делает невозможным строительство некоторых предприятий в определенных регионах из соображений экологической безопасности;
- + ориентация на потребителя особенно важна для торговых предприятий.

✚ ориентация на особенности местности играет существенную роль для транспортных предприятий, которые должны учитывать особенности ландшафта и климата;

✚ ориентация на зарубежных партнеров - в случаях, когда предприятие непосредственно связано с зарубежными поставщиками или заказчиками.

Предприятия могут быть отнесены к малым, средним или крупным в зависимости от следующих факторов: количество работников, годовой оборот, размер основного капитала, количество рабочих мест, затраты на оплату труда, использование исходных материалов.

Главной целью (миссией) создания и функционирования предприятия является получение максимально возможного дохода за счет реализации потребителям производимой продукции (выполненных работ, оказанных услуг) на основе наиболее полного удовлетворения потребностей населения.

На основе общей миссии предприятия формируются и устанавливаются общефирменные цели, которые определяются интересами владельца, размерами капитала, ситуацией внутри предприятия, внешней средой и должны отвечать следующим требованиям: быть конкретными и измеримыми, ориентированными во времени, достигаемыми и взаимно поддерживаемыми.

Каждое предприятие - это сложная производственно-экономическая система с многогранной деятельностью. Наиболее четко выделяются направления, которые следует отнести к главным:

- 1) комплексное изучение рынка (маркетинговая деятельность);
- 2) инновационная деятельность (научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки, внедрение технологических, организационных, управленческих и других новшеств в производство);
- 3) производственная деятельность (изготовление продукции, выполнение работ и оказание услуг, разработка номенклатуры и ассортимента адекватных спросу на рынке);
- 4) коммерческая деятельность предприятия на рынке (организация и стимулирование сбыта произведенной продукции, услуг, действенная реклама);
- 5) материально-техническое обеспечение производства (поставка сырья, материалов, комплектующих изделий, обеспечение всеми видами энергии, техникой, оборудованием, тарой, и т.д.);
- 6) экономическая деятельность предприятия (все виды планирования, ценообразования, учет и отчетность, организация и оплата труда, анализ хозяйственной деятельности и т.п.);
- 7) послепродажный сервис продукции производственно-технического и потребительского назначения (пусконаладочные работы, гарантийное обслуживание, обеспечение запасными частями для ремонта и т.д.);
- 8) социальная деятельность (поддержание на надлежащем уровне условий труда и жизни трудового коллектива, создание социальной инфраструктуры предприятия, включающей собственные жилые дома, столовые, лечебно-оздоровительные и детские дошкольные учреждения, ПТУ и т.д.).

Имущество предприятия составляют основной капитал и оборотные средства, а также иные ценности, стоимость которых отражается в балансе предприятия. Источниками его формирования являются:

- ✚ денежные и материальные взносы учредителей;
- ✚ доходы от основной и других видов деятельности;
- ✚ доходы от ценных бумаг; кредиты банков и других кредиторов;
- ✚ капитальные вложения и дотации из бюджетов;
- ✚ безвозмездные или благотворительные взносы предприятий, организаций и граждан;
- ✚ иные источники.

Предприятие пользуется и распоряжается имуществом по своему усмотрению: продает, передает безвозмездно, обменивает или сдает в аренду.

Обобщающим показателем финансовых результатов хозяйственной деятельности предприятия является прибыль (доход), порядок использования которой определяет собственник.

Предприятие самостоятельно определяет фонд оплаты труда без ограничения его роста со стороны государственных органов, устанавливает формы, системы и размеры оплаты труда и другие виды доходов работников.

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

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

Государство гарантирует соблюдение прав и законных интересов предприятия: обеспечивает ему равные правовые и экономические условия хозяйствования, независимо от форм собственности; способствует развитию рынка и регулирует его с помощью экономических законов и стимулов, реализует антимонопольные меры.

Предприятие несет ответственность за нарушение договорных обязательств, кредитно-расчетной и налоговой дисциплины, требований к качеству продукции, за загрязнение окружающей среды. Предприятие должно обеспечивать безопасность производства, санитарно-гигиенические нормы и требования по защите здоровья его работников, населения и потребителей продукции.

## **1.2 Внешняя и внутренняя среда предприятия**

Предприятие - это открытая система, которая может существовать лишь при условии активного взаимодействия с окружающей (внешней) средой.

**Внешняя среда** - это совокупность активных хозяйствующих субъектов, экономических, общественных и природных условий, национальных и межгосударственных институциональных структур и других внешних условий и фак-

торов, действующих в окружении предприятия и влияющих на различные сферы его деятельности.

Внешнюю среду подразделяют на:

*микросреду* - среду прямого влияния на предприятие, которую создают поставщики материально-технических ресурсов, потребители продукции (услуг) предприятия, торговые и маркетинговые посредники, конкуренты, государственные органы, финансово-кредитные учреждения, страховые компании и другие контактные аудитории;

*макросреду*, влияющую на предприятие и его микросреду. Она включает природную, демографическую, научно-техническую, экономическую, экологическую, политическую и международную среду.

Предприятие должно ограничивать негативные воздействия внешних факторов, наиболее существенно влияющих на результаты его деятельности или, наоборот более полно использовать благоприятные возможности.

*Поставщики* - это разные субъекты хозяйствования, обеспечивающие предприятие материально-техническими и энергетическими ресурсами, необходимыми для производства конкретных товаров или услуг.

Основными клиентами предприятий являются потребители продукции (услуг) на разных клиентурных рынках:

- + потребителем (население, приобретающее товары и услуги для личного потребления);

- + производителей (организации, приобретающие продукцию производственно-технического назначения);

- + промежуточных продавцов, приобретающих товары и услуги для последующей их перепродажи с прибылью для себя;

- + государственных учреждений (оптовые покупатели продукции для государственных нужд);

- + международном (зарубежные покупатели на ранее перечисленных типах клиентурных рынков).

*Маркетинговые посредники* - это фирмы, помогающие предприятию в продвижении, сбыте и распространении его товаров среди клиентов. К ним относятся торговые посредники, фирмы - специалисты по организации товародвижения, агентства по оказанию маркетинговых услуг и кредитно-финансовые учреждения.

*Конкуренты* - соперники предприятия в борьбе за более выгодные условия производства и сбыта товаров, за получение наивысшей прибыли.

Предприятиям для производства конкурентоспособной продукции необходимо постоянно изучать своих конкурентов, разрабатывать и соблюдать определенную рыночную стратегию и тактику.

*Контактные аудитории* - это организации, проявляющие реальный или потенциальный интерес к предприятию или оказывающие влияние на его способность достигать поставленных целей. Это финансовые круги (банки, инвестиционные компании, фондовая биржа, акционеры), средства информации, различные государственные учреждения представительской и исполнительной власти, население и граждане группы действий (общественные организации).

В макросреде предприятия действует значительно большее количество факторов, чем в микросреде. Им свойственна многовариантность, неопределенность и непредсказуемость последствий.

*Природные факторы.* Для природной среды характерны: дефицит некоторых видов сырья, вздорожание энергии и усиление вмешательства государства в процесс рационального использования и воспроизводства природных ресурсов.

*Демографические факторы.* Для демографической среды характерны: увеличение смертности, снижение рождаемости, старение населения, рост числа служащих.

Снижение рождаемости уменьшает потребность в товарах на демографических рынках - детских, подростковых, молодежных, что вынуждает предприятия приспосабливать свою деятельность для удовлетворения потребностей людей среднего, предпенсионного и пенсионного возраста. Изменение структуры населения по возрастным группам привело к сокращению трудового потенциала, т.к. в трудоспособном возрасте во многих регионах оказалась меньшая часть населения. Это требует от предприятий разработки стратегии экономии живого труда путем технико-технологического перевооружения, повышения уровня механизации и автоматизации производственных процессов.

*Научно-технические факторы.* Научно-технический прогресс играет определяющую роль в развитии и интенсификации промышленного производства. Он охватывает все звенья процесса, включающего фундаментальные, теоретические исследования, прикладные изыскания, конструкторско-технологические разработки, создание образцов новой техники, ее освоение и промышленное производство, а также внедрение новой техники в народное хозяйство. Происходит обновление материально-технической базы промышленных предприятий, растет производительность труда повышается эффективность производства.

*Экономические факторы.* К основным факторам этой среды принадлежат: рост и спад промышленного производства, уровень и темпы инфляции, колебания курса тенге относительно валют других государств, система налогообложения и кредитования, спрос и предложение на рынке, платежеспособность контрагентов, уровень и динамика цен, безработица и др.

*Экологические факторы.* Для этой среды характерны: рост загрязнения окружающей среды и усиление вмешательства в процесс рационального использования и воспроизводства природных ресурсов, ужесточение государственного контроля за доброкачественностью и безопасностью товаров.

*Политические факторы.* На производственной и социальной деятельности предприятия определенно сказываются события, происходящие в политической среде. Для нее характерны: законодательное регулирование предпринимательской деятельности, повышение требований со стороны государственных учреждений, следящих за соблюдением законов. Внезапные изменения в политической ситуации в стране могут привести к изменению условий хозяйствования, к повышению ресурсных затрат, потере прибыли.

*Международные факторы*, к которым можно отнести интернационализацию мировой экономики, изменение стоимости доллара и евро на мировом рынке, рост экономической мощи отдельных государств, становление международной финансовой системы, открытие новых крупных рынков и др., оказывают влияние на предприятия, осуществляющие внешнеэкономическую деятельность.

Внутренняя среда предприятия является по существу реакцией на внешнюю среду.

Основные цели, которые ставит перед собой предприятие, сводятся к одной обобщенной характеристике – прибыли. При этом, естественно, должны учитываться и внутренняя среда фирмы, и внешняя. Все многообразие **внутренней среды** предприятия можно свести к следующим укрупненным сферам:

- + производство,
- + маркетинг,
- + научно-исследовательская и опытно-конструкторская работа (НИОКР),
- + финансовое управление,
- + общее управление.

Такое деление на сферы деятельности носит условный характер и конкретизируется в общих и производственных организационных структурах.

Рынок - это сфера товарного обмена и связанная с ним совокупность отношений, которые складываются между товаропроизводителями и покупателями по поводу купли-продажи.

Условия функционирования рынка: реализация многообразных форм собственности и их равноправие, создание рыночной инфраструктуры и свободная конкуренция, являющаяся регулирующей силой в рыночной экономике.

Рынок выполняет следующие функции:

- а) регулирующую (регулирует производство и обращение товаров и услуг);
- б) контролирующую (определяет общественную значимость произведенного продукта и затраченного на его производство труда);
- в) распределительную (устанавливает необходимые воспроизводственные пропорции, обеспечивающие сбалансированность экономики);
- г) стимулирующую (побуждает снижать индивидуальные затраты труда, использовать новую технику);
- д) информационную (информирует о состоянии дел в хозяйственной сфере);
- е) санирующую (очищает общественное производство от экономически слабых, неконкурентоспособных хозяйственных единиц).

*Инфраструктуру рынка* составляет совокупность субъектов, имеющих разные направления деятельности и обеспечивающих эффективное взаимодействие всех рыночных контрагентов. К наиболее важным элементам рыночной инфраструктуры относятся: товарные, товарно-сырьевые, фондовые и валютные биржи, коммерческие информационные центры, банки, транспортная и складская сеть, системы и средства коммуникации.

Таким образом, внешняя среда предприятия представляет собою единую рыночную систему с частными рынками:

- ✚ потребления;
- ✚ научно-технической, экономической, политической информации;
- ✚ капитала;
- ✚ рабочей силы;
- ✚ сырья, материалов и комплектации.

Эти рынки и само предприятие в своей внутренней среде должны подчиняться определенным «правилам игры» - законодательным правилам и ограничениям.

Предприятие, являясь составной частью внешнего окружения, обязано постоянно решать вопросы социального развития не только собственного трудового коллектива, но и местного и общегосударственного значения.

Поведение хозяйствующих субъектов на рынке регулируется **принципами**:

- ✚ взаимовыгодности и равноправия деловых отношений;
- ✚ ответственности перед конечным потребителем;
- ✚ достижения экономического и коммерческого преимущества исключительно за счет инноваций;
- ✚ экономного ведения хозяйства;
- ✚ соблюдения этического кодекса предпринимательства.

### **1.3 Правовые основы функционирования предприятий**

Под правовой формой предприятия подразумевается комплекс юридических, правовых, хозяйственных норм, определяющих характер, условия, способы формирования отношений между собственниками предприятия, а также между предприятиями и другими, внешними по отношению к нему субъектами хозяйственной деятельности и органами государственной власти.

Деятельность предприятия упорядочивают многочисленные юридические акты, основными из которых являются: гражданский кодекс РК, устав предприятия и коллективный договор, регулирующий отношения трудового коллектива с администрацией предприятия.

Гражданский кодекс РК определяет порядок создания, регистрации, ликвидации и реорганизации предприятия. Согласно существующему законодательству предприятие может создаваться собственником или по решению трудового коллектива; в результате принудительного разделения другого предприятия в соответствии с антимонопольным законодательством; в результате выделения из состава действующего предприятия одного или нескольких структурных подразделений.

Предприятие включается в государственный реестр со дня его регистрации. Ликвидация и реорганизация предприятия производятся по решению собственника и при участии трудового коллектива, либо по решению суда или арбитража, а также в случаях: признания его банкротом; если принято решение о запрете деятельности предприятия; если решением суда признаны недействительными учредительные документы и в других случаях.

Управление предприятием осуществляется в соответствии с уставом на основе сочетания прав собственника и принципов самоуправления трудового коллектива. Собственник может делегировать свои права по управлению предприятием совету предприятия либо другому органу, предусмотренному уставом предприятия и представляющему интересы собственника и трудового коллектива.

Организационно-правовая форма предприятия - это форма юридической регистрации предприятия, которая создает этому предприятию определенный правовой статус. По правовому статусу (организационно-правовым формам) предприятия делятся на: хозяйственные товарищества и общества, производственные кооперативы, государственные и муниципальные унитарные предприятия, индивидуальных предпринимателей без образования юридического лица.

Предприятия могут на договорных началах добровольно объединяться в концерны, консорциумы, корпорации, хозяйственные ассоциации и другие виды интеграционных структур. Из всех типов предприятий (фирм) в Казахстане наиболее распространены хозяйственные товарищества и общества, поэтому, сначала и рассмотрим эти типы.

*Хозяйственными товариществами и обществами* признаются коммерческие организации (предприятия) с разделенным на доли (вклады) учредителей уставным (складочным) капиталом.

Товарищества, как правило, представляют собой *объединение лиц*, а общества — *объединения капиталов*. Основное отличие между объединениями лиц и капиталов состоит в степени ответственности учредителей перед кредиторами.

**Хозяйственным товариществом** признается коммерческая организация, являющаяся юридическим лицом, с разделенным на доли (вклады) учредителей (участников) уставным капиталом имеющая в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли. Имущество, созданное за счет вкладов учредителей (участников), а также произведенное и приобретенное хозяйственным товариществом в процессе его деятельности принадлежит товариществу на праве собственности. Хозяйственное товарищество может быть создано одним лицом, которое становится его единственным участником. Участниками полного товарищества и полными товарищами в командитном товариществе могут быть только граждане.

Участники хозяйственного товарищества

1. Участниками полного товарищества и полными товарищами в командитном товариществе могут быть только граждане.

2. Гражданин может быть участником только одного полного товарищества или полным товарищем в одном командитном товариществе.

3. В полном товариществе должно быть не менее двух участников.

4. Участниками товарищества с ограниченной ответственностью, товарищества с дополнительной ответственностью и вкладчиками в командитном товариществе могут быть граждане и юридические лица, за исключением органов представительной, исполнительной и судебной власти.

Законодательными актами могут быть предусмотрены случаи, когда специально создаваемые для этих целей органы исполнительной власти могут быть участниками хозяйственного товарищества.

5. Товарищество с ограниченной ответственностью, товарищество с дополнительной ответственностью может быть создано одним лицом или состоять из одного лица в случае приобретения этим лицом всех долей уставного капитала товарищества.

6. Иностранные государства, международные организации, иностранные юридические лица и граждане, а также лица без гражданства принимают участие в хозяйственных товариществах, создаваемых в соответствии с настоящим Законом, на общих основаниях, если иное не установлено законодательными актами.

Учредительными документами хозяйственного товарищества являются учредительный договор и устав.

Субъекты малого, среднего и крупного предпринимательства, создаваемые в организационно-правовой форме хозяйственного товарищества, могут осуществлять свою деятельность на основании типового устава, содержание которого определяется Правительством Республики Казахстан.

Учредительным документом хозяйственного товарищества, которое учреждено одним лицом, является устав. Содержание учредительного договора хозяйственного товарищества представляет собой коммерческую тайну. Учредительный договор подлежит предъявлению в государственные или иные официальные органы, а также третьим лицам только по решению участников хозяйственного товарищества либо в случаях, установленных законодательными актами.

Все заинтересованные лица вправе ознакомиться с уставом хозяйственного товарищества.

Учредительный договор хозяйственного товарищества подписывается всеми его участниками.

Учредительный договор хозяйственного товарищества должен содержать перечень участников товарищества с указанием фамилии, имени и отчества (при его наличии), места жительства и данных документа, удостоверяющего личность, учредителей, являющихся физическими лицами, а также наименования и места нахождения учредителей, являющихся юридическими лицами.

В уставе хозяйственного товарищества определяются: вид товарищества, его наименование, место нахождения, срок деятельности (если он установлен при его учреждении), полномочия руководителя, органы управления и контроля, их компетенция, порядок образования имущества, порядок распределения прибыли и возмещения убытков, порядок и сроки предоставления участникам товарищества документов и информации о деятельности товарищества, а также приобретателям долей информации о деятельности товарищества; права и обязанности участников товарищества, порядок утверждения документов, регулирующих внутреннюю деятельность товарищества, и процедуры их принятия, порядок принятия решений органами товарищества и их отмены, условия

прекращения деятельности (реорганизации или ликвидации) товарищества, а также взаимоотношения между товариществом и учредителями (участниками).

Устав хозяйственного товарищества должен содержать перечень участников товарищества с указанием фамилий, имен и отчеств (при их наличии), места жительства и данных документа, удостоверяющего личность (для физических лиц), а также наименования и места нахождения (для юридических лиц).

В уставе могут содержаться и другие положения, предусмотренные законами Республики Казахстан или учредителями.

После государственной регистрации хозяйственного товарищества учредители являются участниками товарищества.

Имущество хозяйственного товарищества составляют основные капиталы и оборотные средства, а также иное имущество, стоимость которого отражается в самостоятельном балансе товарищества.

Имущество принадлежит хозяйственному товариществу на праве собственности.

Источниками формирования имущества товарищества являются:

- 1) вклады участников в уставный капитал;
- 2) доходы, полученные от его деятельности;
- 3) иные источники, не запрещенные законодательными актами.

Совокупность вкладов участников образует уставный капитал хозяйственного товарищества.

Вкладом в уставный капитал хозяйственного товарищества могут быть деньги, ценные бумаги, вещи, имущественные права, в том числе право землепользования и право на результаты интеллектуальной деятельности и иное имущество. Не допускается внесение вкладов в виде личных неимущественных прав и иных нематериальных благ.

Хозяйственные товарищества могут создаваться в форме полного товарищества, командитного товарищества, товарищества с ограниченной ответственностью, товарищества с дополнительной ответственностью.

Основные особенности отдельных видов хозяйственного товарищества следующие.

Полным признается хозяйственное товарищество, участники которого при недостаточности имущества полного товарищества несут солидарную ответственность по его обязательствам всем принадлежащим им имуществом.

*Полное товарищество* – это товарищество, участники которого (полные товарищи) в соответствии с заключенным между ними договором занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества и несут ответственность по его обязательствам принадлежащим им имуществом.

Управление предпринимательской деятельностью полного товарищества осуществляется по общему согласию всех его участников. Каждый участник полного товарищества как правило имеет один голос при решении каких-либо вопросов на общем собрании. Участники полного товарищества солидарно несут субсидиарную ответственность своим имуществом по обязательствам товарищества, т.е. фактически это утверждение означает неограниченную ответственность товарищей.

Полные товарищества распространены преимущественно в сельском хозяйстве и сфере услуг; обычно они представляют собой небольшие по размеру предприятия и их деятельность контролировать достаточно просто.

Участники полного товарищества образуют уставный капитал, размер которого должен быть не менее 25 размеров месячного расчетного показателя, законодательно установленного в Республике Казахстан на момент внесения участниками вкладов в уставный капитал.

*Коммандитное товарищество* – товарищество, в котором наряду с участниками, осуществляющими от имени товарищества предпринимательскую деятельность и отвечающими по обязательствам товарищества своим имуществом (полными товарищами), имеется один или несколько участников-вкладчиков (коммандитистов), которые несут риск убытков, связанных с деятельностью товарищества, в пределах сумм внесенных ими вкладов и не принимают участия в осуществлении товариществом предпринимательской деятельности.

Данная организационно-правовая форма предприятия характерна для более крупных предприятий из-за возможности привлечения значительных финансовых ресурсов через фактически неограниченное число коммандитистов. Уставный капитал коммандитного товарищества составляется из вкладов полных товарищей и вкладчиков и должен быть не менее 50 минимального месячного расчетного показателя, установленного законодательными актами в Республике Казахстан на момент внесения участниками вкладов в уставный капитал.

*Товариществом с ограниченной ответственностью* признается учрежденное одним или несколькими лицами товарищество, уставный капитал которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров; участники товарищества с ограниченной ответственностью не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью товарищества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов. Товарищество с ограниченной ответственностью не может иметь в качестве единственного участника другое хозяйственное товарищество, состоящее из одного лица. Уставный капитал общества с ограниченной ответственностью составляется из стоимости вкладов его участников.

Первоначальный размер уставного капитала ТОО равен сумме вкладов учредителей и не может быть менее 100 МРП, установленного законодательными актами в Республике Казахстан на момент внесения участниками вкладов в уставный капитал на дату представления документов для государственной регистрации товарищества.

*Товарищество с дополнительной ответственностью* – учрежденное одним или несколькими лицами товарищество, уставный капитал которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров; участники такого общества солидарно несут субсидиарную ответственность по его обязательствам своим имуществом в одинаковом для всех кратном размере к стоимости их вкладов, определяемом учредительными документами общества. При банкротстве одного из участников его ответственность по обязательствам общества распределяется между остальными участниками пропорционально их

вкладам, если иной порядок распределения ответственности не предусмотрен учредительными документами общества. В остальном, к товариществу с дополнительной ответственностью применяются правила настоящего Кодекса о товариществе с ограниченной ответственностью, поскольку иное не предусмотрено настоящей статьей.

Преимущества товариществ заключаются в следующем:

1. Товарищества легко организовать, т. е. практически просто заключается соглашение между участниками и нет особых бюрократических процедур.

2. Экономические, в частности, материальные, трудовые, финансовые возможности предприятия значительно увеличиваются.

3. Появляется возможность более высокой специализации участников товарищества в управлении из-за большого числа участников.

4. В РК данное преимущество использовать невозможно: в некоторых западных странах в налогообложении для некоторых фирм малого бизнеса делается исключение – они являются юридическими лицами, но налоги платит не фирма, а ее владельцы через индивидуальный подоходный налог.

Недостатки же подобных организационно-правовых форм, которые на первых этапах создания фирмы не всегда видны, проявляются в следующих моментах:

1. Участники товарищества не всегда однозначно понимают цели деятельности предприятия и средства достижения этих целей, т. е. у участников может проявиться несовместимость в интересах и, когда необходимо будет действовать со всей решительностью, участники либо будут бездействовать, либо их политика будет настолько несогласованной, что эта несогласованность может привести к убыткам, а то и к банкротству фирмы, причем опасней всего несогласованность по главным вопросам.

2. Финансовые ресурсы ограничены при развитии предприятия, и эта ограниченность не позволяет полностью раскрыть потенциал компании, ведь развивающееся дело требует новых капиталовложений.

3. Возникают сложности определения меры каждого в доходе или убытке предприятия, сложно разделить, образно выражаясь, «нажитое вместе имущество».

4. Необходимость внесения изменений в учредительные документы и государственной перерегистрации при изменении состава участников ТОО.

5. При продаже участником доли в имуществе ТОО, необходимо соблюдать право преимущественной покупки этой доли остальными участниками

*Акционерное общество (АО)* – общество, уставный капитал которого разделен на определенное число акций; участники акционерного общества (акционеры) не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им акций. Акционеры, не полностью оплатившие акции, несут солидарную ответственность по обязательствам акционерного общества в пределах неоплаченной части стоимости принадлежащих им акций.

Учредительным документом акционерного общества является его устав. В уставе АО должны быть указаны: полное и сокращенное фирменное наимено-

вание АО, место нахождения, тип общества (открытое или закрытое), количество, номинал, категории акций и типы привилегированных акций, права владельцев акций каждой категории(типа); размер уставного капитала, структура и компетенция органов управления АО в порядке принятия ими решений; порядок подготовки и проведения общего собрания акционеров.

АО несет ответственность по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом и не отвечает по обязательствам акционеров.

Акция - это ценная бумага, выпускаемая акционерным обществом, свидетельствующая об участии ее владельца в капитале акционерного общества и дающая право ее владельцу на получение определенной части прибыли этого общества в виде дивиденда.

С акцией связаны следующие права:

- при известных условиях участие в прибылях (право на дивиденды);
- участие в общем собрании акционеров;
- право голоса на общем собрании акционеров;
- обязательное предоставление информации от правления;
- привилегированное право на приобретение новых акций при увеличении капитала (преимущественное право на покупку акций).

По объему предоставляемых прав акции делятся на простые и привилегированные. Простые акции предоставляют акционерам перечисленные выше обычные права в соответствии с законом и уставом предприятия. Привилегированные акции могут быть нескольких типов, в каждом типе - одинаковый номинал и набор прав. Общество вправе размещать обыкновенные акции, а также один или несколько типов привилегированных акций. Номинальная стоимость размещенных привилегированных акций не должна превышать 25 процентов от уставного капитала общества.

Обыкновенные *акции* дают их владельцам право участвовать в управлении компанией посредством голосования на собраниях акционеров.

Вкладывая средства в обыкновенные акции, инвестор рассчитывает на получение доходов в виде периодических выплат дивидендов и роста курсовой стоимости акций. Как величина дивидендов, так и перспективы роста курсовой стоимости напрямую зависят от работы компании-эмитента.

Размер дивидендов устанавливается акционерами на годовом собрании. Некоторые, даже высокоприбыльные компании, могут не выплачивать дивиденды в течение продолжительных периодов времени, в тех случаях, когда разумно реинвестировать всю прибыль в развитие бизнеса.

Это может быть выгодно акционерам, так как новые капитальные инвестиции способны вызвать рост курсовой стоимости акций компании.

*Обыкновенные акции могут быть ограниченными:* они не дают права голоса или ограничивают его. Компании могут выпускать привилегированные и обыкновенные акции с ордером, который дает держателям право купить определенное число обыкновенных акций.

*Привилегированные акции*, которые не дают их владельцам права голоса и приобретаются в расчете на дивиденды и рост курсовой стоимости.

Размер дивиденда по привилегированным акциям устанавливается при их выпуске.

Дивиденды на привилегированные акции, как правило, устанавливаются по фиксированной ставке и выплачиваются до выплат по обыкновенным акциям и не зависят от прибыли компании и держатели привилегированных акций имеют преимущественное по отношению к владельцам обычных акций право на определенную долю активов акционерного общества при его ликвидации

*Акции кумулятивные* - по ним выплачиваются накопленные дивиденды. Если, например, на привилегированную акцию установлен дивиденд 5 %, но компания в данном году смогла выплатить только 3 %, то в следующем году она должна выплатить 7 % конвертируемыми - их можно обменять на обыкновенные по заранее определенной цене.

*Акции с плавающим курсом* - дивиденд по ним "привязывается" к процентной ставке банка;

*Акции возвратные и невозвратные.* Возвратные акции компания имеет право "отозвать" путем выкупа.

Помимо постоянно изменяющейся, определяемой многими факторами рыночной стоимости, акции имеют также номинальную стоимость. Номинальная стоимость устанавливается при акционировании, когда уставной капитал компании разделяется на количество выпускаемых акций. Она не является какой-либо важной характеристикой свойств акции и остается неизменной, за исключением случаев дробления или консолидации, при которых изменяется количество акций в обращении. Считается, при высокой стоимости акций дробление позволяет увеличить ликвидность, делая их более доступными для мелких инвесторов.

*Консолидация* - уменьшение количества акций в обращении путем замены определенного количества старых акций на новую.

*Дробление* - увеличение количества акций в обращении путем замены каждой старой акции определенным количеством новых.

Девяносто пять процентов объемов ежедневных торгов совершается только с несколькими акциями. Их называют *голубыми фишками*. Под голубыми фишками обычно понимают высоколиквидные акции, эмитированные лидерами национальной промышленности и имеющиеся в большом количестве в свободном обращении. Обычно это акции, эмитированные не просто крупным предприятием, но предприятием, представляющим одну из крупнейших отечественных монополий или финансово-промышленных групп (ФПГ). Кроме того, эмитент или ФПГ, в которую он входит, должны заботиться о развитии рынка этих акций. Подавляющее большинство "голубых фишек" в настоящее время - это акции крупнейших нефтяных и энергетических компаний. Наибольшее число сделок совершается именно с "голубыми фишками".

Акции менее ликвидных и менее капитализированных компаний называют акциями "второго эшелона".

Сделки с остальными акциями - их насчитывается несколько сот - совершаются довольно редко. Торги по многим акциям, допущенным к торгам на бирже, практически не ведутся, но зачастую именно они могут являться источ-

ником основной прибыли, будучи недооцененными и "выстрелив" в определенный момент. Эти акции - акции повышенного риска.

Уставный капитал акционерного общества составляется из номинальной стоимости акций данного акционерного общества, которые приобрели акционеры. Высшим органом управления акционерного общества является общее собрание акционеров. Собрание акционеров может назначать совет директоров с его председателем в случае, когда общее число акционеров превышает 50 человек.

Акционерные общества могут быть открытыми и закрытыми.

*Открытое акционерное общество (ОАО)* – общество, участники которого могут отчуждать принадлежащие им акции без согласия других акционеров. Такое акционерное общество вправе проводить открытую подписку на выпускаемые им акции и их свободную продажу на условиях, устанавливаемых законом и иными правовыми актами.

Открытое акционерное общество обязано ежегодно публиковать для всеобщего сведения годовой отчет, бухгалтерский баланс, счет прибылей и убытков.

*Закрытое акционерное общество (ЗАО)* – общество, акции которого распределяются только среди его учредителей или иного заранее определенного круга лиц. Такое общество не вправе проводить открытую подписку на выпускаемые им акции либо иным образом предлагать их для приобретения неограниченному кругу лиц.

Акционеры закрытого акционерного общества имеют преимущественное право приобретения акций, продаваемых другими акционерами этого общества.

В бухгалтерском учете акционерного общества отражается величина уставного капитала, зафиксированная в учредительных документах как совокупность акций по номинальной стоимости, принадлежащих учредителям (учредителю) и другим акционерам общества. Номинальная стоимость всех обыкновенных акций общества должна быть одинаковой.

Уставный капитал общества определяет минимальный размер имущества общества, гарантирующего интересы его кредиторов.

При учреждении общества все его акции должны быть размещены среди учредителей.

Уставный капитал не следует отождествлять с имуществом акционерного общества, стоимость которого уже при создании общества может быть большей или меньшей по сравнению с размером уставного капитала.

Размер уставного капитала в денежном выражении устанавливается в уставе акционерного общества как величина, отражающая стоимость размещаемых при учреждении общества акций, которые, в свою очередь, свидетельствуют о размере вкладов каждого из учредителей в уставный капитал, формируемый при создании общества и вкладов других акционеров при последующем увеличении уставного капитала. Уставный капитал акционерного общества потому и называется уставным, что его денежная величина, а также номинальная стоимость каждой из его составляющих определяются в учредительном документе, т.е. размер уставного капитала всегда четко определен.

Минимальный уставный капитал акционерного общества должен составлять не менее 50000 минимального расчетного показателя, установленного в РК законодательными актами на дату регистрации общества. Уставный капитал общества может быть увеличен путем увеличения номинальной стоимости акций или размещения дополнительных акций.

Решение об увеличении уставного капитала общества путем увеличения номинальной стоимости акций и о внесении соответствующих изменений в устав общества принимается общим собранием акционеров или советом директоров (наблюдательным советом) общества, если в соответствии с уставом общества или решением общего собрания акционеров совету директоров (наблюдательному совету) общества принадлежит право принятия такого решения.

Дополнительные акции могут быть размещены обществом только в пределах количества объявленных акций, установленного уставом общества.

Если решение вопроса об увеличении уставного капитала путем размещения дополнительных акций находится в компетенции общего собрания акционеров, то решение об увеличении уставного капитала общества путем размещения дополнительных акций может быть принято общим собранием акционеров одновременно с решением об увеличении количества объявленных акций.

Решение об увеличении уставного капитала путем размещения дополнительных акций в пределах количества объявленных акций может быть принято советом директоров (наблюдательным советом) общества, если в соответствии с уставом общества или решением общего собрания акционеров ему принадлежит право принятия такого решения.

Уставный капитал общества может быть уменьшен путем уменьшения номинальной стоимости акций или сокращения их общего количества, в том числе путем приобретения части акций.

Уменьшение уставного капитала общества путем приобретения и погашения части акций допускается, если такая возможность предусмотрена в уставе общества.

Общество не вправе уменьшать уставный капитал, если в результате этого его размер станет меньше минимального уставного капитала общества, определяемого на дату регистрации соответствующих изменений в уставе общества.

Решение об уменьшении уставного капитала общества путем уменьшения номинальной стоимости акций или путем приобретения части акций в целях сокращения их общего количества и о внесении соответствующих изменений в устав общества принимается общим собранием акционеров.

Высшим органом управления общества является общее собрание акционеров.

Годовое общее собрание акционеров проводится в сроки, устанавливаемые уставом общества. На годовом общем собрании акционеров решается вопрос об избрании совета директоров (наблюдательного совета) общества, ревизионной комиссии (ревизора) общества, утверждении аудитора общества, рассматривается представляемый советом директоров (наблюдательным советом) общества годовой отчет общества и иные документы.

Формирование общего собрания акционеров - важнейший этап в развитии акционерного общества, т.к. это собрание представляет собой высший орган управления общества, призванный выражать в определенной организационной форме совокупную волю акционеров. Выявление содержания этой воли должно проходить не реже одного раза в год (созыв очередного годового общего собрания). В законодательстве иностранных государств общее собрание акционеров рассматривается как орган, через который акционеры осуществляют свои права. Важнейшим правом является право акционеров участвовать в управлении обществом через его органы, формируемые самими акционерами.

К компетенции общего собрания акционеров относятся следующие вопросы:

- внесение изменений и дополнений в устав общества или утверждение устава в новой редакции;

- реорганизация общества;

- ликвидация общества, назначение ликвидационной комиссии и утверждение промежуточного и окончательного ликвидационного балансов;

- определение количественного состава совета директоров (наблюдательного совета) общества, избрание его членов и досрочное прекращение их полномочий;

- определение предельного размера объявленных акций;

- увеличение уставного капитала общества путем увеличения номинальной стоимости акций или путем размещения дополнительных акций;

- уменьшение уставного капитала общества путем уменьшения номинальной стоимости акций, приобретения обществом части акций в целях сокращения их общего количества или погашения не полностью оплаченных акций;

- образование исполнительного органа общества, досрочное прекращение его полномочий, если уставом общества решение этих вопросов не отнесено к компетенции совета директоров (наблюдательного совета) общества.

- избрание членов ревизионной комиссии (ревизора общества и досрочное прекращение их полномочий;

- утверждение аудитора общества;

- утверждение годовых отчетов, бухгалтерских балансов, счета прибылей и убытков общества, распределение его прибылей и убытков;

- принятие решения о неприменении преимущественного права акционера на приобретение акций общества или ценных бумаг, конвертируемых в акции,

- совершение крупных сделок, связанных с приобретением и отчуждением обществом имущества;

- участие в холдинговых компаниях, финансово-промышленных группах, иных объединениях коммерческих организаций;

- решение иных вопросов.

Вопросы, отнесенные к исключительной компетенции общего собрания акционеров, не могут быть переданы на решение совету директоров (наблюдательному совету) общества, за исключением решения вопросов о внесении изменений и дополнений в устав общества, связанных с увеличением основного

капитала общества. Общее собрание акционеров не вправе рассматривать и принимать решения по вопросам, не отнесенным к его компетенции.

Совет директоров (наблюдательный совет) общества осуществляет общее руководство деятельностью общества, за исключением решения вопросов, отнесенных к исключительной компетенции общего собрания акционеров.

К исключительной компетенции совета директоров (наблюдательного совета) общества относятся следующие вопросы:

- определение приоритетных направлений деятельности общества;
- созыв годового и внеочередного общих собраний акционеров общества, за исключением случаев, предусмотренных пунктом 6 статьи 55 настоящего Федерального закона;

- утверждение повестки дня общего собрания акционеров;

- определение дата составления списка акционеров, имеющих право на участие в общем собрании, и другие вопросы, отнесенные к компетенции совета директоров (наблюдательного совета) общества и связанные с подготовкой и проведением общего собрания акционеров;

- увеличение уставного капитала общества путем увеличения номинальной стоимости акций или путем размещения обществом акций в пределах количества и категории (типа) объявленных акций, если в соответствии с уставом общества или решением общего собрания акционеров такое право ему предоставлено;

- размещение обществом облигаций и иных ценных бумаг, если иное не предусмотрено уставом общества;

- определение рыночной стоимости имущества;

- приобретение размещенных обществом акций, облигаций и иных ценных бумаг;

- образование исполнительного органа общества и досрочное прекращение его полномочий, установление размеров выплачиваемых ему вознаграждений и компенсаций, если уставом общества это отнесено к его компетенции;

- рекомендации по размеру дивиденда по акциям и порядку его выплаты;

- использование резервного и иных фондов общества;

- утверждение внутренних документов общества, определяющих порядок деятельности органов управления общества;

- создание филиалов и открытие представительств общества;

- заключение крупных сделок, связанных с приобретением и отчуждением обществом имущества;

- другие вопросы.

Руководство текущей деятельностью общества осуществляется единоличным исполнительным органом общества (директором, генеральным директором) или единоличным исполнительным органом общества (директором, генеральным директором) и коллегиальным исполнительным органом общества (правлением, дирекцией).

Преимущества данной организационно-правовой формы заключаются в следующем:

1. Существует возможность мобилизации значительных финансовых ресурсов.

2. Существует возможность быстрого перетекания финансовых средств из одной отрасли в другую.

3. Существует право свободной передачи и продажи акций и это право обеспечивает существование компании независимо от различных изменений состава акционерного общества.

4. Ответственность акционеров ограничена, т. е. держатели акций рискуют в случае банкротства данного акционерного общества только той суммой, которая была заплачена за покупку акций, фактически кредиторы могут предъявить иск не акционерам как физическим лицам, а самой компании как юридическому лицу.

5. Появляется разделение функций владения и управления.

К недостаткам данной организационно-правовой формы можно отнести следующие моменты:

1. Существуют некоторые сложности при регистрации устава акционерного общества, такие как длительные согласования, различные бюрократические процедуры, например, выпуск акций.

2. Появляются благоприятные возможности для финансовых злоупотреблений, т. е. возможен, например, выпуск акций, ничем не обеспеченных, не имеющих никакой реальной стоимости.

3. В связи с выплатами по акциям дивидендов возникает ситуация двойного налогообложения, когда первый раз налогом облагается дивиденд как часть прибыли акционерного общества, а во второй раз дивиденд облагается налогом как личная прибыль держателя акции.

4. При большом числе акционеров возникает ситуация, при которой значительная часть акционеров практически не контролирует деятельность совета директоров, и держатели акций заинтересованы в максимальных дивидендах, а менеджеры всячески стараются их уменьшить, дабы пустить эти средства в оборот, данная ситуация характерна в случаях с обычными акциями, когда совет директоров компании принимает решение о размере дивиденда, т. е. решает, какую часть прибыли выплатить держателям акций, а какую часть пустить в оборот; в случае с префакциями (привилегированными акциями) – одно из преимуществ этого вида акций состоит в том, что дивиденд по префакциям фиксирован и устанавливается при выпуске акций – эта ситуация не столь жесткая, как с обычными акциями: при выплате дивидендов дивиденды по префакциям выплачиваются в первую очередь, кроме того, при имеющейся достаточной для выплат по префакциям дивидендов прибыли акционерное общество не вправе отказывать держателям этого вида акций в выплате дивидендов.

К ситуации с двойным налогообложением существуют различные подходы. В принципе, их можно сгруппировать следующим образом:

а) та часть прибыли, которая распределяется между держателями акций и владельцами компании облагается налогом дважды и в полном объеме, т. е.

первый раз фирма как юридическое лицо платит налог на прибыль, а второй раз держатель как физическое лицо платит подоходный налог с дивиденда; такая ситуация характерна для России, США, Швейцарии, Швеции, Нидерландов;

б) подход снижения налогообложения на уровне акционерного общества: распределяемая прибыль либо облагается налогом по сниженной ставке налога на прибыль фирмы (подобная система действует в Германии, Японии), либо частично освобождается от налогообложения (подобная система налогообложения работает в Финляндии);

в) подход снижения налогообложения на уровне держателей акций: распределяемая прибыль облагается следующим образом, когда либо акционеров частично освобождают от выплаты налога на дивиденды, причем освобождение не зависит от того, облагали ли компанию налогом на прибыль или нет подобная система действует в Канаде, Дании), либо действует так называемый налоговый кредит, т. е. тот налог на прибыль, который уплатила компания, отчасти учитывается при взимании налога с акционера (подобная система действует в Великобритании, Франции);

г) подход полного освобождения распределяемой прибыли от налогообложения либо на уровне акционерного общества (такая система действует в Греции), либо на уровне держателей акций (данный подход к налогообложению распространен Австралии, Италии, Финляндии).

Организационно-правовая форма акционерного общества распространена среди достаточно крупных предприятий, т. е. среди тех предприятий, на которых существует большая потребность в значительных финансовых ресурсах.

Другие организационно-правовые формы.

*Производственный кооператив* – 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. Членов кооператива должно быть не менее двух. Члены производственного кооператива несут по обязательствам кооператива дополнительную (субсидиарную) ответственность. Законом и учредительными документами производственного кооператива может быть предусмотрено участие в его деятельности юридических лиц. Производственный кооператив является коммерческой организацией. Учредительным документом производственного кооператива по существу является его устав, который утверждает общее собрание его членов. Имущество, которое находится в собственности производственного кооператива, делится на части (паи) его членов в соответствии с уставом данного предприятия. Производственный кооператив не имеет права выпускать акции. Член производственного кооператива имеет один голос при принятии каких-либо решений общим собранием.

*Унитарное предприятие* – коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней собственником имущество. имуще-

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

В форме унитарных предприятий могут быть созданы только государственные и муниципальные предприятия. Они управляют, но не владеют закрепленным за ними государственным (муниципальным) имуществом. Предприятие называется государственным казенным предприятием, если оно управляется государственными органами (т. е. основано на праве оперативного управления государственным имуществом).

*Индивидуальное предпринимательство*, как вид частного предпринимательства - это инициативная деятельность граждан, направленная на получение дохода, основанная на собственности самих граждан и осуществляемая от имени граждан за их риск и под их имущественную ответственность.

Субъектами индивидуального предпринимательства являются физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица и при отсутствии признаков юридического лица.

Видами индивидуального предпринимательства являются личное предпринимательство и совместное предпринимательство.

Личное предпринимательство осуществляется одним гражданином самостоятельно на базе имущества, принадлежащего ему на праве собственности, а также в силу иного права, допускающего пользование и(или) распоряжение имуществом.

Совместное предпринимательство осуществляется группой граждан (индивидуальных предпринимателей) на базе имущества, принадлежащего им на праве общей собственности, а также в силу иного права, допускающего совместное пользование и(или) распоряжение имуществом.

Преимущества данной организационно-правовой формы заключаются в следующем:

1. Предприятие легко зарегистрировать, бюрократические процедуры незначительны;

2. Владелец предприятия располагает полной свободой действий по сравнению с обществами или товариществами и поскольку доход предпринимателя непосредственно зависит от того, насколько успешно он действует в области бизнеса, таким образом, появляется стимул к эффективному ведению бизнеса;

3. Достаточно низкие по сравнению с юридическими лицами ставки налогообложения: предприниматель не платит налог на добавленную стоимость (НДС), налог на прибыль и т.д., он платит только индивидуальный подоходный налог.

К недостаткам же можно отнести следующие моменты:

1. Существует значительная ограниченность финансовых ресурсов: как правило, финансов одного предпринимателя не достаточно, чтобы начать бизнес. Проблема ограниченности финансовых ресурсов обостряется еще и тем, что существует определенный так называемый порог эффективности, т. е. минимальный размер бизнеса (в смысле объема оборота и капитала), ниже этого порога предпринимательская деятельность становится порой не просто невыгодной, неэффективной, но и нежизнеспособной. Как известно, для предприни-

мателя одна из острых проблем заключается в том, чтобы наладить стабильную, устойчивую связь с поставщиками, необходимость иметь надежное снабжение. Предприниматель часто испытывает со снабжением значительные трудности, в то время как средних размеров предприятие, которое выпускает аналогичную продукцию со снабжением не испытывает практически никаких проблем.

2. Предприниматели не испытывают практически никакой поддержки со стороны властей.

3. Проблема отсутствия у предпринимателя достаточно высокого уровня профессионализма

4. Имеются трудности при регистрации данной организационно-правовой формы, в частности, очень трудно получить лицензию на лицензируемый вид деятельности.

5. Еще один недостаток состоит в том, что ответственность индивидуального предпринимателя неограничена, т. е. предприниматель рискует всем своим имуществом, в отличие от акционеров, которые рискуют только активами фирмы, а не своим имуществом.

Сравнительные характеристики различных организационно-правовых форм приведены в таблице 1.1.

Таблица 1.1 Сравнительные характеристики различных организационно-правовых форм предприятий

Форма	Достоинства	Особенности	Целесообразное применение
1	2	3	4
Индивидуальный предприниматель без образования юридического лица	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ упрощенная процедура регистрации и прекращения деятельности.</li> <li>+ упрощенная форма учета и отчетности,</li> <li>+ меньший перечень налогов</li> <li>+ бухгалтерский учет отсутствует</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ ответственность по долгам всем личным имуществом</li> <li>+ отсутствие возможности распределения ответственности по обязательствам, возникающим из предпринимательской деятельности</li> </ul>	Бизнес одного владельца с небольшими оборотами и рисками при отсутствии предпринимательского опыта
Крестьянское (фермерское) хозяйство	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ те же плюсы, что и у предпринимателя</li> <li>+ имеются налоговые льготы</li> <li>+ льготы распространяются на членов хозяйства, которыми могут быть члены семьи</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ ответственность по долгам всем личным имуществом</li> </ul>	Сельскохозяйственное производство
Полное товарищество	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ товариществом управляют все участники, являющиеся индивидуальными предпринимателями без</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ полная ответственность каждого участника за долги всего товарищества</li> <li>+ требуется высокое дове-</li> </ul>	Без особых оснований и опыта использовать не стоит

	образования юридического лица	<ul style="list-style-type: none"> <li>• рие между участниками</li> <li>• можно быть участником только одного товарищества</li> </ul>	
Товарищество с ограниченной ответственностью	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ответственность ограничена суммой вклада</li> <li>• можно в любое время выйти из общества</li> <li>• управляет обществом директор</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• участников не более 50-ти</li> <li>• при выходе участника из состава общества может возникнуть возможность финансового кризиса в связи с выплатой участнику его доли в имуществе общества</li> </ul>	Рискованный бизнес или бизнес с привлечением нескольких участников
Акционерное общество	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ответственность ограничена суммой вклада</li> <li>• любое количество акционеров</li> <li>• управляет обществом директор</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• забрать свою долю имущества в капитале общества можно только путем продажи акций, которые выступают абстрактным эквивалентом оценки капитала общества</li> <li>• необходимость регистрации проспекта эмиссии акций</li> <li>• высокие требования к размеру уставного капитала</li> </ul>	Без особых оснований и опыта использовать не стоит
Производственный кооператив	<ul style="list-style-type: none"> <li>• размер ответственности членов по долгам кооператива определяется уставом</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• необходимо принимать личное участие в деятельности</li> <li>• членами могут быть только физические лица</li> <li>• число членов не может быть менее 5-ти</li> </ul>	Как правило, используется лицами, обладающими различными профессиональными навыками для проведения комплексных работ (например, строительная деятельность)

Количество акционерных обществ в Казахстане относительно невелико, потому как акции каждого из них должны продаваться на фондовом рынке, регулирование которого еще далеко не всегда адекватно, и сам фондовый рынок не может считаться достаточно развитым в Казахстане.

Невозможно не заметить стабильный и значительный рост числа товариществ с ограниченной ответственностью, что является очевидным свидетельством благоприятной среды для бизнеса и роста экономики в Казахстане.

Следует отметить, что число полных товариществ, товариществ с дополнительной ответственностью, акционерных обществ и производственных кооперативов имеет тенденцию к небольшому, но стабильному сокращению. Вероятнее всего, сокращение числа указанных организаций происходит за счет их преобразования в более удобную и защищенную, и на сегодня самую опти-

мальную для малого и среднего бизнеса организационно-правовую форму коммерческих организаций – товарищество с ограниченной ответственностью.

Кроме того, государству следует сосредоточиться на улучшении законодательства, регулирующего три основные формы коммерческих юридических лиц в Казахстане – акционерное общество, товарищество с ограниченной ответственностью и производственный кооператив. Эти три формы доминируют в коммерческом секторе в Казахстане, что в полной мере соответствует международной тенденции регулирования коммерческих юридических лиц. Государству также следует пересмотреть практику прямого участия в экономических процессах, и участвовать в экономике страны в качестве собственника частных организаций, контролируемых посредством институтов корпоративного управления.

#### **1.4 Цель, задачи и функции предпринимательства**

В современном мире предприниматель – это человек, способный увидеть перспективу и потребность рынка, обладающий необходимыми знаниями в сфере управления производством и использования производственных ресурсов для получения дохода.

Современное предпринимательство – это стиль хозяйствования, в основе которого постоянный поиск новых возможностей, идей, ориентации на инновации, умение привлекать и использовать для решения поставленной задачи ресурсы из самых разнообразных источников; деятельность, добровольно осуществляемая гражданами и их объединениями на свой риск и под свою имущественную ответственность.

В экономической литературе предпринимательство рассматривается как экономическое явление и как процесс целенаправленных действий предпринимателя.

*Предпринимательство как экономическое явление* отражает совокупность отношений (экономических, социальных, организационных, личностных и др.), связанных с организацией своего дела, производством товаров (выполнением работ, оказанием услуг) и получением желаемого результата в виде прибыли. Эти отношения объективно возникают у предпринимателей друг с другом, с потребителями, поставщиками факторов производства, банками и другими субъектами рынка, наемными работниками, государством в лице соответствующих органов исполнительной власти.

Предпринимательство как процесс представляет собой совокупность целенаправленных действий с момента возникновения предпринимательской идеи и до воплощения ее в конкретном предпринимательском проекте. Этот процесс непрерывный, постоянно возобновляемый, поскольку изменяются потребности рынка.

*Принципы предпринимательства*, отражающие особенности хозяйствования на рыночной основе, следующие.

Мобильность — предприниматель постоянно ищет новые способы действий, связанные с изменением продукции, технологии, состава потребителей, качества товаров, цен, которые должны привести его к успеху.

Неизбежность риска, угроза потерь — предпринимателю приходится действовать в условиях высокого уровня неопределенности, то есть непредсказуемости промежуточных и конечных результатов.

Ответственность за принимаемые решения, их последствия и сопряженный с этим риск. Не связанная с ответственностью деятельность — это не предпринимательство, а распорядительство по поручению.

Инновационный момент — будь то производство нового товара, смена профиля деятельности или основание предприятия. Новая система управления производством, качеством, внедрение новых методов организации производства или технологий — это тоже инновационные моменты.

Ориентация на экономический и моральный успех.

Для эффективного бизнеса необходимы соответствующие условия:

- + максимальная свобода хозяйственной деятельности;
- + полная ответственность за результаты;
- + конкуренция производителей как фактор стимулирования производства благ и услуг;
- + свободное ценообразование на рынке;
- + мотивация, то есть внутренние устремления, побуждающие человека рисковать своими деньгами ради достижения определенных целей — как экономических (получение выгоды), так и социально-психологических (удовлетворение потребности во власти, успехе, творчестве, соперничестве и т. д.).

Цель предпринимательской деятельности в обобщенном виде состоит в получении (извлечении) прибыли. Но получить прибыль можно только в том случае, если предприниматель производит продукцию или услуги, которые реализуются, то есть удовлетворяют общественные потребности. Нельзя получить прибыль, не изучив потребности и не начав производить тот продукт, который удовлетворяет потребности и на который имеется спрос.

Максимизация прибыли повышает вероятность успешной работы предпринимательской организации в условиях конкуренции, обеспечивает дополнительный доход ее участникам (акционерам, вкладчикам и др.) и увеличивает источники активов хозяйствующего субъекта. Это важный фактор роста привлекательности для потенциальных инвесторов. В итоге создаются предпосылки для дальнейшего совершенствования производства и более эффективного использования ресурсов.

Поскольку предприниматель, стремясь извлечь наибольшую выгоду, должен предъявлять рынку такой товар (услугу), который пользуется спросом, то цель предпринимательской деятельности двуединая — получить наибольшую прибыль в результате максимального удовлетворения определенных общественных потребностей.

Получение прибыли — не единственная причина, побуждающая людей заниматься бизнесом. Стимулами к созданию собственного дела могут быть также

стремление к личной независимости, желание раскрыть свои способности или продолжить семейные традиции и др.

*Функции предпринимательства* различные: общеэкономическая, творческо-поисковая (инновационная), ресурсная, социальная, организаторская.

*Общеэкономическая функция* определяющая. Предпринимательская деятельность направлена на производство товаров (выполнение работ, оказание услуг) и их доведение до конкретных потребителей.

*Творческо-поисковая(инновационная) функция* связана не только с использованием в процессе предпринимательской деятельности новых идей, но и с выработкой новых средств и факторов для достижения поставленных целей.

*Ресурсная функция* — важнейшая в предпринимательстве. Его развитие предполагает эффективное использование как воспроизводимых, так и ограниченных ресурсов.

*Социальная функция* проявляется в формировании слоя предприимчивых, способных создавать собственное дело, преодолевать сопротивление среды и добиваться поставленной цели людей. В то же время увеличивается число наемных работников, которые экономически и социально зависят от того, насколько устойчива деятельность предпринимателя. Развитие предпринимательства обеспечивает рост рабочих мест, сокращение уровня безработицы, улучшение социального положения работников.

*Организаторская функция* проявляется в самостоятельных решениях предпринимателей об организации собственного дела, его диверсификации, внедрении внутрифирменного предпринимательства, изменении стратегии и т. д. Эта функция особенно важна в малом и среднем бизнесе.

Сущность предпринимательства наиболее рельефно проявляется в сочетании всех его функций. Они объективно свойственны цивилизованному предпринимательству, но во многом зависят от его субъектов, системы государственной поддержки и регулирования.

Предприниматель, особенно работающий в производственной сфере, обычно действует в трех направлениях.

Первое направление — управление производством (производственным процессом, трудовым коллективом, предпринимательской организацией).

Однако предприниматель организует производство не ради производства, а ради потребителя. По этой причине второе направление его деятельности — изучение рынка. Без анализа процессов, происходящих на рынке, не может быть эффективна предпринимательская деятельность. Предпринимателя на рынке интересует прежде всего ситуация, складывающаяся вокруг его товара. При этом нельзя упустить из виду, например, то обстоятельство, что наряду с данным товаром на рынке может появиться другой, который пока не завоевал прочных позиций, но завтра полностью вытеснит товар, предложенный предпринимателем.

Третье направление, на котором сосредоточивает свое внимание предприниматель, — партнерские связи, сложившиеся или планируемые. При этом важное значение придают эффективности, поиску новых связей и отказу от старых, неэффективных.

## 1.5 Формы и виды предпринимательства

Предпринимательскую деятельность классифицируют по формам собственности и числу собственников, виду деятельности, законности, распространению на различных территориях, темпам роста и уровню прибыльности, уровню использования инноваций, численности персонала и объему оборота и другим признакам.

*По формам собственности* различают предпринимательство государственное и частное.

*Государственное предпринимательство* есть форма экономической активности организации, учрежденной: а) государственными органами управления, которые уполномочены в соответствии с действующим законодательством управлять государственным имуществом; б) органами местного самоуправления (муниципальное предприятие). Важная особенность таких предприятий состоит в том, что они отвечают по своим обязательствам только тем имуществом, которое находится в их собственности, государство не отвечает по их обязательствам, и в то же время они не отвечают по обязательствам государства.

*Частное предпринимательство* — это форма деятельности организации или предпринимателя (если это индивидуальная трудовая деятельность).

Основные принципы государственного и частного предпринимательства совпадают. И в том, и в другом случаях такая деятельность предполагает инициативность, ответственность, инновационный подход, стремление к максимизации прибыли.

Если в создании предпринимательской организации наряду с отечественными принимают участие иностранные учредители (участники), такое предпринимательство называется *совместным*. Выделяют еще и предприятия *с иностранными инвестициями*.

*По числу собственников* бизнес разделяют на индивидуальный и коллективный (партнерский).

*Индивидуальное предпринимательство* — это любая созидательная деятельность одного человека и его семьи (торговые лавки, небольшие аптеки и химчистки, кинотеатры и т.д.). Собственность в таком случае принадлежит одному физическому лицу.

*Коллективное предпринимательство* — собственность принадлежит одновременно нескольким субъектам с определением долей каждого (долевая собственность) или без определения долей (совместная). Владение, пользование и распоряжение имуществом, находящимся в коллективной собственности, осуществляются по соглашению всех собственников.

В зависимости от распространения на различных территориях предпринимательство подразделяют на *местное, региональное, национальное, международное* и *мировое*.

По темпам развития и уровню прибыльности предпринимательские организации разделяют на *быстрорастущие* и *медленнорастущие*, *высокоприбыльные* и *низкорентабельные*, *низкорисковые* и *высокорисковые*.

С точки зрения использования в процессе деятельности инноваций, новых технологий, поиска возможностей для производства новых товаров, завоевания рынков сбыта, формирования спроса и предложения на основе нового комбинирования факторов производства предпринимательская деятельность может быть *творческо-поисковой* (продуктивной, революционизирующей экономику) и *рутинной* (шаблонной, репродуктивной), направленной на воспроизводство известных продуктов труда известными методами, с использованием устаревших технологий.

По численности персонала выделяют крупное, среднее и малое предпринимательство. В странах с рыночной экономикой при отнесении субъектов хозяйствования к малым предприятиям используют почти 50 критериев.

По формам ответственности участников (учредителей) за результаты деятельности предпринимательских организаций различают организации с *полной*, *солидарной* и *субсидиарной ответственностью*.

По виду (назначению) предпринимательскую деятельность подразделяют на *производственную*, *коммерческую*, *финансовую*, *посредническую*, *консультационную* (консалтинг) и др.

Производственное предпринимательство как форма самостоятельной инициативной деятельности, направленной на извлечение прибыли, предполагает производство конкретной продукции, выполнение работ или оказание услуг, которые в качестве товара подлежат последующей реализации конечным потребителям или посредникам.

Производственное предпринимательство с народно-хозяйственной точки зрения определяющее, так как эта деятельность состоит в создании продукции (товаров) производственно-технического назначения и массового потребления, необходимых для населения, организаций, государства в целом. К производственному предпринимательству относят непосредственно производство товаров и оказание услуг, производственное их потребление, инновационную, научно-техническую, а также информационную деятельность.

Поскольку производственное предпринимательство действует в сфере материального производства, в зависимости от вида хозяйственной деятельности оно подразделяется на *промышленное*, *строительное*, *сельскохозяйственное* и др.

Предпринимательская деятельность в сфере непосредственного производства продукции (работ, услуг) может быть основной или вспомогательной. К основным относятся виды предпринимательской деятельности, результат которых — непосредственно производство товара, готового к потреблению, к вспомогательным — виды деятельности, нацеленные на разработку инноваций, их результат — разработка и передача непосредственным товаропроизводителям новых моделей и образцов товара, техники, технологии, других инновационных продуктов. К вспомогательным видам деятельности относятся инжиниринго-

вая, конструкторская, маркетинговая и другие (в аграрной сфере, например, селекционно-племенная работа).

Общую схему производственного предпринимательства можно представить следующим образом.

Предприниматель, который решил заняться производственной деятельностью, после оценки условий среды, своих желаний и возможностей должен определить, какую конкретно продукцию он будет производить или какой вид услуг оказывать. Далее он самостоятельно или с привлечением консультантов проводит маркетинговые исследования для выявления потребности в товаре и спроса на него.

На следующем этапе предприниматель организует производство продукции (выполнение работ, оказание услуг), координируя и соединяя в едином процессе все требуемые факторы. Для этого он использует как собственные средства производства (основные и оборотные), рабочую силу, знания и управленческие способности, так и привлеченные, которые он должен привлечь до начала или в процессе деятельности.

Для производственной деятельности предпринимателю, как правило, требуются транспортные, строительные, ремонтные, информационные и другие услуги производственного и социального (для персонала организации) характера со стороны. Для их оказания он на договорной основе (после предварительного маркетингового изучения и оценки) привлекает сторонние организации или частных лиц (других предпринимателей). Эти работы и услуги товаропроизводитель оплачивает в денежной или иной форме.

Далее предприниматель формирует производственную, социальную и управленческую структуры своей организации, выбирает и осваивает технологию производственного процесса, формы производства и труда, системы его оплаты и стимулирования, осуществляет планирование, анализ, учет деятельности, выполняет другие функции.

Производственная предпринимательская деятельность связана с большими денежными затратами, нередко не совпадающими по времени с поступлением выручки. Необходимо учесть, что в производственном предпринимательстве скорость оборота капитала значительно медленнее, нежели в коммерческом, финансовом и консультационном.

Особенно остра потребность в привлеченных денежных средствах на начальном этапе деятельности.

Результат производственного бизнеса — реализация покупателю произведенных товаров и получение денежной выручки. Сбытовая деятельность неизбежно сопровождает производственный бизнес. Финансовый итог бизнеса характеризуется прибылью, которую получает предприниматель в результате совершения сделки.

Коммерческое предпринимательство действует на товарной стадии оборота капитала, которая охватывает обмен, распределение и потребление произведенной продукции (услуг). Определяющую роль здесь играют товарно-денежные и торгово-обменные операции, сделки по купле-продаже товаров (услуг), то есть по их перепродаже.

Коммерческое предпринимательство имеет ряд особенностей. Оно наиболее мобильно, быстро приспосабливается к изменениям, так как непосредственно связано с конкретными потребителями. В то же время коммерческая деятельность зависит от потребительского рынка, на котором очень изменчива конъюнктура. Кроме того, она связана с хранением и постоянным перемещением товаров на значительные расстояния, что создает определенные трудности в обеспечении их сохранности и соблюдении договорных условий по срокам поставки, качеству товаров, своевременности расчетов.

В отличие от производственного предпринимательства в коммерческом не нужны производственные ресурсы, связанные с выпуском продукции. Материальные ресурсы предприниматель покупает в виде готового товара, который затем реализует потребителю.

Основные затраты в коммерческом предпринимательстве помимо затрат на покупку товара для последующей продажи — наем работников для выполнения различных коммерческих операций, приобретение или аренда складов, торговых точек, необходимых для хранения и реализации товара, получение и оплата различного вида услуг, рекламная деятельность, налоги и др. Коммерческое предпринимательство связано с относительно высоким уровнем риска, особенно при организации торговли промышленными товарами длительного пользования.

Рассмотрим общую схему коммерческого предпринимательства.

Предприниматель прежде всего должен определить товар, в котором нуждаются потребители и который найдет сбыт на рынке по выгодной цене. При этом необходимо соблюдать определенные условия:

покупная цена должна быть ниже цены, по которой можно продать товар на рынке;

платежеспособный спрос на данный вид товара должен быть устойчивым и достаточным для того, чтобы продать весь закупаемый товар по цене, превышающей цену его приобретения.

При несоблюдении этих условий предприниматель рискует не только не получить прибыль, но и понести убытки.

Далее проводят тщательный анализ рынка, результат которого — прогноз объема закупки и продажи товара.

Все стадии коммерческой сделки увязывают между собой по срокам, при возможности предусматривают их параллельно-последовательное проведение.

В заключение разрабатывают бизнес-план и укрупненный координационный план действий. Для крупных и продолжительных сделок следует разрабатывать план-график с указанием сроков выполнения работ и исполнителей.

Финансовое предпринимательство осуществляется на денежной стадии оборота капитала, на которой объектом сделок выступают специфические виды товара — наличные и безналичные деньги, валюта и ценные бумаги. Особенность этих товаров в том, что они имеют свойство обесцениваться (особенно в периоды повышенной инфляции) или быстро менять курс, существенно различаться по номинальной и реальной стоимости в зависимости от влияния факто-

ров среды (прежде всего курсов валют, акций и т. д.). Это предопределяет потенциально высокую доходность и в то же время повышенный риск финансовых сделок.

Общая схема финансового предпринимательства аналогична схеме коммерческого предпринимательства. Финансовой сделке предшествует анализ рынка ценных бумаг и маркетинговая деятельность, связанная с поиском, выявлением и привлечением потенциальных покупателей денег, валюты, ценных бумаг, то есть будущей клиентуры.

С выявлением потенциального покупателя предприниматель устанавливает источники получения ценностей. Первичным обладателем финансового товара может быть сам предприниматель, если он заранее накопил деньги, валюту, ценные бумаги. Выступая в роли продавца ценных бумаг или ростовщика, он предоставляет их (деньги, валюту и др.) потребителю взаймы за определенную плату или под определенный процент.

Предпринимательство в финансовой сфере может осуществляться путем организации деятельности банков, инвестиционных компаний и фондов, фондовых и валютных бирж, других специализированных организаций.

*Банки* — это специализированные финансовые организации, которые, во-первых, аккумулируют свободные денежные средства (вклады), во-вторых, предоставляют их во временное пользование клиентам в виде кредитов (ссуд, займов), в-третьих, оказывают посреднические услуги во взаимных расчетах между организациями и (или) физическими лицами.

Национальная банковская система включает два уровня. Верхний представлен национальным (как правило, государственным) банком, главная функция которого — регулирование денежного обращения в стране, включая эмиссию (выпуск) новых денег; нижний — коммерческими банками (чаще акционерными по организационно-правовой форме), выполняющими аккумулирующую, кредитную, расчетно-платежную и другие функции по непосредственному обслуживанию клиентов.

По основной деятельности, связанной с обслуживанием клиентов, прибыль коммерческого банка образуется за счет разницы между ценой, которая выплачивается банком собственнику финансовых средств за право банка на их временное использование (ставка ссудного процента по депозитам), и ценой, по которой банк предоставляет право временного пользования сосредоточенными у него средствами третьему лицу (ставка ссудного процента по кредитам). При этом ставка по кредитам всегда выше, чем по депозитам, что и обеспечивает прибыль банка.

Наряду с основной деятельностью коммерческие банки получают прибыль от предоставления клиентам различных платных услуг (например, хранение драгоценных камней и металлов в специальных сейфах или ячейках) и коммерческой деятельности, которая главным образом связана с выпуском и продажей собственных ценных бумаг, а также куплей-продажей ценных бумаг других эмитентов.

Во многих странах, что и коммерческие банки, но действуют не в целях получения прибыли для себя, а для удовлетворения интересов участников ко-

операции, в том числе противостояния политике коммерческих банков. В этой связи их принято относить к некоммерческим организациям.

*Инвестиционные компании и фонды* — это финансовые организации, преследующие коммерческие цели (то есть извлечение прибыли) путем концентрации (привлечения) как своих, так и чужих капиталов и инвестирования их с максимальной эффективностью в функционирующие и новые производства.

*Фондовые биржи* — активные посредники в финансовом предпринимательстве, особенно в крупном бизнесе. На них основную роль в сделках играют брокеры. Наряду с операциями по купле-продаже фондовые биржи проводят еще одну важную процедуру — котировку ценных бумаг, суть которой заключается в регулярной оценке специалистами котировочного отдела курсов покупателей и продавцов по всем проходящим через биржу ценным бумагам.

Участники рынка ценных бумаг — также предприниматели, занятые в производственной и торговой сферах, в том числе в агропромышленном производстве. Они выпускают собственные акции, облигации и другие виды ценных бумаг, предусмотренные законодательством, осуществляют (сами или через посредников) их продажу, а также покупку или перепродажу бумаг других эмитентов. Вырученные в результате этих операций средства предприниматели используют в основной деятельности.

*Страховая деятельность* — одна из сфер финансового предпринимательства. Ее ведут на основе договоров имущественного или личного страхования, заключаемых гражданином или юридическим лицом (страхователем) со страховой организацией (страховщиком). Так, по договору имущественного страхования страховщик обязуется за обусловленную договором плату (страховую премию) при наступлении предусмотренного в договоре события (страхового случая) возместить страхователю или иному лицу, в пользу которого заключен договор, причиненные вследствие этого события убытки (выплатить страховое возмещение) в пределах определенной договором суммы (страховой суммы). Договоры страхования могут заключать юридические лица, имеющие лицензии на осуществление страхования соответствующего вида.

Основные факторы финансового предпринимательства — уровень развития финансового (кредитного и фондового) рынка в стране и наличие необходимой законодательной базы.

Посредничество — важный вид предпринимательской деятельности, в процессе которой субъекты не производят и не продают товар непосредственно, а выступают в качестве посредников между производителями и потребителями, оказывая им услуги, связанные с продвижением товара на рынок и его передачей в надлежащем виде потребителю.

*Посредник* — это юридическое или физическое лицо, представляющее интересы производителя или потребителя, но само таковым не являющееся. Посредники могут вести предпринимательскую деятельность самостоятельно или выступать на рынке от имени (по поручению) производителей или потребителей.

Консультационное предпринимательство заключается в том, что определенные лица — консультанты (от лат. *consultantis* — советующий), квалифицированные специалисты в какой-либо сфере деятельности, дают на платной основе советы и рекомендации другим предпринимателям или гражданам по вопросам своей компетенции. Предметом консультаций может быть выявление и оценка проблем и (или) возможностей, а также рекомендации и помощь в их реализации по вопросам права, экономики и управления организацией, бухгалтерского учета и налогообложения, различным технологическим аспектам производства и т. д.

Применяются различные методы консультирования: экспертное, процессное и обучающее.

*Экспертное консультирование* — консультант самостоятельно проводит все этапы работы от диагностики проблемы до оказания помощи по внедрению своих рекомендаций.

*Процессное консультирование* осуществляется с привлечением к работе клиента.

*Трастовая деятельность* связана с доверительным управлением чужой собственностью, то есть обслуживанием в течение определенного срока (в соответствии с договором) клиентов, которые в силу каких-либо обстоятельств не могут самостоятельно управлять принадлежащими им хозяйственными объектами и передают эту функцию трастовой фирме. Разница между фактически полученным в процессе деятельности доходом и доходом, выплачиваемым собственнику по условию договора, составляет прибыль трастового посредника.

*Аудиторская деятельность* — это проверка и контроль финансового состояния организации, которые за плату проводят специально подготовленные нейтральные лица (аудиторы). Проверка может осуществляться по просьбе руководства проверяемой организации или по решению судебных инстанций (например, когда готовится судебное решение об объявлении организации банкротом и т.д.). Аудиторская проверка проводится обычно и тогда, когда организация обращается за получением кредита: кредитор выставляет обязательное условие о проведении такой проверки. Организации, специализирующиеся на аудите, называются аудиторскими. Должностные лица этих организаций, осуществляющие проверочные и контрольные функции, — аудиторы.

## **1.6 Цель, назначение и сфера деятельности предприятий гостеприимства**

Предметом изучения курса «Экономика предприятия гостеприимства» является сущность самого предприятия как производственно-коммерческой организации; основные производственные фонды, рабочая сила, оборотные средства, инвестиции, их взаимосвязи, взаимодействие и пути улучшения использования.

Общая картина функционирования экономического механизма предприятия может быть раскрыта в следующих положениях:

1. *Современное предприятие ИГ(индустрии гостеприимства) действует в рыночной среде, контролируемой и регулируемой государством и другими финансовыми и экономическими институтами и организациями. Из этого следует, что все такие предприятия и организации действуют на основе следующих исходных экономических принципов:*

- *во-первых*, они предпочитают свободу хозяйствования и соответственно свободу инициативы и ответственности;

- *во-вторых*, их хозяйственная деятельность объективно подчиняется законам туристского рынка (законам стоимости, спроса и предложения, конкуренции, денежного обращения, ценообразования);

- *в-третьих*, государственные и общественные институты (в частности, ассоциации) предпринимают попытку регулировать рыночные процессы в туризме с целью привнести в туризм социальное и нравственное начало по отношению к самому туристу, природе и обществу в целом;

- *в-четвертых*, искусство хозяйственной деятельности современного предприятия состоит в том, чтобы органично соединить два начала - рыночное и институциональное, регулируемое государством.

- объем обслуживания экскурсантов, чел.;

- выручка от реализации туристского продукта, услуг, р.;

- прибыль, р.;

- рентабельность, %.

Индустрия гостеприимства является собирательным понятием для многочисленных и разнообразных форм предпринимательства, которые специализируются на рынке услуг, связанных с приемом и обслуживанием гостей. Не существует перечня всех основных видов деятельности, которые она охватывает.

В последние годы сфере туризма появилось устойчивое выражение «индустрия гостеприимства». Что же оно обозначает? Индустрия гостеприимства – это не сфера бизнеса или экономики, это более обширное понятие, включающее в себя туристскую и ресторанную деятельность, сферу обслуживания и развлечений, питания, организацию музейно-экскурсионной деятельности и многое другое. Гостеприимство важно не только для отдельного человека, владельца собственного предприятия, но и для всей экономики страны в целом.

Индустрия гостеприимства – это не только человеческий подход к обслуживанию. Это также развитые технологии быстрой обработки и подачи заказа, предоставление слаженных технических моментов в обслуживании клиента (доступ в Интернет, качественная телефонная связь, доступные междугородние и международные тарифы), предупреждение желаний клиента. Какому гостю не придется по нраву, когда о нем не только заботятся, но также предугадывают возможные пожелания? Современный человек готов заплатить приличные деньги, чтобы хорошо отдохнуть. Организаторы гостиниц, отелей и других популярных мест отдыха должны учитывать этот важный момент и стараться ради удовольствия клиента.

В современной научной и профессиональной литературе широко применяется термин «индустрия гостеприимства», входящий в понятие сферы услуг

Иностранные и российские специалисты по-разному трактуют понятие «индустрия гостеприимства». Некоторые авторы пытаются объединить эти понятия, другие же подменяют одно понятие другим, что приводит к смешению этих двух категорий и определенной путанице. Более того, подобная неясность затрудняет определить границы рынка, состояние спроса и предложения в каждой из этих категорий, что отрицательно сказывается на стратегическом планировании в этой сфере экономической деятельности. Для того чтобы сформулировать различия между понятиями «индустрия туризма» и «индустрия гостеприимства» уточним, в чем же собственно заключается туристская деятельность и чем она отличается от деятельности в индустрии гостеприимства.

1. Так, под туристской деятельностью понимается туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий,

Из контекста данной нормы следует, что и туроператорская, и турагентская - это виды деятельности по организации путешествий, включающие формирование, продвижение и реализацию туристского продукта, Под формированием туристского продукта следует понимать действия субъекта по приобретению прав на услуги, входящие в тур, на основании договоров с лицами, предоставляющими отдельные услуги, Под продвижением туристского продукта понимается комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта (реклама, участие в выставках, организация информационных центров по продаже туристского продукта, издание каталогов, буклетов и другое), Под реализацией понимается продажа туристского продукта непосредственно туристу,

Хотя данный закон трактует туристскую индустрию как «совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения,

И туроператорская, и турагентская - это виды деятельности по организации путешествий, включающие формирование, продвижение и реализацию туристского продукта

Услугами гостеприимства пользуются не только туристы, но и другие категории путешественников, которые согласно статистике Всемирной туристской организации (ВТО-ООН) объединены в понятие «посетителей» (visitors). По нашему мнению, гостеприимство – это более емкое и общее, чем туризм, понятие, так как его задачей является удовлетворение потребностей не только туристов в узком смысле.

Авторская модель индустрии гостеприимства д.э.н. Скобкина С.С. предусматривает, что индустрии гостеприимства и туризма нельзя рассматривать как совершенно разные, так как путешественники - это, прежде всего, потребители, имеющие разнообразные потребности, в том числе и специфические туристские, зависящие от целей и мотивов путешествий, а также от целого ряда других мотивационных факторов. Следовательно, индустрия туризма должна входить в состав индустрии гостеприимства, которая рассматривается как единое целое по причине неразрывной общности ее целей и задач, Вместе с тем организаторская роль по формированию потоков туристов, несомненно, принадле-

жит туристским фирмам и организациям, которые вместе с экскурсионными фирмами образуют туристскую индустрию.

Согласно предложенной модели, индустрия гостеприимства состоит из предприятий и организаций, непосредственно входящих в индустрию гостеприимства и предоставляющих услуги гостеприимства конечным потребителям, и предприятий и организаций, поддерживающих индустрию гостеприимства.

К первой группе относят гостиничный и ресторанный бизнес, общественное питание, пассажирский транспорт, туризм и экскурсии, организацию отдыха, зрелищ, развлечений и т.д., а также профессиональную подготовку специалистов для этой отрасли экономики. Бизнес индустрии гостеприимства охватывает сегодня такие сферы деятельности, как цирки, зоопарки, аттракционы передвижных городков, национальные парки и заповедники, парки культуры и отдыха, киноконцертные и выставочные залы и т.п. К развлечениям также относятся занятия спортом в спортивных залах, бассейнах и аквапарках, стадионах и т.д. Сопровождает развлечения также приобщение к культурным ценностям: посещение театров, музеев, библиотек, различных клубных учреждений.

Во вторую группу, поддерживающую индустрию гостеприимства включает предприятия и организации жилищного, капитального и дорожного строительства, машиностроения и автомобилестроения, топливной промышленности и энергетики, сельского хозяйства, пищевой и химической промышленности, здравоохранения, производство сувениров и предметов туристского обихода и т.д.

Таким образом, индустрия гостеприимства выступает как самостоятельная, сложная и относительно обособленная социально-экономическая система, привлекающая значительные материальные, финансовые и трудовые ресурсы. Такое представление индустрии гостеприимства позволяет формулировать ее закономерности, оценивать типичные характеристики. При изучении этой отрасли выявляются взаимные отношения компонентов системы и их связи с внешней средой. Выделение участников этой социально-экономической системы по различным признакам позволяет рассматривать ее многомерность, в которую входят и другие отрасли, не имеющие ярко выраженного туристского характера.

В широком понимании индустрия гостеприимства состоит из предприятий и организаций, предоставляющих услуги гостеприимства конечным потребителям, и предприятий и организаций, поддерживающих собственно индустрию гостеприимства.

Гостеприимство - это секрет любого заботливого обслуживания. Забота, проявленная по отношению к гостю, способность чувствовать потребности клиента, неуловимые, но столь очевидные черты в поведении служащего. По мнению одного из теоретиков Роберта Браймера, индустрия гостеприимства является собирательным понятием для многочисленных и разнообразных форм предпринимательства, которые специализируются на рынке услуг, связанных с приемом и обслуживанием гостей.

Не существует перечня всех основных видов деятельности, которые она охватывает. Но можно выделить следующие основные направления: общественное питание, размещение, перевозка и отдых.

## **КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ**

1. Что понимается под предприятием?
2. В соответствии с особенностями используемых ресурсов предприятия на какие виды делятся?
3. Назовите источники формирования имущества предприятия.
4. Каковы основные направления деятельности предприятия?
5. Назовите основные составляющие внешней и внутренней среды предприятия.
6. Что подразумевается под правовой формой предприятия?
7. По правовому статусу (организационно-правовым формам) предприятия на какие виды делятся? Дайте характеристику каждой форме и назовите их преимущества и недостатки.
8. Что такое предпринимательство как экономическое явление и каков процесс целенаправленных действий предпринимателя?
9. Каковы характерные черты, цель и задачи предпринимательства?
10. Каковы функции предпринимательства?
11. Перечислите основные направления предпринимательской деятельности.
12. Классификация предпринимательства по разным признакам.
13. Каковы субъекты финансового предпринимательства? Дайте их характеристику.
14. Сущность и критерии определения субъектов малого предпринимательства. Виды малых предприятий.
15. Преимущества и недостатки малого предпринимательства.
16. В чем преимущества и недостатки малого предпринимательства? Какие проблемы экономики страны позволяет решить его развитие исходя из опыта зарубежных стран?

## ГЛАВА 2 ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ХОЗЯЙСТВЕННОГО ЦИКЛА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ГОСТЕПРИИМСТВА

### 2.1 Понятие «услуга». Особенности гостиничных услуг

**Гостиница** - это предприятие, целью которого является получение прибыли с помощью продажи своего «товара» в виде комплекса услуг (услуги размещения и услуги питания).

Существуют различные понятия услуги. В узком смысле услуга – это действие, приносящее пользу, помощь другому.

В широком смысле услуга – это результат, достигаемый при непосредственном взаимодействии исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности потребителя.

**Услуга** – это нематериальная вещь, и, следовательно, ее нельзя измерить, а можно только оценить.

**Гостиничная услуга состоит из:**

- 1) услуги предоставления специального помещения, которое можно использовать для удовлетворения своих нужд;
- 2) услуг, которые предоставляет персонал гостиницы (уборка номера, оформление клиента, питание).

Основной элемент услуги размещения – это, конечно, гостиничный номер (помещение, оборудованное для отдыха, сна, работы клиента). Основная функция номера – возможность сна. В зависимости от назначения гостиницы и потребностей гостей не менее значимыми могут быть такие функции, как возможность работать в номере (характерно для гостиниц бизнес-класса, имеющих в номере письменный стол, телефон, факс, компьютер).

Независимо от категории, площади, оснащения техникой каждый номер должен иметь кровать, столик или тумбочку при каждой кровати, стул или кресло по числу гостей, освещение всех комнат номера, корзину для мусора.

Для того чтобы накормить гостей, необходимы приготовление блюд на кухне, продажа приготовленных продуктов, алкогольных и безалкогольных напитков, обслуживание постояльцев гостиницы в ресторане, баре, кафе, гостиничных номерах.

Существуют дополнительные услуги в виде предоставления бассейна, спортивного зала, конференц-залов, проката автомобилей, услуг химчистки, прачечной, услуг парикмахерской, массажного кабинета.

Сейчас услуга размещения воспринимается как должное, и для привлечения клиентов необходимо развивать дополнительные услуги, которые помогут выделиться из гостиниц такой же категории.

Рассмотрим **особенности гостиничных услуг**.

**Процесс производства и потребления происходит в одном временном промежутке.** Для получения гостиничной услуги необходимо задействовать в процессе потребления как потребителя, так и исполнителя. Для предоставления услуги персоналу гостиницы приходится вступать в непосредственный контакт

с потребителем. Для клиента данный контакт является неотъемлемой частью самой услуги.

**Нематериальность гостиничных услуг.** Гостиничную услугу нельзя потрогать или увидеть, так как она неосязаема. Для того чтобы оценить услугу, ее сначала необходимо потребить. Услуга – это обещание выполнить определенные действия для удовлетворения потребностей клиента.

**Гостиничные услуги невозможно подготовить заранее, так как они не выражаются в материальной форме.** Гостиничный продукт производится для того, чтобы удовлетворять реальные потребности клиентов, и удовлетворять их нужно в определенный срок.

**Изменчивость качества.** Качество оказываемых услуг зависит от их исполнителя и от обстановки их выполнения. Квалифицированность, настроение и другие факторы могут оказать большое влияние на качество исполнения услуги. Ведь один и тот же исполнитель может обслужить клиента совсем по-разному (например, в начале рабочего дня, когда у исполнителя больше сил, качество оказываемых им услуг будет выше, чем к концу рабочего дня, когда силы на исходе). Изменчивость услуги очень часто провоцирует недовольство со стороны потребителей.

**Сезонность спроса на услуги гостиниц.** Спрос на гостиничный продукт в зависимости от ситуации может меняться чуть ли не каждый день. Очень ярко сезонность проявляется в странах с меняющимся климатом (большинство туристов предпочитают отдыхать в летние месяцы).

Существуют определенные факторы, которые оказывают влияние на объемы продаж. К таким факторам относятся:

1) *месторасположение гостиницы.* Этот фактор, несомненно, играет очень большую роль, так как именно от него зависят цена проезда до гостиницы, привлекательность окружающей среды, развитость инфраструктуры страны или города;

2) *уровень сервиса.* Данный фактор зависит от качества и полноты предоставляемых услуг, наличия различных видов удобств, их стиля и качества;

3) *цена.* Данный фактор иногда может быть решающим при выборе гостиницы;

4) *удобство обслуживания;*

5) *ассортимент услуг.* Сегодня гостиницы предлагают большой спектр услуг, способных удовлетворить почти все прихоти постояльцев. Самые распространенные – это услуги по проживанию, услуги общественного питания. В хорошей гостинице, не выходя за ее пределы, можно сделать себе качественную стрижку, попариться в сауне или поиграть в бильярд. Основной доход гостиницы приходится на плату за проживание, но при хорошо развитом дополнительно сервисе тоже можно получить неплохую прибыль;

6) *имидж гостиницы.* Данным фактором очень дорожит каждая гостиница, так как он помогает ей оставаться конкурентоспособной и получать дополнительную прибыль (в случае положительного имиджа). Имидж – это комплекс, состоящий из всех вышеперечисленных факторов.

Основной предмет гостиничного бизнеса – это, конечно, гостиничный номер. **Гостиничные услуги** – это особый гостиничный продукт, приобрести который можно с помощью обменных сделок. Клиент платит не за право владения номером, а за право иметь к нему доступ в оговоренное время. Современные условия бизнеса требуют от гостиниц решать все производственные и другие вопросы в максимально короткие сроки. Люди не любят ждать, поэтому для повышения качества обслуживания необходимо оказывать услуги быстро и качественно.

## 2. 2 Особенности маркетинга в сфере гостиничного хозяйства

**Маркетинг** – система организации хозяйственной деятельности, основанная на изучении рыночного спроса, возможностей сбыта продукции, реализации услуг.

Маркетинг помогает организовать и направить предпринимательскую деятельность в нужное русло, оценить и повысить покупательную способность клиента, донести конечный товар до потребителя.

Гостиничный маркетинг связан с особенностями гостиничного продукта.

Гостиничными услугами пользуются разнообразные группы потребителей, со своими индивидуальными предпочтениями и пожеланиями, разным уровнем доходов. Но это не значит, что все постояльцы одного отеля имеют одинаковый вкус и потребности. Можно заметить, что клиентами одного и того же отеля являются совершенно разные люди (бизнесмены или путешествующие туристы) с различными мотивами и целями. Туристы, цель пребывания которых – курортный отдых, болезненно реагируют на повышение цен, и, если цены будут несоразмерно высоки, они выберут другое место для своего отдыха. Бизнесмены такой возможности не имеют, так как место командировки нельзя поменять из-за повышения цены на проживание. Постояльцы, чье пребывание оплачивает организация, их командировавшая, стараются остановиться в более комфортабельном и дорогом месте, имеющем такие дополнительные услуги, как телефонная связь и подключение к Интернету в номере, услуги бизнес-центра, переговорные комнаты.

Две теории о представлении продукта на рынке:

1) *недифференцированный подход*. За основу берется то, что рынок является однородным и все покупатели одинаковы. Исходя из этого дифференциация продуктов и системы сбыта отсутствует, а основная цель – это охватить как можно большую часть рынка и потребителей. При таком подходе затрачивается много усилий на тех потребителей, которым совсем не нужен предлагаемый товар. Такой подход характерен для начального этапа развития гостиничного бизнеса. Как правило, новые отели объявляют низкие цены для всех групп потребителей, что помогает им привлечь большое число покупателей. После того как отель зарекомендует себя на рынке, он начинает предоставлять различного уровня скидки разным группам клиентов, предварительно повысив тарифы;

2) *дифференцированный подход*. На сегодняшний день характерен для большинства отелей. Такой подход разделяет всех потребителей на разные

группы по различным основаниям. Учитывая особенности каждой группы, отель старается организовать свою работу так, чтобы соответствовать потребностям как можно большего числа групп. Также отель может специализироваться только на одной группе клиентов и стараться предложить более выгодные условия, чем конкуренты. Такой подход более выгоден и приемлем как для продавца, так и для покупателя.

### **2.3 Предпринимательство как экономическая категория**

Предприятием является самостоятельно хозяйствующий субъект, обладающий правами юридического лица, который на основе использования имущества трудовым коллективом производит и реализует продукцию, выполняет работы, оказывает услуги. Предприятие основано на предпринимательской деятельности.

Предпринимательство - это инициативная деятельность хозяйствующих субъектов, связанная с традиционным и новаторским использованием имущества, денежных средств и других ресурсов в целях достижения коммерческого и иного успеха на основе сочетания личной выгоды с общественной пользой.

В сфере гостеприимства предпринимательство в большей степени связано с оказанием услуг.

Субъектами предпринимательства (предпринимателями) могут быть как отдельные частные лица, действующие от своего имени и под свою имущественную ответственность, так и объединения партнеров, действующие под ответственностью юридического лица.

Известны две модели предпринимательства:

- классическое предпринимательство;
- инновационное предпринимательство.

*Классическое предпринимательство* - это традиционное, консервативное предпринимательство, направленное на максимальную отдачу ресурсов при использовании традиционных приемов хозяйствования для повышения рентабельности деятельности организации и обновления номенклатуры услуг.

*Инновационное предпринимательство* – это предпринимательская деятельность на основе новаторства в целях создания новшеств посредством использования неизвестных факторов экономики, или путем их нового сочетания с традиционными. Такая новаторская деятельность, как правило, приносит более ощутимый результат, чем традиционное предпринимательство, но предъявляет особые требования к предпринимателю.

Предприниматель должен:

- обладать самостоятельностью и независимостью в принятии решений по любому вопросу деловой деятельности в рамках действующего законодательства;
- иметь экономическую и иную заинтересованность в результатах своей деятельности, т. е. рассчитывать получить максимально возможную прибыль;

– идти на риск и брать на себя ответственность. Под риском понимают возможность возникновения в ходе реализации планов неблагоприятных условий, приводящих к убыткам. Различают риски производственные, коммерческие, финансовые, инвестиционные и рыночные. Методами снижения риска и уменьшения потерь от возникновения событий риска являются прогнозирование развития рынка, распределение риска между партнерами, страхование, резервирование средств на покрытие непредвиденных расходов и др.;

– всегда иметь инновационный подход к деятельности (т. е. новаторство в использовании имеющихся факторов производства товаров/услуг, в поисках и привлечении новых потребителей услуг, факторов производства, новых рынков сбыта и нетрадиционных организационных форм деятельности). Для предпринимателя движущей силой в поиске и внедрении новшеств является ожидание сверхприбылей.

Для успешной организации доходного дела в современных условиях предприниматель должен иметь хорошую профессиональную подготовку, необходимые знания в области экономики, политики, психологии, юриспруденции, организации производства продукции и услуг, а также уметь сотрудничать с учеными, специалистами по маркетингу, владельцами капитала.

В предпринимательской деятельности выделяют следующие *стадии*:

1. Накопление и отбор предпринимательской идеи, в которой могут быть совмещены возможности предпринимателя с потребностями рынка.

2. Планирование производственной и финансово-хозяйственной деятельности, маркетинга.

3. Определение потребностей в ресурсах (в том числе в денежных средствах) и в поставщиках.

4. Управление проектом, т. е. техническая, финансовая, организационная подготовка производства товаров/услуг, осуществление запланированной деятельности.

5. Управление предприятием - контроль, анализ и корректировка действий, накопление опыта, поиск новых идей.

Успех предпринимателя зависит от условий, в которых он функционирует. Вот некоторые из них.

*Предпринимательская среда* - это общественные условия (ситуация), в которых осуществляется предпринимательство, и которые оказывают влияние на результаты предпринимательства. Различают следующие группы условий:

*Экономические условия* - это фактическое предложение товаров/услуг и платежеспособный спрос на них; доходы фактических и потенциальных туристов; наличие, величина и доступность заемных средств для предпринимателей; наличие альтернативных товаров/услуг и цен на них; развитость инфраструктуры туристского рынка; условия конкуренции.

*Социальные условия* - это представление общества о путях развития предпринимательства и отношение к нему (неприятие, терпимость, одобрение); отношение государства (аппарата управления) к предпринимательству; национальные традиции и обычаи; образовательный уровень специалистов, с которыми предприниматель вступает в деловые отношения.

*Правовые условия* - законы и подзаконные акты, регулирующие предпринимательскую деятельность и создающие наиболее благоприятные условия для развития предпринимательства. Важнейшими являются законы о правовых гарантиях предпринимательской деятельности, включая право на собственность и соблюдение договорных обязательств.

Необходимость государственного регулирования предпринимательской деятельности вызывается следующими причинами:

– необходимостью создания условий добросовестной конкуренции, потому что конкуренция затрагивает интересы предпринимателей, и они пытаются создать себе конкурентные преимущества;

– необходимостью защиты потребителя от недобросовестной деловой практики (ложь в рекламе и др.);

– необходимостью защиты высших интересов общества от безнравственных действий некоторых предпринимателей.

Слова «предприниматель» и «менеджер» не являются синонимами. Менеджер - это наёмный профессионал, управляющий чужим имуществом и средствами рациональным способом. Предприниматель управляет собственным или заимственным имуществом и средствами, и в своей деятельности использует нововведения, как правило, собственные.

## **2.4 Производственная функция предприятия**

Неоклассическая теория традиционно к факторам производства относил капитал, землю и рабочую силу. В 70-е годы XIX столетия Альфредом Маршаллом был выделен четвертый фактор производства — организация. Далее, Йозефом Шумпетером этот фактор был назван предпринимательством.

Таким образом, производство представляет собой процесс соединения таких факторов как капитал, труд, земля и предпринимательство с целью получения новых благ и услуг, необходимых потребителям, и собственного обогащения.

Для организации производственного процесса необходимые факторы производства должны присутствовать в определенном количестве.

Производственная функция, отображает зависимость между максимальным объемом производимого продукции/услуг и физическим объемом факторов производства при данном уровне знаний.

Поскольку объем производства зависит от объема использованных ресурсов, то зависимость между ними может быть выражена в виде следующей функциональной записи:

$$Q = f(L, K, M), \tag{1}$$

где Q - максимальный объем продукции, произведенной при данной технологии и определенных факторах производства;

L - труд;

K - капитал;

M - материалы;

f - функция.

## 2.5 Предприятие и предпринимательская деятельность в индустрии гостеприимства

Предприятие осуществляет виды деятельности, направленные на организацию досуга, рекреации, отдыха и лечения населения; посещение ими знакомых и родственников и прочие цели, если они не запрещены законодательством и соответствуют уставу.

Предприятие ИГ представляет собой относительно независимую составную часть национальной экономики. Являясь единицей общехозяйственного процесса, оно связано со своей экономической средой и находится с ней в отношениях обмена.

Удовлетворение общественных потребностей в продуктах и услугах предприятий ИГ регулируется экономическими методами: самофинансирования, планирования, прогнозирования, инвестирования, налогообложения, материального стимулирования и др.

Основываясь на государственной, муниципальной и частной собственности, предприятия сферы гостеприимства функционируют в различных организационно-правовых формах.

Предприятия ИГ как хозяйствующие субъекты являются юридическими лицами.

*Юридическим лицом* признается организация, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество, несет самостоятельную ответственность по своим обязательствам, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, исполнять обязанности, быть истцом и ответчиком в суде. В связи с участием в образовании имущества юридического лица, его учредители (участники) могут иметь обязательственные права в отношении этого юридического лица либо вещные права на его имущество. К юридическим лицам в ИГ относятся: хозяйственные товарищества и общества, кооперативы, акционерные общества закрытого и открытого типа, унитарные предприятия, совместные и иностранные предприятия, общественные организации (рисунок 1)



Рисунок 2.1. Организационно-правовые формы предприятий индустрии гостеприимства

Предприятия ИГ как коммерческие организации, независимо от формы собственности на средства производства и другое имущество, действуют на принципах хозяйственного (коммерческого) расчета. *Хозяйственный расчет* — метод эффективного ведения хозяйства, основанный на соизмерении в денежной форме затрат и результатов хозяйственной деятельности, возмещении расходов собственными доходами. Принципы хозяйственного расчета:

- хозяйственная самостоятельность;
- самоокупаемость и рентабельность;
- материальная заинтересованность;
- экономическая ответственность;
- контроль.

## 2.6 Организация предприятий общественного питания

Единую, принятую всеми классификацию предприятий общественного питания, наверное, трудно установить, потому что общественное питание – это постоянно меняющийся и развивающийся бизнес. Однако все эксперты сходятся на том, что рестораны можно разделить на две большие категории: *полносервисные* и *специализированные*. Среди других категорий можно указать на рестораны *быстрого обслуживания*, рестораны, *специализирующиеся на банкетах*, рестораны *для особых случаев*, *повседневные*, *национальные* и т. д. При таком делении некоторые рестораны придется отнести сразу к двум категориям.

Полносервисными называются такие рестораны, в которых очень широкий выбор блюд, особенно порционных (по крайней мере, 15). Полносервисные рестораны могут быть формальными или неформальными, их можно классифицировать по ценам, атмосфере и предлагаемому меню. Большинство полносервисных ресторанов попадают также в другие категории, если классифицировать по другим признакам.

Специализированные рестораны могут быть самыми разнообразными. Одни могут специализироваться на обслуживание бизнесменов, банкетов, в приготовлении блюд национальной кухни и т.д. Такая классификация пересекается с другими, и один и тот же ресторан может быть одновременно и специализированным, и полносервисным.

Рестораны быстрого обслуживания предлагают меню, ограниченное гамбургерами, жареной картошкой, хот-догами, цыплятами (во всех видах), различными рыбными и национальными блюдами и т. д. Эти ограничения и стандартизация меню позволяют значительно ускорить обслуживание, что очень приветствуется занятыми людьми. Посетители заказывают блюда у прилавка под ярко освещенным меню, на котором заказываемые продукты изображены во всей их красе. Во многих ресторанах посетители убирают за собой посуду, что позволяет снизить себестоимость блюд.

Эволюция предприятий общественного питания сегодня характеризуется их поляризацией от сверх дорогих до супердешевых. В одних посещение становится событием, которое запоминается надолго, в других оно является выполнением физиологической потребности в еде и отдыхе. Процессы, проходящие в нашем обществе, приводят к все большей популяризации системы самообслуживания в организации общественного питания.

*К развлечениям и досугу* относят разнообразные зрелищные предприятия, включая стационарные и передвижные: театры, кинотеатры, изостудии, концертные организации и коллективы (филармонии, оркестры, ансамбли, варьете, мюзик-холлы, художественные и музыкальные коллективы радиовещания и телевидения и др.).

*Транспортное обслуживание* - это одна из составляющих индустрии гостеприимства, поскольку невозможно представить себе современный туризм без использования тех или иных видов транспортных средств. Даже там, где по определению самого вида туризма не предусматривается использование транспорта (например, пешие походы), как правило, транспортная услуга все же присутствует, позволяя будущим участникам добраться до места начала маршрута.

## **2.7 Организация производственно-хозяйственного цикла гостиничного предприятия**

Гостиница предназначена для временного проживания граждан на срок не свыше двух месяцев независимо от места прописки.

Организационная структура гостиничного предприятия определяется назначением гостиницы, ее местоположением, спецификой гостей и другими факторами. Она является отражением полномочий и обязанностей, возложен-

ных на каждого ее работника. Государственным стандартом в гостинице предусмотрены следующие основные службы:

- служба приема и размещения;
- служба эксплуатации номерного фонда;
- коммерческая служба;
- техническая служба;
- административная служба;
- дирекция.

В гостиницах высоких категорий число обеспечивающих служб значительно больше, и каждая из них имеет узкоспецифические функции.

Служба приема и размещения обычно находится в холле гостиницы и функционирует круглосуточно. Служба приема и размещения выполняет функции бронирования и размещения, оформления при въезде и выезде, расчетов с клиентами. Основной технологией этой службы является работа с информацией, которая направляется по двум каналам: к гостями в администрацию. К гостям идет информация о составе номерного фонда и его предложениях, тарифах, видах обслуживания. При въезде и выезде клиента в соответствующие подразделения гостиницы поступает информация о занятости номерного фонда, его освобождении, составе гостей по целям приезда и продолжительности пребывания, уровне удовлетворенности предоставляемыми услугами, запросами на соответствующие услуги (питание, транспорт, досуговые мероприятия и др.).

Основные работы, выполняемые службой размещения:

--- оформление проживания гостя — прием гостя, согласование с гостем места проживания (категория номера, его месторасположение и т. п.), предоставляемых услуг, срока проживания, взимание оплаты за проживание;

--- обслуживание гостей в период проживания — продление срока проживания, перевод гостя из одного номера в другой (в необходимых случаях), взимание платы за проживание, организация предоставления дополнительных услуг по желанию клиента;

--- оформление выезда гостя — полный расчет с гостем за оказанные услуги (с возвращением неиспользованного аванса), сдача клиентом номера.

Как правило, службу возглавляет менеджер по размещению. В его подчинение входят бюро регистрации, портье, администраторы, бюро обслуживания, швейцары, гардеробщики, кладовщики камеры хранения, служба бронирования

Служба эксплуатации номерного фонда является наиболее значимым подразделением, она отвечает за уборку номеров, холлов и других внутренних помещений, обеспечивает техническое обслуживание и ремонт жилых и вспомогательных помещений, подготовку к их заселению, уборку и вывод из эксплуатации номеров для косметического или планового ремонта. Менеджер этой службы руководит группой по ремонту и обслуживанию номерного фонда, горничными, уборщиками, консьержками и т. д. Он имеет прямую связь со службой приема и размещения и инженерной службой Менеджер службы эксплуатации несет ответственность за чистоту всей гостиницы и ее номеров.

Система бронирования номеров в гостиницах включает в себя комплекс ЭВМ, объединенных в сеть и связанных факс-модемной связью с различными

городами мира. Запрос на бронирование номера может поступать по различным каналам (электронная почта, факс, телефон, телекс). Основными задачами комплекса являются, бронирование номеров по заказу в данной гостинице; бронирование номеров по заказу клиентов в других гостиницах; бронирование билетов на различные виды транспорта; другие задачи. В ряде случаев такая система решает и локальные задачи в самой гостинице: автоматизированный расчет с клиентами; планирование номерного фонда; расчет заработной платы персонала; бухгалтерский учет и отчетность.

Крупные гостиничные комплексы, включенные в международные цепи, имеют единую систему бронирования типа «Сабре», «Галилео», «Амадеус» и др. Эти системы бронирования (резервирования) выполняют функции резервирования номеров в гостиницах, бронирования билетов на различные виды транспорта и др.

Коммерческие службы проводят маркетинговые исследования, обоснования бизнес-планов, анализ конъюнктуры и действий

конкурентов; вносят регламентные изменения в хозяйственную политику вследствие регулирующих действий властей и законодательства; формируют информацию о реальном состоянии дел на предприятии и используют ее для выработки управленческих решений.

Административные службы осуществляют руководство подразделениями гостиницы и обеспечивают безопасность проживающих.

Дирекция предприятия является высшим управленческим органом, который определяет стратегические и оперативно-тактические задачи (планирование ассортимента и обеспечение качества услуг, создание системы управления предприятием, определение задач по созданию ассортимента и позиционированию услуг, обеспечение взаимодействия служб предприятия).

Первым лицом гостиничного предприятия является генеральный директор, перед которым стоят три главные задачи: удовлетворение всех пожеланий гостя и тем самым привлечение его к повторному посещению гостиницы; обеспечение получения прибыли гостиницей; обеспечение нормальных условий труда и отдыха персонала гостиницы.

Все гостиницы имеют четкую иерархию менеджмента, в рамках которого все его члены занимают определенное место в соответствии со своим статусом. В нижней части иерархии находятся люди, которые заняты непосредственно работой. К ним относится производственный персонал гостиницы (так называемые индивидуальные участники).

Следующую часть составляют менеджеры, деятельность которых делится на три уровня

--- одни осуществляют руководство деятельностью только отдельных сотрудников — они не контролируют деятельность других менеджеров;

--- другие управляют работой других менеджеров — находят методы решения наиболее важных задач, участвуют в составлении планов;

--- третьи — менеджеры высшего звена — отвечают за постановку глобальных задач, формируют стратегию развития и внутренних ценностей гостиничного предприятия. Они ответственны перед руководством гостиницы.

В работе менеджера, какой бы деятельностью в индустрии гостеприимства он не занимался, существуют пять базовых операций. В своей работе менеджер:

1. Устанавливает цели, определяет конкретные задачи в каждой группе целей, делает их эффективными через сообщение их другим сотрудникам предприятия (гостиницы, ресторана, турфирмы), чья работа необходима для достижения данных целей.

2. Выполняет организационную функцию, анализируя деятельность и принимая решения, необходимые для достижения целей. Менеджер группирует проблемы в организационную структуру и выбирает персонал для их выполнения.

3. Поддерживает постоянную коммуникацию в коллективе, не забывая про приемы мотивации.

4. Анализирует, оценивает и интерпретирует результаты работы каждого сотрудника предприятия.

5. Способствует росту людей, включая себя самого.

Благодаря взаимодействию вышеназванных компонентов менеджер способен сделать деятельность любого гостиничного предприятия в целом эффективной и приносящей прибыль.

Ответственность за принятие общих управленческих решений лежит на высшем звене управления. Подразделения являются функциональными звеньями, каждое из которых использует свою специфическую технологию, но все вместе они имеют одну общую цель — удовлетворение потребностей клиентов.

## ЗДАНИЯ, СООРУЖЕНИЯ И ПОМЕЩЕНИЯ В ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Гостиница призвана создать комфортабельные условия для ночевки туриста и предоставить ему комплекс услуг, важнейшими среди которых являются услуги размещения и питания. Здание гостиницы является многофункциональным сооружением и содержит разнообразное оборудование. Помещения для ночевки туристов обособливаются от помещений, связанных с оказанием туристам иных услуг. Соответствующие помещения распределяются в различные функциональные (архитектурные) блоки.

При сооружении зданий гостиниц должны учитываться следующие основные принципы:

--- здание должно органически вписываться в окружающую среду, сохраняя особенности городского или сельского ландшафта,

--- здание должно быть по возможности расположено в центральной части города и иметь достаточно места для парковки автомобилей,

--- необходимо учитывать природно-климатические факторы, температуру и влажность воздуха, количество осадков, инсоляцию, скорость и направление ветра и пр.;

--- планировка здания должна обеспечивать рациональную организацию обслуживания и соответствующий комфорт проживающим, отвечать функциональным требованиям,

--- здание должно соответствовать эстетическим, техническим, санитарно-гигиеническим, экологическим нормам и рекомендациям,

--- необходимо соблюдать условия экономичности процесса строительства здания.

Здания гостиниц могут различаться по многим признакам типу конструкций, вместимости, этажности, назначению, режиму эксплуатации и т. д.

В зависимости от типа конструкций и материалов здания гостиниц бывают каркасными, блочными, монолитными, из местных строительных материалов и др. (например, здание московской гостиницы «Космос» — монолитное)

Интерьер гостиниц должен обладать эстетической и художественной выразительностью, отвечать функциональному назначению помещений

Здания подразделяются на основные и вспомогательные. К основным зданиям относятся жилые корпуса, пункты питания, обслуживания, спортивные комплексы и др. К вспомогательным относятся котельные, прачечные, складские помещения, гаражи и т. д. Кроме этого, в гостиничные комплексы входят следующие сооружения преобразовательные подстанции, насосные и артезианские скважины, резервуары, канализационные коллекторы и другие коммунальные сооружения

По функциональному назначению в гостинице выделяют:

- группу помещений вестибюля;
- жилую часть;
- помещения для питания гостей;
- помещения торгово-бытового обслуживания;
- помещения для занятий спортом, развлечений, бизнеса;
- служебные и бытовые помещения;
- технические помещения.

Просторные помещения вестибюля — одна из ответственных частей гостиницы. Они ориентированы на встречу и проводы гостей, в них осуществляются функции распределения и перераспределения некоторых работ.

В состав жилых помещений входят номера для клиентов, функциональные холлы, уголки отдыха, коридоры.

В ресторанах, барах и кафе гости наряду с приемом пищи могут развлекаться, общаться.

Состав помещений развлекательного назначения включает киноконцертные, банкетные, танцевальные залы. Спортивные сооружения, как правило, представлены бассейном, спортивными залами, кегельбаном и пр. Помещения для деловых встреч включают конференц-залы, залы для деловых и банковских операций, выставочные залы.

В группе помещений торгово-бытового обслуживания услуги гостям предоставляют торговые предприятия, парикмахерская, химчистка, фотография, ателье и др.

Служебные и бытовые помещения гостиницы обеспечивают условия работы, быта, питания персоналу, включая их хозяйственные и подсобные нужды, а также размещение инвентаря для уборки внутренних помещений.

В технических помещениях располагаются службы, контролирующие работу техники кондиционирования, централизованного мусороудаления, телефона, сигнализации и других систем жизнеобеспечения гостиницы.

Планировка номеров зависит от категории гостиницы и обычно включает холл, жилую комнату (комнаты), ванную, санузел, встроенные шкафы, мини-бары, в ряде номеров — кухню.

Вся мебель в гостинице подразделяется на бытовую, офисную, ресторанный и специальную. Бытовая мебель располагается в номерах гостиницы, офисная—в административных помещениях, ресторанная—в предприятиях питания, специальная — в парикмахерских, салонах, медицинских кабинетах и пр.

Оснащение гостиницы также зависит от ее назначения (для деловых людей, конгресс - и бизнес-туризма, туризма с познавательной целью и т. д.) и ее категории. Специфические требования предъявляются к оборудованию номера для гостей с детьми, семейных клиентов, для туристов с животными и т. д.

В курортной гостинице, как правило, должно быть предусмотрено спальное место как в номере, так и на лоджии.

В ряде гостиниц предусмотрены трансформируемые номера, то есть изменение площади в зависимости от условий за счет раздвижных перегородок (номер «дубль»).

Функциональной зоной гостиницы является также территория, примыкающая к гостиничному зданию. Она обеспечивает изоляцию гостей и персонала гостиницы от внешней среды (шум, загазованность, грязь и пр.), доступность для приезжающих. С этой точки зрения важно расположение гостиницы относительно транспортных узлов, соответствующее рекламное оформление здания.

Деятельность предприятий размещения характеризуется следующими показателями.

- количество номеров (количеством мест),
- классность (категорийность);
- коэффициент загрузки;
- набор услуги их стоимость.

Производство услуг на предприятиях гостеприимства включает следующие основные компоненты:

- работники (профессионально подготовленный персонал);
- средства труда (машины, механизмы, инструменты, сооружения, помещения)
- предметы труда (материалы, сырье, информация);
- энергия (тепловая, электрическая, механическая, световая)
- информация (научно-техническая, оперативно-производственная, правовая, социально-политическая).

Профессиональный синтез указанных компонентов формирует производственный процесс предоставления услуг, выступает предметом организации производства и, в частности, организации как функции менеджмента предприятий гостиничного и ресторанного бизнеса. Техническая и организационно-экономическая характеристика производственного процесса предприятий гостеприимства определяется видом производимых услуг, объему производства, типом и видом применяемых техники и технологии, уровнем специализации.

Все производственные процессы предоставления услуг вна предприятиях ИГ классифицируются по следующим признакам:

- по способу воздействия на предмет труда;
- по типу используемого оборудования;
- по мере механизации;
- по объему предлагаемых услуг;
- за прерывность или непрерывностью процесса.

Когда действие на предмет труда в рамках производственного процесса осуществляется при непосредственном участии людей, такой процесс определяется как технологический, если без их участия (речь идет о действии природных сил — брожение, закисание, окисления), тогда этот процесс определяется как естественный.

По типу используемого оборудования производственные процессы делятся на открытые и аппаратурные. На предприятиях ИГ преобладает применение открытых процессов.

В современном гостиничном и ресторанном бизнесе выделяются следующие уровни механизации производственных процессов: ручной, машинно-ручной и машинный. По объему предлагаемых услуг предприятия подразделяются на малые, средние, крупные и очень крупные. Независимо от масштабов деятельности предприятия и других признаков производственные процессы делятся на непрерывно (дискретные) и непрерывные. Организация производственного процесса предоставления услуг требует соблюдения определенных принципов, которые менеджер должен овладеть и использовать в практической деятельности. Главными из них являются: специализация, пропорциональность, параллельность, прямоочность, непрерывность, ритмичность, цикличность и комплексность.

Специализация — предусматривает организацию производственного процесса в пределах цеха, участка, рабочего места. Этот принцип базируется на необходимости специфического использования оборудования, технологии, сырья, материалов, специалистов, изготовление услуг различных по потребительским направлениям. Специализация значительной мере повышает качество производимых услуг, ускоряет выполнение работ, повышает производительность труда, а следовательно является экономически эффективной. Недостатком специализации является то, что труд рабочих становится монотонной и вызывает рост психологической нагрузки на них.

Пропорциональность в организации производственного процесса предусматривает соблюдение определенного соотношения относительно функционирования отдельных структурных подразделений, в результате чего обеспечивается соответствие по их пропускной способности, исключаются разного рода задержки, создаются условия для ритмичной работы.

Под параллельностью производственных процессов необходимо понимать одновременность их осуществления на различных стадиях во времени и пространстве, если последовательность операций не имеет принципиального значения. Например, на предприятиях гостеприимства время осуществляются услуги размещения гостей, их питания, отдыха и развлечений, уборка гостевых комнат и т.д.. прямоочность как принцип организации означает обеспечение кратчайшего интервала между отдельными этапами производственного процес-

са с целью сокращения общих временных затрат на производство и оказание услуг.

Например, расположение отдельных цехов и оборудования для производства продукции в ресторанах должна соответствовать хода производственного процесса. Наряду со складскими помещениями размещаются цеха для первичной обработки сырья, а между отдельными цехами устанавливается удобную взаимосвязь. Непрерывность производства предполагает экономию времени (минимизация или полное устранение перерывов), а затем эффективное использование оборудования, средств труда и рабочей силы.

Важным принципом организации производственного процесса является его ритмичность, которая выражается в равномерном изготовлении услуг (продукции) в равные промежутки времени на всех этапах технологических цепей. В гостиничных предприятиях и предприятиях общественного питания все основные технологические процессы осуществляются циклически, то есть регулярно повторяются в полном объеме как совокупность операций.

Производственный цикл предоставления услуг определяется по продолжительности и структурой. Он состоит из рабочего периода и организационных перерывов.

Во время рабочего периода осуществляются основные и вспомогательные технологические процессы (уборка номерного фонда, изготовления полуфабрикатов и готовых блюд, транспортировки моющих и дезинфицирующих средств, кулинарных изделий в процессе производства и т.п.).

Организационные перерывы между операциями используются для отдыха работников во время смены, приема пищи. Большое их количество приходится на организационно-технологические перерывы, перерывы из-за нарушения трудовой дисциплины, по техническим причинам и др.

При оказании услуг применяются три основных метода организации производственных процессов: текущий, партийный, единичный.

Текущий метод предполагает разделение производственного процесса на небольшие по объему и продолжительности элементы (операции) и закрепление их за определенными рабочими местами. Производственные операции, осуществляемые в жесткой технологической последовательности, создают своего рода поток, который соответствует общему ходу производственного процесса. Организационной формой поточного метода производства является текущая линия, которая представляет собой совокупность специализированных рабочих мест. Текущие линии являются основой таких структур, как цеха предприятий общественного питания.

Партийный метод организации производства отличается от текущего запуском в технологический процесс сырья, материалов, полуфабрикатов и средств материально-технического назначения определенными частями (партиями) через определенные промежутки времени.

Единичный метод организации производства применяется в случае изготовления ресторанной продукции на заказ, мелкосерийной продукции широкого ассортимента с длительным производственным циклом, при необходимости частой смены оборудования, большом объеме ручных работ, длительных ме-

жоперационных перерывах и нерегулярном выходе готовых изделий. К организации производственных процессов предоставления услуг и их взаимодействия должен применяться комплексный подход, который обеспечивает их реальное единство. В комплексности заключается последний из основных организационных принципов производства и реализации услуг предприятия сервиса. Указанные принципы рациональной организации производственных процессов является основным фактором повышения эффективности системы менеджмента, поэтому определение коэффициентов этих показателей является важным и целесообразным в реальных условиях хозяйствования.

Коэффициент специализации определяется по формуле:

$$K_{\text{сп}} = V_{\text{сп}} : V_{\text{общ}} \quad (2)$$

где  $K_{\text{сп}}$  — коэффициент специализации;

$V_{\text{сп}}$  — выручка от реализации услуг (продукции), произведенных на специализированных рабочих местах;

$V_{\text{общ}}$  — общая выручка предприятия.

Коэффициент пропорциональности определяется по формуле:

$$K_{\text{пр}} = M_{\text{min}} : M_{\text{max}} \quad (3)$$

где  $K_{\text{пр}}$  — коэффициент пропорциональности;

$M_{\text{min}}$  — минимальная пропускная способность структурных подразделений;

$M_{\text{max}}$  — максимальная пропускная способность структурных подразделений

Коэффициент параллельности определяется по формуле:

$$K_{\text{пар}} = T_{\text{рпар}} : T_{\text{общ}} \quad (4)$$

где  $K_{\text{пар}}$  — коэффициент параллельности;

$T_{\text{рпар}}$  — продолжительность работ, выполняемых параллельно;

$T_{\text{общ}}$  — общая длительность производственного процесса, включая простои.

Коэффициент прямооточности определяется по формуле:

$$K_{\text{прям}} = D_{\text{опт}} : D_{\text{факт}} \quad (5)$$

где  $K_{\text{прям}}$  — коэффициент прямооточности;

$D_{\text{опт}}$  — оптимальная длительность интервала между отдельными этапами производственного процесса;

$D_{\text{факт}}$  — фактическая длительность интервала между отдельными этапами производственного процесса;

Коэффициент непрерывности определяется по формуле:

$$K_{\text{без}} = T_{\text{раб}} : T_{\text{общ}} \quad (6)$$

где  $K_{\text{без}}$  — коэффициент непрерывности;

$T_{\text{раб}}$  — продолжительность рабочего времени;

$T_{\text{общ}}$  — общая длительность производственного процесса, включая простои.

Коэффициент ритмичности можно определить по формуле:

$$K_{\text{ритм}} = V_{\text{ф}} : V_{\text{пл}} \quad (7)$$

где  $K_{\text{ритм}}$  — коэффициент ритмичности;

$V_{\text{ф}}$  — фактическая выручка за рассматриваемый период в рамках плана;

$V_{\text{пл}}$  — планируемый объем выручки.

Организация производства и предоставления услуг с соблюдением основных принципов производственных процессов способствует реализации функций менеджмента.

## ГЛАВА 3 ОСНОВНОЙ КАПИТАЛ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТЕПРИИМСТВА

### 3.1 Основной капитал: сущность, структура и классификация

На современном этапе развития перед Республикой Казахстан стоит обширный круг задач, успешное решение которых позволит создать должные условия для реализации стратегического ориентира государства заключающегося в достижении устойчивого роста во всех отраслях промышленности. Деятельность промышленных предприятий в значительной степени зависит от оснащенности основными производственными фондами, их состояния, эффективности использования и управления.

В экономической мысли наблюдаются несколько подходов к определению основного производственного капитала как экономической категории, среди которых можно выделить три основных.

Во-первых, основной капитал раскрывается как совокупность средств труда, многократно используемых в процессе производства. Этот подход отражает материально-вещественную составляющую категории «основной капитал», что позволяет раскрыть техническую природу основных производственных средств, их особенности и характеристики. Но при таком подходе не раскрывается ни динамика основных производственных средств, ни их связь с трудом, не дается характеристика экономических отношений по поводу основных производственных фондов.

Во-вторых, категория «основной капитал» трактуется с точки зрения особенностей кругооборота и цели использования в хозяйственной деятельности. Данное определение позволяет раскрыть динамические свойства основных производственных средств, но не содержит возможности определить характер динамики и ее причины.

В-третьих, основной капитал выражает экономические отношения между субъектами его воспроизводства по поводу рациональных условий его непрерывного воссоздания с целью реализации экономических интересов данных субъектов. Такое определение не дает представления о составе основных производственных средств, но показывает целевые критерии движения.

Обобщая данные подходы можно охарактеризовать основной капитал предприятий как технологически связанный комплекс материальных благ длительного пользования обеспечивающих получение доходов собственников через рациональную эксплуатацию, амортизацию, расширенное воспроизводство.

В рыночной экономике выделяются следующие сущностные аспекты основного капитала:

- основной капитал как накопленная ценность;
- основной капитал как производственный ресурс;
- основной капитал как источник дохода;
- источник самовоспроизводства через амортизацию;
- объект собственности;
- носитель фактора риска;

- носитель фактора ликвидности.

Целесообразно остановиться на характеристиках данных аспектов подробнее:

1. *Основной капитал как накопленная ценность.* В этом качестве основной капитал в наиболее обобщенном виде характеризуется как ранее накопленный запас продуктов прошлого труда, запас экономических благ на определенный момент времени.

2. *Основной капитал как производственный ресурс.* В этом качестве под основным капиталом понимается совокупность капитальных благ, используемых длительное время и по частям, переносящим свою стоимость на готовый продукт. Как производственный ресурс основной капитал характеризуется определенной производительностью.

3. *Основной капитал как источник дохода.* Способность является одной из важнейших характеристик капитала. Размер доходов от основных производственных средств составляет источники формирования затрат на его привлечение и использование в хозяйственной деятельности предприятия. Вместе с тем, потенциальная способность основных производственных средств приносить доход не реализуется автоматически, а обеспечивается лишь в условиях эффективного использования.

4. *Основной капитал как источник самовоспроизводства через амортизацию.* Цикл воспроизводства основных производственных средств характеризуется повторяемостью за определенный период двух взаимосвязанных процессов, следующих один за другим: ввод (замена) и производительное потребление основных производственных средств (износ). Для нормального процесса простого воспроизводства основных производственных средств величина амортизации должна соответствовать реальному участию применяемых средств труда в образовании новой стоимости.

5. *Основной капитал как объект собственности.* Отношения собственности реализуются в трех основных правовых формах: владении, распоряжении и пользовании. В современных условиях предприниматель, использующий основной капитал в хозяйственной деятельности, может иметь права распоряжаться им без права владения. Таким образом, основной капитал как объект владения выступает, прежде всего, как накопленная ценность, а как объект распоряжения и использования выступает производственным ресурсом. Основной капитал как объект собственности может выступать носителем всех форм собственности.

6. *Основной капитал как носитель фактора риска.* Носителем фактора риска основной капитал выступают как источник дохода в процессе его использования в предпринимательской деятельности. Применяя основных производственных средств как производственный ресурс в целях получения дохода, предприниматель осознанно идет на экономический риск, связанный с возможностью снижением суммы ожидаемого дохода, а также возможной потерей вложенного капитала.

7. *Основной капитал как носитель фактора ликвидности.* Основной капитал предприятия характеризуется определенной ликвидностью, т.е. способностью быть реализованным по своей рыночной стоимости. Это обеспечивает воз-

возможность «перелива капитала» при неблагоприятных условиях его использования.

Однако средства труда как элемент производительных сил сами по себе не являются экономической категорией. В ситуациях, когда рассматриваются цели их использования, пути и источники формирования, характер движения и эффективность, тогда их общественная природа превращает их в экономическую категорию, зависящую от экономической системы. Основных производственных средств в качестве экономической категории рассматривается как самовозрастающая стоимость, или стоимость, приносящая добавочную стоимость. Для уточнения сущности основных производственных средств как экономической категории нам представляется целесообразным провести сравнительный анализ двух экономических форм средств труда - основного капитала и производственных основных средств.

При выяснении сущности основного капитала в сравнении с основными производственными средствами, следует учитывать их двойственную структуру, включающую функциональные и общественные признаки.

Функциональные признаки основного капитала и основных производственных средств совпадают в части переноса стоимости на изготавливаемый продукт, порядка возврата этой стоимости в производственный оборот, функционирования в качестве средств труда в ряде производственных циклов, многократного их использования в производстве в неизменной натуральной форме, общей схеме воспроизводства.

Следовательно, при производительном потреблении и основной капитал, и основные производственные фонды представляют собой средства труда, которые выполняют присущие им технологические функции независимо от формы собственности на них.

Общественные признаки рассматриваемых категорий вытекают из экономических отношений по поводу присвоения и функционирования средств труда, прежде всего, из отношений собственности.

К основному капиталу относятся средства производства, неоднократно участвующие в производственном процессе, сохраняющие при этом свою натуральную форму, переносящие свою стоимость на производимую продукцию по частям по мере износа. К ним относятся средства производства со сроком службы более 12 месяцев.

В составе основного капитала учитываются находящиеся в собственности организации земельные участки, объекты природопользования (вода, недра и другие природные ресурсы).

Для учета, анализа и оценки основные средства группируются по функциональному назначению; по вещественно-натуральному составу; по принадлежности; по степени участия в производственном процессе.

По функциональному назначению основной капитал делится на производственные и непроизводственные. К производственным основным средствам относятся те средства труда, которые непосредственно участвуют в производственном процессе (машины, оборудование и др.), создают условия для его

нормального осуществления(производственные здания, сооружения и др.) и служат для хранения и перемещения предметов труда.

Непроизводственный основной капитал – это основные средства, которые непосредственно не участвуют в производственном процессе (жилые дома, детские сады, школы и др.), но находятся в ведении предприятия. В типовой классификации основные производственные фонды группируются по характеру участия и натурально-вещественным формам (табл. 3.1).

Таблица 3.1 - Классификация основных производственных фондов

Группы	Назначение и краткая характеристика
1. Здания	Строительно-архитектурные объекты производственного назначения (здания цехов, служб предприятия и др.)
2. Сооружения	Инженерно-строительные объекты, выполняющие технические функции, не связанные с изменением оборотных производственных фондов (предметов труда) — дороги, эстакады, тоннели, мосты и др.
3. Силовые машины и оборудование	Объекты, предназначенные для выработки и распределения энергии (генераторы, электродвигатели, двигатели внутреннего сгорания и др.)
4. Рабочие машины и оборудование	Непосредственно участвуют в технологическом процессе, воздействуя на предметы труда (металлорежущие станки, прессы, молоты, термические печи и др.)
5. Измерительные и регулирующие приборы и устройства, лабораторное оборудование	Предназначены для регулирования, измерения и контроля технологических процессов, проведения лабораторных испытаний и исследований
6. Вычислительная техника	Совокупность средств для ускорения и автоматизации расчетов и принятия решений
7. Прочие машины и оборудование	Машины и оборудование, не вошедшие в перечисленные группы (пожарные машины, оборудование телефонных станций и др.)
8. Транспортные средства: железнодорожный, автомобильный, водный, авиационный	Производят перемещение людей и грузов в пределах предприятия и вне его (электровозы, тепловозы, автомобили и др.)
9. Передаточные устройства	Объекты, предназначенные для трансформации, передачи и перемещения энергии (электро- и теплосети, газовые сети, не являющиеся основной частью здания)

10. Прочие основные производственные фонды	Объекты основных производственных фондов, не вошедшие в вышеперечисленные группы
--	--

Основной капитал состоит из огромного количества разнообразных натурально-вещественных объектов, различающихся по производственно-техническому назначению, срокам службы, степени влияния на работу предприятия. Количество объектов, включаемых в состав основных средств, исчисляется на каждом предприятии сотнями, а то и тысячами наименований в зависимости от специфики отрасли промышленности. Поэтому необходимо рассмотреть структуру основного капитала, которая занимает важное место среди показателей, характеризующих уровень экономического развития отдельного предприятия. Оптимизация структуры основного капитала является необходимым условием для снижения издержек производства, повышения отдачи инвестиций, а также ускорения оборота капитала и, в конечном счете, ведет к повышению доходов предприятия. Структурирование основного капитала промышленного предприятия позволяет провести как качественную, так и количественную оценку основного капитала, а также охарактеризовать эффективность их использования.

В зависимости от степени участия в производственном процессе в практике планирования и экономического анализа основной капитал делится на активные и пассивные. Активная часть основных средств влияет на объем производства и непосредственно воздействует на предметы труда (машины и оборудование). Пассивная же часть основных средств, соответственно, не воздействует на предмет труда, а лишь создает условия для нормального функционирования производства (здания, сооружения).

Анализ наличия и использования основных средств на предприятии, их качественного состояния невозможен без определения их структуры. Каждое предприятие должно стремиться к достижению оптимальной видовой, возрастной и технологической структуры основного капитала.

Видовая (производственная) структура основного капитала производственного назначения характеризуется долей каждой группы средств по натурально-вещественному признаку в их общей среднегодовой стоимости. Производственная структура зависит от многих факторов, в том числе от отраслевой принадлежности предприятия, географического размещения производства, размеров предприятия, технического уровня производства и темпов научно-технического прогресса.

Возрастная структура основных производственных средств является соотношением отдельных возрастных групп фондов в их общей стоимости. В экономическом анализе принято распределение основного капитала в следующем порядке: до 5 лет; от 5 до 10 лет; от 10 до 15; от 15 до 20; свыше 20 лет. Возрастная структура основного капитала позволяет рассчитать средний возраст основного капитала как средневзвешенную величину.

Технологическая структура основных производственных средств отражает их распределение по структурным подразделениям предприятия.

### 3.2 Основной капитал предприятий размещения

Основной капитал гостиниц и других средств размещения гостей представляют собой средства труда, которые участвуют не в одном обороте, а многократно используются в производственно-эксплуатационном процессе, не изменяя при этом свою натурально-вещественную форму, переносят стоимость на услуги по частям по мере износа и возмещают ее по мере реализации услуг.

В соответствии с действующим учетом к основному капиталу относятся средства труда, срок службы которых составляет более одного года. Основным капиталом гостиниц составляют основу их материально-технической базы. Не относятся к основному капиталу - спецоснастка, спецодежда и обувь независимо от их стоимости и сроков службы.

К производственному основному капиталу гостиниц и других средств размещения относятся средства труда, которые либо участвуют в производственно-эксплуатационном процессе, либо способствуют его осуществлению (здания гостиниц, оборудование). Производственный основной капитал создает материальные условия для оказания гостиничных услуг. К непроизводственному основному капиталу относятся фонды, которые служат для удовлетворения бытовых и социально-культурных потребностей работников.

В зависимости от функционального назначения применяется типовая классификация объектов основного капитала гостиниц:

- здания;
- сооружения;
- передаточные устройства;
- машины и оборудование;
- транспортные средства;
- жилища;
- инструмент;
- производственный и хозяйственный инвентарь;
- другие.

Здания и сооружения занимают наибольший удельный вес в составе основного капитала гостиничного предприятия. Здания подразделяются на основные (гостиницы в комплексе и отдельно стоящие спальные корпуса, рестораны, спортивные комплексы и др.) и вспомогательные (котельные, прачечные, склады, гаражи, овощехранилища и др.).

К сооружениям в гостиничных хозяйствах относятся водоподъемные станции, артезианские скважины пресной и минеральной воды, бассейны, включая их фундамент, обогревательные устройства и арматура, фонтаны, канализационные сооружения и другие коммунальные сооружения, спортивные площадки, теннисные корты, аттракционы, парковые дорожки, лодочные станции, скульптуры, заасфальтированные дворы и тротуары, дороги со всеми вспомогательными пристройками и дорожными знаками, ограждения и др.

К передаточным устройствам принадлежат трансмиссии, электросети, передатчики тепловой энергии, телефонные сети, радио, сети внешнего освеще-

ния территории, трубопроводы для отопления, водоснабжения, канализации гостиничных и других корпусов.

К машинам и оборудованию относят силовые рабочие машины и оборудование к ним, трансформаторы, распределительные щиты, генераторы, паровые котлы, электродвигатели, оборудование коммунального хозяйства, прачечных, телефонной связи, пожарное оборудование, средства связи, вычислительной техники и оргтехники.

Жилища — это здания, предназначенные для временного проживания (щитовые домики), используемые в летний период

К транспортным средствам относят средства передвижения, предназначенные для перемещения людей и грузов.

Косновному капиталу гостиниц принадлежат также мебель, инвентарь, в том числе пылесосы, полотеры, поломоечные машины, кондиционеры, предметы хозяйственного и культурного назначения (ковры, телевизоры, холодильники, спортивный инвентарь, пианино, видеомагнитофоны, картины), а также многолетние насаждения всех видов, живая природа и др.

В зависимости от конкретной роли в процессе оказания услуг основной капитал гостиницы подразделяются на активные и пассивные. К активной части относятся жилые комнаты с мебелью и другими предметами хозяйственного и культурного назначения, машины, оборудование, инструмент; к пассивной части — передаточные устройства, некоторые виды сооружений, гостиничные корпуса, средства коммуникации.

По степени использования основной капитал подразделяют на находящиеся:

- в эксплуатации;
- в запасе (резерве),
- в стадии достройки, дооборудования, реконструкции, частичной ликвидации;
- на консервации.

В зависимости от прав на объекты основного капитала их подразделяют:

- на принадлежащие гостинице на праве собственности (в том числе сданные в аренду или переданные в безвозмездное пользование);
- находящиеся у гостиницы в оперативном управлении или хозяйственном ведении;
- полученные гостиницей в аренду.

По формам собственности основной капитал подразделяют на государственные и частные.

Соотношение стоимости отдельных групп основного капитала в их общей стоимости, выраженное в процентах, называется структурой основного капитала. Различают производственную, технологическую и другую структуру основного капитала. Производственная структура определяется соотношением активной и пассивной частей основного капитала в их общей величине. Технологическая структура представляет собой соотношение отдельных видов основного капитала в их общей стоимости.

### 3.3 Основной капитал ресторанного хозяйства

Основной капитал ресторанного хозяйства — это материально-вещественные ценности, функционирующие в качестве средств труда, которые необходимы для осуществления процессов производства, реализации и организации потребления кулинарной продукции. Многократно обслуживая эти процессы, основной капитал не изменяют всей вещественной формы и постепенно, частями, по мере износа, переносят свою стоимость на изготавливаемую продукцию общественного питания.

Классификация основного капитала ресторана сходна с классификацией основного капитала гостиниц. Однако при этом существуют некоторые особенности.

Основной капитал ресторана непосредственно связаны с процессами производства, реализации и организации потребления кулинарной продукции. В процессе производства основной капитал используются для переработки сырья и полуфабрикатов (тестомесильные машины, жарочные шкафы и др.). В процессах реализации и организации потребления основной капитал играют также важную роль (кассовые аппараты, барные стойки, раздаточные стойки и др.). Примерно 55% основного капитала общественного питания используется в процессе производства, 10%—в процессе обмена и 35%—в процессе организации потребления пищевой продукции.

Основной капитал ресторанного хозяйства подразделяются на активные и пассивные. Активная часть основного капитала оказывает прямое влияние на рост выпуска кулинарной продукции: оборудование, машины, производственный инвентарь. Пассивная часть основного капитала создает необходимые условия для производства, реализации, хозяйственный инвентарь и транспортные средства.

Структура основного капитала предприятия общественного питания зависит от типа предприятия (ресторан, кафе, столовая и др.), количества мест, форм обслуживания и организации производства.

Основной капитал предприятия общественного питания выполняют производственные и непроизводственные функции. Производственные функции предприятия общественного питания связаны с выпуском, кулинарной продукции. Непроизводственные функции в первую очередь связаны со сменой форм стоимости (превращая ее из товарной в денежную). Кроме того, основной капитал предприятий питания участвуют в хранении запасов сырья и товаров.

Основной капитал ресторанного предприятия имеют свои особенности функционирования, состоящие в следующем:

- в структуре основного капитала ресторана выше доля машин и оборудования по сравнению с торговым предприятием, а, следовательно, доля амортизационных отчислений;

- основной капитал ресторана связаны с выпуском продукции в широком ассортименте, предназначенной для удовлетворения потребностей различных групп населения;

- основной капитал ресторана загружены неравномерно в течение рабочего времени, что зависит от потока потребителей и особенностей выпускаемой пищевой продукции.

Показатели оценки и движения основного капитала ресторанного хозяйства схожи с аналогичными показателями гостиничных предприятий. Показатели эффективности использования основного капитала ресторанного хозяйства рассчитываются на основе их среднегодовой стоимости.

Фондоотдача в ресторанном хозяйстве определяется отношением годового валового товарооборота, или оборота по продукции собственного производства, к среднегодовой стоимости основного капитала. Этот показатель можно применять для характеристики эффективности использования какой-либо части основного капитала, например, активной. Фондоотдача на предприятии общественного питания рассчитывается по следующим формулам:

Фондоемкость— показатель, обратный фондоотдаче. Фондоемкость рассчитывается как отношение среднегодовой стоимости основного капитала к товарообороту.

Фондовооруженность и фондооснащенность характеризуют величину основного капитала на одного работника предприятия питания. Эти показатели рассчитываются по следующим формулам

Для определения эффективности использования основного капитала ресторана используются следующие показатели:

- розничный товарооборот на одно место предприятия питания;
- товарооборот на 1 кв. м площади торгового зала;
- оборот по продукции собственного производства на 1 кв. м производственной площади;
- оборот по продукции собственного производства на одно место;
- количество мест в торговых залах в расчете на работника предприятия, работника производства, одного потребителя.

Экономическая эффективность использования основного капитала гостиничного и ресторанного хозяйства проявляется в увеличении объема предоставляемых услуг, прибыли, экономии затрат труда. Интенсивное использование основного капитала дает возможность увеличивать качественные показатели хозяйственной деятельности без дополнительных капитальных затрат.

### **3.4 Виды стоимостных оценок основного капитала**

Оценка основного капитала - это денежное выражение их стоимости. Применяются три вида их оценки: первоначальная, текущая и балансовая стоимость основного капитала.

Первоначальная стоимость отражает фактические затраты на приобретение (создание) основного капитала. Первоначальная стоимость не изменяется. Исключением являются достройка, коренная реконструкция или частичная ликвидация.

Первоначальная стоимость основного капитала, *поступивших за счет капитальных вложений предприятий*, включает затраты на возведение (сооруже-

ние) или приобретение основного капитала, включая расходы по доставке и установке, а также иные расходы по доведению данного объекта до состояния готовности к эксплуатации по назначению.

Со временем стоимость воспроизводства основных средств изменяется и первоначальная стоимость уже не отражает их действительную ценность.

Текущая стоимость соответствует затратам на создание или приобретение аналогичных основного капитала в современных условиях. Для определения текущей стоимости основных средств проводят их переоценку путем индексации или прямого пересчета по документально подтвержденным рыночным ценам.

Постепенная потеря стоимости основного капитала отражается в оценке их по балансовой стоимости. Балансовая стоимость представляет собой первоначальную (текущую) стоимость, уменьшенную на величину износа:

$$С_{бал} = С_{перв} (тек) - И \quad (8)$$

где,  $С_{бал}$ - балансовая стоимость основного капитала;

$С_{перв} (тек)$  - первоначальная (текущая) стоимость основного капитала;

$И$ - износ основного капитала.

Оценка основного капитала по балансовой необходима для того, чтобы знать их качественное состояние и для составления бухгалтерского баланса.

### 3.5 Износ и амортизация основного капитала

*Износ - это постепенная утрата основными фондами своей потребительской стоимости.* Следует различать моральный и физический износ.

Физический износ - это утрата основными фондами своей потребительской стоимости в результате износа деталей, воздействия естественных природных факторов и агрессивных сред, степени их эксплуатации, уровня квалификации обслуживающего персонала, своевременности проведения всех видов ремонта. Физический износ может быть двух видов: продуктивный и непродуктивный. Продуктивный физический износ - потеря стоимости в процессе эксплуатации, непродуктивный износ характерен для основного капитала, находящихся на консервации вследствие естественных процессов старения.

Для характеристики физического износа используют ряд показателей.

Коэффициент физического износа ( $К_{и}$ ) вычисляют по формуле

$$K_{и} = \frac{И}{C_{перв}} \times 100, \quad (9)$$

где,  $И$  – сумма износа, начисленная за весь период эксплуатации;

$С_{перв}$  – первоначальная (текущая) стоимость объекта основного капитала.

Моральный износ - это утрата стоимости вследствие снижения стоимости воспроизводства аналогичных объектов основного капитала, обусловленных совершенствованием технологии и организации производственного процесса.

Существует два вида морального износа:

✚ основной капитал обесценивается, так как аналогичные основные средства производятся с меньшими затратами и становятся дешевле;

✚ в результате научно-технического прогресса появляется более современное и более производительное оборудование.

Сущность морального износа заключается в том, что средства труда обесцениваются, утрачивают стоимость до окончания срока физической службы.

Политика в области воспроизводства основного капитала играет исключительно важную роль, так как именно она определяет количественное и качественное состояние основного капитала. Эта политика должна осуществляться как на макро-, так и на микроуровне. Основная задача воспроизводственной политики на макроуровне заключается в создании для всех хозяйствующих субъектов благоприятных условий для простого и расширенного воспроизводства, приобретения новой техники, реконструкции и технического перевооружения производства. Эта задача решается путем осуществления соответствующей амортизационной, инвестиционной и налоговой политики.

Воспроизводство основного капитала – это непрерывный процесс их обновления путем приобретения новых, реконструкции, технического перевооружения, модернизации и капитального ремонта.

Основная цель воспроизводства основного капитала – обеспечение предприятий основными фондами в их количественном и качественном составе, а также поддержание их в рабочем состоянии.

Процесс воспроизводства основного капитала может осуществляться за счет различных источников: чистого дохода, вклада в уставный капитал предприятия, кредитов банка и другие.

Для более детального анализа процесса воспроизводства основного капитала можно использовать следующие показатели: коэффициент обновления основного капитала, коэффициент выбытия основного капитала.

О том, насколько быстро идет этот процесс, можно судить по коэффициентам выбытия и обновления основного капитала:

$$K_{выб} = \frac{C_{выб}}{C_{нг}} \times 100, \quad (10)$$

где,  $K_{выб}$  – коэффициент выбытия основного капитала;  $C_{выб}$  – суммарная стоимость выбывших в течение года основного капитала;  $C_{нг}$  – первоначальная стоимость основного капитала на начало года.

$$K_{обн} = \frac{C_{введ}}{C_{нг}} \times 100, \quad (11)$$

где,  $K_{обн}$  – коэффициент обновления основного капитала;  $C_{введ}$  – суммарная стоимость введенных за год основного капитала;  $C_{кз}$  – первоначальная стоимость основного капитала на конец года.

Большие значения этих коэффициентов наблюдаются тогда, когда на предприятии идет интенсивная замена оборудования вследствие реконструкции или модернизации производства.

Износ основного капитала, отраженный в бухгалтерском учете, накапливается в течение всего срока их службы в виде амортизационных отчислений на счетах по учету износа. В каждом отчетном периоде сумма амортизации списывается со счетов износа на счета по учету затрат на производство. Вместе с выручкой за реализованную продукцию и услуги амортизация поступает на расчетный счет предприятия, на котором накапливается. Амортизационные отчисления расходуются непосредственно с расчетного счета на финансирование новых капитальных вложений в основные средства.

Амортизация - это планомерный процесс переноса стоимости средств труда по мере их износа на производимый с их помощью продукт. Амортизация является денежным выражением физического и морального износа основного капитала. Сумма начисленной за время функционирования основного капитала амортизации должна быть равна их первоначальной (восстановительной) стоимости.

Объектами для начисления амортизации являются объекты основного капитала, находящиеся в организации на праве собственности, хозяйственного ведения, оперативного управления.

Амортизационная политика является составной частью экономической политики любого государства. Устанавливая норму амортизации или срок полезного использования, порядок начисления и использования амортизационных отчислений, государство регулирует темпы и характер воспроизводства в отраслях.

Срок полезного использования – это средний срок службы объектов данного вида.

Норма амортизации - это установленный государством годовой процент возмещения стоимости основного капитала.

Норму амортизации на полное восстановление, рассчитывают по выражению:

$$H_a = \frac{C_{перв} - Л + Д}{C_{перв} \times T_a}, \quad (12)$$

где,  $H_a$  – годовая норма амортизации на полное восстановление;  $C_{перв}$  – первоначальная стоимость основного капитала;  $Л$  – ликвидационная стоимость основных производственных фондов;  $Д$  – стоимость демонтажа ликвиди-

руемых основного капитала и другие затраты, связанные с ликвидацией;  $T_a$  – срок полезного использования.

Начисление амортизации может осуществляться только теми способами, которые разрешены к применению. В настоящее время амортизация объектов основных фондов производится одним из следующих способов:

- равномерный метод списания;
- способом уменьшаемого остатка;
- способом списания стоимости по сумме чисел лет срока полезного использования;
- и другие

Применение одного из способов по группе однородных объектов основных средств производится в течение всего его срока полезного использования.

*Равномерный метод* относится к самым распространенным. Его используют примерно 70 % всех предприятий. Популярность равномерного метода обусловлена простотой применения. Суть его в том, что каждый год амортизируется равная часть стоимости данного вида основного капитала.

Ежегодную сумму амортизационных отчислений рассчитывают следующим образом:

$$A = \frac{C_{перв} \times H_a}{100}, \quad (13)$$

где,  $A$  – ежегодная сумма амортизационных отчислений;  $C_{перв}$  – первоначальная стоимость объекта;  $H_a$  – норма амортизационных отчислений.

При *способе уменьшаемого остатка* годовая сумма амортизационных отчислений определяется исходя из остаточной стоимости объекта основного капитала на начало отчетного года и нормы амортизации, исчисленной на основании срока полезного использования этого объекта:

$$A = C_{ост} \times \frac{k \times H_a}{100}, \quad (14)$$

где  $C_{ост}$  – остаточная стоимость объекта;  $k$  – коэффициент ускорения;  $H_a$  – норма амортизации для данного объекта.

При *способе списания стоимости по сумме чисел лет срока полезного использования* годовая сумма амортизации определяется исходя из первоначальной стоимости объекта основного капитала и годового соотношения, где в числителе число лет, остающихся до конца срока службы объекта, а в знаменателе – сумма чисел лет срока службы объекта:

$$A = C_{перв} \times \frac{T_{ост}}{T(T+1)/2}, \quad (15)$$

где  $C_{перв}$  – первоначальная стоимость объекта;  $T_{ост}$  – количество лет, оставшихся до окончания срока полезного использования;  $T$  – срок полезного использования.

Этот способ эквивалентен способу уменьшаемого остатка, но дает возможность списать всю стоимость объекта без остатка.

Ускоренная амортизация позволяет ускорить процесс обновления основных средств на предприятии; накопить достаточные средства для технического перевооружения и реконструкции производства; уменьшить налог на прибыль; поддерживать основные средства на высоком техническом уровне.

Месячная сумма амортизации определяется как произведение фактического месячного объема продукции (работ, услуг) и производственной ставки амортизации. Производственная ставка амортизации исчисляется делением амортизируемой стоимости на общий объем продукции (работ, услуг), который предприятие ожидает произвести (выполнить) с использованием объекта основного капитала:

$$A = Om * (Вп - Вл) : ОП \quad (16)$$

где,  $Om$  - фактический месячный объем продукции (работ, услуг);  
 $Вп$  - первоначальная стоимость основного капитала;  $Вл$  - ликвидационная стоимость основного капитала;  $ОП$  - ожидаемый объем производства с использованием амортизируемого оборудования.

### **3.6 Показатели использования основного капитала и пути улучшения их использования**

Для оценки эффективности использования основного капитала существует ряд показателей, среди которых важнейшими являются фондоотдача и фондоемкость.

*Фондоотдача* – это прямая величина, характеризующая уровень отдачи основного капитала.

Фондоотдачу рассчитывают по формуле

$$\Phi_o = \frac{B}{C_{cp}}, \quad (17)$$

где  $\Phi_o$  – фондоотдача;  $B$  – годовой выпуск продукции в стоимостном или натуральном выражении;  $C_{cp}$  – среднегодовая стоимость основного капитала.

Конечно, на величину и динамику фондоотдачи влияют множество факторов, зависящие и независящие от предприятия, к которым можно отнести следующие: обеспеченность производства всеми необходимыми ресурсами, обновление и возмещение основных производственных фондов, эффективная ор-

ганизация ремонтного хозяйства, улучшение планирования межотраслевых связей, полная экстенсивная и интенсивная загрузка основных средств, освоение и рациональное использование производственных мощностей, внедрение достижений науки и техники, устранения материальных потерь в процессе производства, совершенствование нормативов и плановых показателей, а также сохранность основных производственных средств и многие другие факторы. Все они взаимосвязаны между собой, и, поэтому, их трудно разграничить. Вместе с этим, резервы повышения фондоотдачи, лучшего использования оборудования имеются на каждом предприятии.

Использование основного капитала эффективно только в том случае, если относительный прирост объема продукции или прибыли превышает относительный прирост основных средств за анализируемый период.

При расчете показателя фондоотдачи основных средств учитываются не только собственные основной капитал предприятия, но и арендованные, которые участвуют в выпуске продукции. Считается, что наибольшая эффективность использования основного капитала достигается в случае, если прирост объема выпускаемой и реализуемой продукции выше показателя относительного прироста стоимости основных средств за период проводимого анализа.

Рост фондоотдачи способствует относительной экономии основного капитала и увеличению объема выпуска продукции. Коэффициент фондоотдачи является наилучшим, всеобъемлющим показателем рентабельности продукции организации, так как показывает отдачу активов. Величина фондоотдачи зависит от объема выпускаемой или реализуемой продукции и удельного веса машин и оборудования в общей стоимости основного капитала предприятия. В ходе анализа можно также выяснить влияние выхода продукции на этот показатель на одну денежную единицу стоимости действующего оборудования и коэффициента использования наличного именного оборудования, зависящего от того, установлено или не установлено оборудование, действует оно или бездействует. Систематический рост фондоотдачи наблюдается за счет:

- увеличения производительности труда;
- увеличения производительности оборудования;
- сокращения простоев;
- оптимальной загрузки оборудования;
- технического совершенствования основных средств и др.

На уровень фондоотдачи оказывают влияние многие факторы и основными из них являются следующие:

- изменение самой структуры основного капитала;
- изменение стоимости воспроизводства основного капитала.

*Фондоёмкость* или коэффициент закрепления основного капитала - это величина обратная показателю фондоотдачи. Ее определяют по формуле

$$\Phi_e = \frac{C_{cp}}{B}, \quad (18)$$

где  $\Phi_e$  - фондоемкость единицы продукции.

Фондоемкость-это обратный показатель фондоотдачи, с помощью которого можно определить долю основного капитала, которые приходится на 1 тенге выпускаемой продукции.

Зная фондоемкость продукции, можно рассчитать потребность в основных фондах.

Показатель фондорентабельности отражает объем дохода на тенге стоимости основного капитала. Показатель фондорентабельности позволяет определить степень окупаемости капитальных вложений в основной капитал, а также, и рост чистой продукции в стоимостном выражении (или, в форме прибыли). Следует сказать, что чем больше увеличивается производство продукции и полнее реализуется, тем больше дохода предприятия, ибо в каждой единице продукта имеется определенная доля прибавочной стоимости. Фондорентабельность определяется делением дохода (Д) к среднегодовой стоимости основных производственных средств(ОПФ), определяется по формуле:

$$K = \frac{Д}{\overline{ОПФ}} \quad (19)$$

Производительность основных видов машин и оборудования зависит от степени экстенсивного и интенсивного их использования. Показатели, с помощью которых можно оценить, использование машин и оборудования приведены в таблице 3.2.

Коэффициент экстенсивного использования оборудования определяет степень его использования во времени и представляет собой отношение фактического числа часов его работы к календарному (режимному, плановому).

Коэффициент интенсивного использования оборудования характеризует использование машин оборудования по мощности и рассчитывается делением фактической производительности машины в единицу времени к технической (или плановой).

Общее использование машин и оборудования и по времени и по мощности характеризует показатель интегральной загрузки. Он определяется произведением коэффициента экстенсивной загрузки на коэффициент интенсивной загрузки оборудования.

Таблица 3.2 - Показатели экстенсивного, интенсивного, интегрального использования машин и оборудования

Показатели	Формулы расчета показателей
Показатели экстенсивного использования	
Коэффициент экстенсивного использования оборудования	Фактическое количество часов работы оборудования/ Количество часов работы по норме

Коэффициент сменности работы оборудования	Количество отработанных оборудов. смен/ Количество оборудования в наибольшую смену
Показатели интенсивного использования	
Коэффициент интенсивного использования оборудования	Фактическая производительность оборудования/ Нормативная производственная мощность
Показатели интегрального использования	
Коэффициент интегрального использования оборудования	Коэффициент интенсивного использования* Коэффициент экстенсивного использования

*Коэффициент сменности.* Он характеризует время целосменного использования установленного оборудования, которое работает на многосменном режиме. Коэффициент сменности рассчитывается по отдельным группам оборудования, отдельным производственным подразделениям предприятия, а также в целом по предприятию отношением общего количества отработанного оборудования в течение дня станков смены к количеству станков отработавших наибольшую смену. Он показывает, сколько смен в среднем в течение суток работало установленное оборудование.

*Коэффициент загрузки* – устанавливается для всего парка машин находящихся в основном производстве. Рассчитывается как отношение трудоемкости изготовления всех изделий на данном виде оборудования к фонду времени его работы.

*Коэффициент сменного режима времени работы оборудования* – определяется делением достигнутого в данном периоде коэффициента сменности на установленную на данном предприятии продолжительность смены. Показатель использования оборудования во времени (коэффициент экстенсивной нагрузки) определяется сравнительно просто. Показатель же использования оборудования в единицу времени (коэффициент интенсивной нагрузки) определить легко лишь в тех отраслях, где выпускается однородная продукция и, следовательно, объем ее производства может быть выражен в натуральных единицах. Если же предприятие и его подразделения производят продукцию разнообразной номенклатуры, то показатель использования оборудования в единицу времени рассчитать значительно труднее.

Роль обобщающего показателя использования основного капитала может в определенной степени выполнять *показатель выпуска продукции на единицу производственной площади*. Этот показатель выражается, как правило, в натуральных единицах.

Эффективность функционирования предприятия в целом в большой степени зависит от уровня использования его основного капитала.

Улучшение использования основного капитала отражается на финансовых результатах работы предприятия за счет: увеличения выпуска продукции; снижения себестоимости; улучшения качества продукции; снижения налога на имущество и увеличения чистого дохода.

Улучшения использования основного капитала на предприятии можно достигнуть путем:

освобождения предприятия от излишнего оборудования, машин и других основных средств или сдачи их в аренду;

своевременного и качественного проведения планово-предупредительных и капитальных ремонтов;

приобретения высококачественных основных средств;

повышения уровня квалификации обслуживающего персонала;

своевременного обновления, особенно активной части основного капитала;

повышения коэффициента сменности работы предприятия;

улучшения качества подготовки сырья и материалов к процессу производства;

внедрения новой техники и прогрессивной технологии производства;

совершенствование организации производства и труда с целью сокращения потерь рабочего времени и простоя в работе машин и оборудования.

### **3.7 Источники формирования основного производственного капитала**

Выбор источников формирования основного капитала предприятия - довольно важная задача для казахстанских предприятий, так как во многом именно этот выбор определяет оптимальную структуру фондов и рыночную оценку стоимости предприятия, его финансовую устойчивость и условия хозяйственной деятельности.

К внутренним источникам формирования основных производственных средств относят: амортизационные отчисления, капитализацию доходов предприятия (прибыль и т.д.), средства от эмиссии и продажи ценных бумаг (кроме облигаций), средства, выделяемые вышестоящими холдинговыми и акционерными компаниями, промышленно-финансовыми группами на безвозмездной основе; личные инвестиции собственников предприятия, иностранные инвестиции (для совместных предприятий); к внешним - государственное финансирование и субсидирование, лизинг, инвестиционный кредит, разные формы кредитов, предоставляемых негосударственными финансовыми структурами, частные иностранные инвестиции.

Инвестиции - понятие широкое и многогранное. Под инвестициями принято понимать, долгосрочные вложения капитала в различные сферы экономики с целью его сохранения и увеличения.

Инвестиции, в первую очередь реальные инвестиции, т.е. капитальные вложения, играют исключительно важную роль в экономике страны и любого предприятия, так как они являются основой для:

- систематического обновления основного капитала предприятия и осуществления политики расширенного воспроизводства;

- создания необходимой сырьевой базы промышленности;

- строительства, развития здравоохранения и образования;

- смягчения или решения проблемы безработицы.

Инвестиции в основной капитал носят форму капитальных вложений и представлены затратами на новое строительство, расширение, реконструкцию и техническое перевооружение действующих предприятий, приобретение машин, оборудования, инструмента, инвентаря, проектно-изыскательские работы и другие затраты. Следует отметить, что, как экономическая категория инвестиции в основной капитал отражают процесс его воспроизводства. Независимо от того, как разделяется капитал предприятия, он находится в процессе непрерывного движения, принимая различные формы в зависимости от конкретной стадии кругооборота. Совокупность кругооборотов различных частей основных производственных средств предприятия за весь период их функционирования представляет собой их полный оборот или воспроизводство.

Воспроизводство основных средств - сложный процесс, включающий следующие взаимосвязанные стадии: инвестирование, потребление (использование основных средств), амортизация, восстановление и возмещение. К формам расширенного воспроизводства относятся новое строительство, расширение действующих предприятий, их реконструкция и техническое перевооружение, модернизация оборудования.

Новое строительство применяется для организации выпуска новой продукции, при диверсификации производства, перемещении производства на другую территорию, открытии новых природных месторождений и т.п. Окончательный выбор нового строительства или реконструкции проводится на основе экономического анализа. За счет нового строительства вводятся в действие новые предприятия, на которых все элементы основных средств соответствуют современным требованиям технического прогресса, решается проблема правильного размещения производительных сил на территории страны.

К расширению действующих предприятий относится строительство вторых и последующих очередей действующего предприятия, дополнительных производств и производственных комплексов, а также строительство новых либо расширение существующих вспомогательных и обслуживающих объектов на территории действующего предприятия или примыкающих к ней площадках.

Целью расширения действующего предприятия является увеличение его мощности в более короткие сроки и при меньших удельных затратах по сравнению с созданием аналогичных мощностей путем нового строительства.

Увеличение доли затрат на оборудование дает возможность при том же объеме капитальных вложений получить больший прирост производства и на этой основе увеличить производительность труда, снизить себестоимость продукции.

К реконструкции действующего предприятия (производства) относится осуществляемое полное или частичное перевооружение и переустройство производства (без строительства новых и расширения производственных площадей действующих цехов основного производственного назначения, но со строительством при необходимости новых и расширением действующих объектов вспомогательного и обслуживающего назначения) с заменой морально устаревшего и физически изношенного оборудования, механизацией и автоматизацией производства, устранением диспропорций в технологических звеньях и

вспомогательных службах, обеспечивающих увеличение объема производства на базе совершенствования технологии, расширение ассортимента или повышение качества продукции, создание малоотходных или безотходных производств, а также улучшение других технико-экономических показателей.

Реконструкция действующего предприятия может осуществляться также для изменения профиля предприятия и организации производства новых видов продукции на существующих производственных площадях, а также строительство новых цехов и объектов, взамен ликвидируемых цехов и объектов того же назначения, дальнейшая эксплуатация которых по техническим или экономическим причинам нецелесообразна.

В ходе реконструкции действующего предприятия проводятся работы по строительству природоохранных объектов, коренному переустройству действующих систем водоснабжения, канализации, вентиляции и другие работы, связанные со строительством установок и сооружений для улучшения условий труда и сокращения вредных выбросов в окружающую среду.

Особенность технического перевооружения действующих предприятий заключается в скорости реализации инвестиций. Эта форма воспроизводства осуществляется в основном без строительных работ, обеспечивает в кратчайшие сроки внедрение достижений технического прогресса и отдачу капитальных затрат. Целью технического перевооружения является ускоренное совершенствование средств труда путем внедрения новой техники и увеличение количества, и улучшение качества выпускаемой продукции. Техническое перевооружение, как правило, осуществляется без расширения производственных площадей в целях повышения технического уровня отдельных участков производства. При этом допускается частичная перестройка и расширение существующих производственных зданий и сооружений.

Модернизация оборудования, зданий и сооружений означает их совершенствование и приведение в состояние в целях устранения полного или частичного устранения морального износа второй формы и повышения технико-экономических характеристик до уровня аналогичного оборудования более совершенных конструкций. Модернизация может проводиться по нескольким направлениям:

- усовершенствование конструкций действующих машин, повышающее их режимные характеристики и технические возможности;
- механизация и автоматизация станков и механизмов, позволяющие увеличить производительность оборудования;
- перевод оборудования на программное управление.

Модернизация экономически эффективна, если в результате ее проведения возрастает годовой объем производства, увеличивается производительность труда и снижается себестоимость продукции. При этом необходимо, чтобы рентабельность производства повышалась. Последнее может быть достигнуто, если относительный прирост прибыли будет больше, чем увеличение стоимости производственных средств в результате затрат на модернизацию.

Под ремонтом понимается совокупность технико-экономических и организационных мероприятий, связанных с поддержанием и частичным, а вне которых

случаях полным восстановлением потребительской стоимости основных средств. В свою очередь, капитальный ремонт представляет собой вид планового ремонта, осуществляемого с целью восстановления ресурса оборудования с заменой или восстановлением любых его частей (включая базовые) и их регулировкой.

Рациональное использование основного капитала и своевременное их обновление позволяет повысить организационно-технический уровень производства, качество выпускаемой продукции, снизить затраты на производство, что, в конечном счете, способствует росту конкурентоспособности и улучшению финансовых результатов деятельности предприятия. Степень влияния основных средств на результаты финансово-хозяйственной деятельности зависит от качества управления основными средствами предприятия. Основная цель воспроизводства основного капитала - обеспечение предприятий основными средствами в их количественном и качественном составе, а также поддержание их в рабочем состоянии.

Выбор соответствующего варианта финансирования воспроизводства основных средств осуществляется с учетом следующих основных факторов:

- достаточности собственных финансовых ресурсов для обеспечения экономического развития предприятия в предстоящем периоде;
- доступности долгосрочного финансового кредита для предприятия;
- стоимости долгосрочного финансового кредита в сравнении с уровнем прибыли, генерируемой обновленными основными средствами;
- достигнутого соотношения использования собственного и заемного капитала, определяющего уровень финансовой устойчивости предприятия.

В процессе воспроизводства основных производственных средств решаются следующие задачи:

- возмещение выбывающих по различным причинам основных средств;
- увеличение массы основного капитала с целью расширения объема производства;
- совершенствование видовой, технологической и возрастной структуры основных средств, т.е. повышение технического уровня производства.

При рассмотрении закономерностей воспроизводства капитала в современных условиях, при переходе к новой технологической базе производства понятия нововведения (инновации) и инвестиции являются основными.

Качественное совершенствование производства осуществляется в форме инноваций, которые составляют основу инвестиционного процесса в условиях рынка. Развитие спроса, его диверсификация приводят к необходимости совершенствовать производственные способы удовлетворения этого спроса.

Технические и экономические возможности конкретного производства неизбежно начинают отставать от темпов развития и усложнения спроса, так как потребителям нужен больший полезный эффект за ту же цену.

При отсутствии или недостаточности прибыли на предприятиях основным внутренним источником инвестиций является амортизация. Амортизация (от лат. *amorti* - бессмертие) - это перенос стоимости объекта основных средств на выполненные работы, произведенную продукцию, оказанные услуги. Это является главной отличительной чертой основных производственных средств как та-

кового в составе капитала предприятия в целом. Средства поступающие от амортизации являются важнейшим внутренним источником формирования основных производственных фондов.

Амортизационная политика - действенный инструмент государственного регулирования процесса воспроизводства основных производственных фондов, составная часть инвестиционной и общей финансово-экономической политики. Содержанием амортизационной политики является регламентация государством обязательных для хозяйствующих субъектов сроков службы элементов основных производственных средств и норм их амортизации, порядка начисления этих норм, учета и использования. Кроме того, амортизационная политика на предприятиях существенным образом влияет на остальные внутренние источники инвестиций, так как финансовое состояние (прибыль, ликвидность ценных бумаг и т.п.) в значительной степени зависит от обеспеченности качественными средствами производства, выпускаемой продукции, конкурентоспособности и т.п.

Амортизационная политика, в условиях рыночной экономики, теснейшим образом связанная с налоговой политикой имеет своей целью обеспечение финансовых возможностей хозяйствующего субъекта для инвестирования в основные фонды. Условия списания основного капитала наряду с уровнем налогообложения доходов и налоговыми инвестиционными льготами являются для предпринимателей важнейшими ориентирами при принятии решения об инвестировании в реальный сектор экономики.

Эти изменения амортизационной политики имеют достоинства и недостатки. Основным достоинством этой политики является существенное расширение прав и возможностей предприятий проводить самостоятельную техническую и амортизационную политику и использовать амортизационные средства по собственному усмотрению.

Однако отдельные виды основных средств действуют более эффективно именно в начале эксплуатации. Кроме того, в условиях совершенствования технологии оборудование быстро устаревает морально. Поэтому, в целях создания финансовых условий для ускорения внедрения научно-технических достижений и повышения заинтересованности в обновлении основных производственных фондов, предприятия предпочитают метод ускоренного начисления амортизации, где сумма амортизационных отчислений в первые годы эксплуатации значительно выше, чем в последующие.

В странах с развитыми рыночными отношениями доля амортизации в валовых инвестициях составляет 50-60%. Поэтому для нормализации воспроизводственного процесса, как на микро, так и на макроуровне необходимо, прежде всего, повысить роль амортизации как одного из главных собственных внутренних источников инвестиций. Для нормального процесса простого воспроизводства основных производственных средств величина амортизации должна соответствовать реальному участию применяемых средств труда в образовании новой стоимости. Однако если сравнить кругооборот основных производственных средств динамику амортизации (в масштабе страны в целом, на уровне регионов или отдельных предприятий), как правило, наблюдается резко

выраженный дисбаланс между этими процессами. Причина этого в занижении норм амортизации, когда на амортизацию списывается меньше средств, чем объективно необходимо. При этом нарушается достоверность учета финансовых источников воспроизводства, а, следовательно, и усложняется возможность управления их рациональным расходованием. Если по истечении периода реального оборота основного капитала цена единицы их элемента возрастает, то приходится изыскивать дополнительные ресурсы для создания новых элементов основных производственных средств взамен выбывшим.

В современных экономических условиях, воспроизводственный процесс основных производственных средств на большинстве предприятий осуществляется с большими затруднениями и зачастую прерывается, некоторые предприятия с трудом осуществляют даже простое воспроизводство. Это связано с рядом проблем, которые возникают перед предприятием в кризисных условиях. Следует отметить, что экономический кризис характеризуется в первую очередь неустойчивостью экономики что, в свою очередь, вызывает особенности воспроизводственного процесса, как на макро так и на микроуровне. Кризисная ситуация, сложившаяся в области воспроизводства основных производственных средств отечественной экономике, может быть отчасти объяснена несоблюдением изложенного выше положения. В последние годы рост цен на элементы основных производственных средств постоянно опережает улучшение их потребительских характеристик. В таких условиях начисленная, исходя из первоначальной стоимости амортизация, не обеспечивает нормальное воспроизводство основного капитала. Лишь постоянная корректировка норм амортизации будет способствовать восстановлению воспроизводственного процесса на предприятиях.

В деятельности современного предприятия большое значение имеет скорость оборота капитала, в том числе и основного. Отмечая роль скорости оборота ресурсов в материальном производстве, К. Маркс писал: «Более частый оборот капитала в течение данного промежутка времени походит на более частое повторение урожаев в течение сельскохозяйственного года в южных странах по сравнению с северными».

Ускоряя оборот основных производственных средств, предприятие может увеличить рентабельность производства. Замедление же оборота основных производственных средств приводит к необходимости дополнительного вовлечения ресурсов для производства одного и того же объема продукции, то есть к увеличению средних издержек. Отсюда следует вывод, что ускорение оборота основных производственных средств предприятия - важный фактор повышения конкурентоспособности продукции данного предприятия.

Как внутренний источник формирования основных производственных средств предприятий амортизационные отчисления имеют, по сравнению с рядом других, преимущества:

- легко калькулируются и планируются;
- относятся на себестоимость продукции, т.е. имеют более низкую «стоимость» как ресурс;

- являются эффективным инструментом формирования основных производственных средств (по аналогии с эмиссией ценных бумаг), особенно в условиях нестабильной экономической ситуации.

Кроме того, возможность использования амортизационных средств как источника инвестиций год от года сокращается из-за нарастающей изношенности основных производственных фондов, увеличением удельного веса полностью самортизированных элементов основных производственных фондов, по которым амортизация не начисляется. Причем те средства, которые начисляются в качестве амортизации основных производственных фондов, лишь на половину используются предприятиями по назначению. Поэтому выбор рациональных способов учёта основных средств, оценка их величины и особенно рационализация методов расчёта амортизационных отчислений для организации имеет большое значение.

Следует обратить внимание и еще на один из внутренних источников инвестирования - дополнительную эмиссию акций предприятия (для предприятий акционерной формы собственности, в которой и находится подавляющее большинство промышленных предприятий). Капитал предприятия может увеличиваться или уменьшаться как в результате переоценки, так и в результате дополнительного выпуска или изъятия (аннулирования) акций предприятия.

Практика иностранных предприятий показывает, что в случаях, когда внутренние средства предприятия недостаточны для финансирования необходимых проектов, фирмы осуществляют выпуск новых ценных бумаг.

Одним из способов размещения новой эмиссии является реинвестируемая прибыль. Для того чтобы часть прибыли инвестировать в производство, необходимо принять решение о невыплате или уменьшении размера дивидендов, то есть решение о фактическом откладывании получения доходов акционерами. В условиях нестабильной экономики данный шаг связан с определенным риском. При принятии решения о реинвестировании прибыли необходимо оценить экономический эффект. Если с учетом фактора-приведения величина доходов от инвестиций будет больше дивидендов, которые можно было бы выплатить сразу, то в большинстве случаев необходимо принять решение о разработке соответствующего проекта.

Основной капитал - производственный фактор длительного пользования, он участвует в производстве на протяжении многих лет с момента приобретения. И поэтому его можно арендовать или осуществлять лизинг. Лизинг (от англ. lease - «аренда») - форма контракта о передаче права на использование или занятие земельного участка, помещения, оборудования, транспортных средств, сооружений производственного назначения и т.п. - за плату на продолжительный срок. Это аренда особого рода, при которой лизингодатель по предложению лизингополучателя приобретает выбранное им имущество в собственность и затем сдает его данному лицу в аренду. Экономическая сущность лизинга заключается в том, что арендодатель (лизингодатель) финансирует хозяйственную деятельность арендатора (лизингополучателя), предоставляя ему фактически кредит. Арендатор тем самым получает возможность приобрести необходимое ему имущество без значительных единовременных затрат.

Теоретически лизинговые операции предполагают трех участников: предприятие - производитель, арендодатель - лизинговая фирма, арендатор - лизингополучатель. Фактически лизинговая сделка включает четырехсторонние отношения, поскольку лизингодатель в большинстве случаев для приобретения имущества использует банковский кредит.

Четыре субъекта лизинга, имеющие зачастую противоречивые интересы, обусловлены его сложной природой.

Во-первых, для лизингодателя и лизингополучателя лизинг представляет вложение средств в основные фонды.

Во-вторых, для лизингополучателя по форме организации финансирования лизинг внешне схож с товарным кредитом. Лизинг как и товарный кредит, предполагает связь торговой и кредитной сделки. Однако имеется принципиальное отличие по поводу права собственности. При товарном кредитовании передача заемщику товара сопровождается и передачей права собственности на объект сделки. Взятое в лизинг имущество нельзя продать до полного выкупа. Таким образом, право пользования отделяется от права владения.

В-третьих, между лизингодателем и банком возникают кредитные отношения, и проявляется сущность лизинга как традиционной кредитной сделки.

Сложная природа лизинга обусловлена его принципиальным отличием от чистой аренды. В аренду отдается имущество, которым собственник не в состоянии эффективно распорядиться. Лизингодатель приобретает какие-либо материальные ценности в интересах и по просьбе лизингополучателя, тогда как при аренде стороны заключают договор в соответствии со встречными, совпавшими интересами.

Лизингодатель в своей предпринимательской деятельности обеспечивает лизингополучателя необходимыми долгосрочными активами. Лизингодатель выступает посредником между лизингополучателем, с одной стороны, банком и продавцом имущества, с другой стороны. С точки зрения лизингодателя, преимущества лизинга заключаются в снижении риска невозврата средств по сравнению с кредитом, так как за лизингодателем закрепляется право собственности на переданное имущество, которое в отличие от денег, выступает в качестве залога.

Существуют различные формы лизинга. Разнообразие применяемых форм лизинга базируется на двух наиболее распространенных: финансовый и оперативный. Экономическая природа финансового лизинга схожа с долгосрочным финансированием капитальных вложений. Этот вид лизинга предусматривает полную окупаемость имущества или полную выплату его стоимости. В данном случае срок лизинга имущества, по своей продолжительности совпадает со сроком его полной амортизации.

Оперативный лизинг или сервисный является лизингом с частичной выплатой стоимости объекта лизинга. Оперативный лизинг характеризуется тем, что срок пользования имуществом значительно короче срока амортизации, что позволяет лизингодателю многократно передавать имущество в лизинг. При этом и лизингополучатели часто имеют право досрочно вернуть взятое имущество и тем самым получают возможность постоянно использовать в производстве самое современное оборудование. Однако, частая замена оборудования под силу

только высокорентабельным предприятиям, имеющим значительные средства для своих инвестиций в производство. Кроме того, в отличие от финансового, при оперативном лизинге лизингодатель несет ряд обязательств связанных с оборудованием, осуществляет его установку, монтаж, техобслуживание. Предметом оперативного лизинга обычно выступает оборудование с высокими темпами морального старения для благополучных в финансовом отношении предприятий.

По типу имущества различают лизинг движимого имущества (мобильный лизинг), лизинг недвижимости (иммобильный лизинг), лизинг нематериальных активов. Кроме того, если в сделке участвует новое имущество, то такой лизинг относится к лизингу «из первых рук», использование в качестве объекта лизинга бывшего в эксплуатации имущества определяет вид лизинга, называемого лизингом «из вторых рук». Существует и специальный лизинг, когда объект лизинга изготавливается с учетом требований лизингополучателя.

В зависимости от состава участников лизинговой сделки различают: прямой лизинг (лизинг с участием двух сторон) когда собственник имущества (продавец) самостоятельно сдает объект в лизинг, и косвенный лизинг, при котором передача имущества происходит через посредника. Формами прямого лизинга являются двусторонний, возвратный и лизинг продавцу. При возвратном лизинге фирма, владевшая ранее собственностью, став лизингополучателем, продолжает пользоваться своей прежней собственностью на новых условиях лизинга.

Лизинг продавцу схож с возвратным лизингом. Продавец имущества выступает в роли продавца и основного лизингополучателя, не являющегося, однако, пользователем имущества. Лизингополучатель обязан сдать имущество в сублизинг. Сублизинг - род экономических лизинговых отношений, сущность которых заключается в переуступке прав пользования предметом лизинга третьему лицу. Экономические отношения при этом оформляются договором сублизинга.

Косвенный лизинг классифицируется на трехсторонний и групповой. Лизинг с участием множества сторон, или отдельный лизинг называется групповым или акционерным. Такой лизинговый договор предполагает: участие нескольких предприятий поставщиков и лизингодателей, привлечение кредитных средств ряда банков, страхование лизингового имущества. Особенностью этого вида лизинга является то, что лизингодатели обеспечивают 20-40 % финансирования объекта лизинга, а оставшаяся часть обеспечивается кредиторами.

Следует отметить, что, рассматривая классификацию лизинга по субъектам лизинговой сделки, важно разделять лизинговые сделки в зависимости от стран, принимающих в ней участие. Выделяют внутренний лизинг, когда все участники сделки представляют одну страну, и внешний (международный), когда хотя бы одна из сторон сделки принадлежит другой стране. Международный лизинг, в свою очередь, подразделяется на импортный, когда лизингодатель - зарубежная страна, экспортный, когда лизингополучатель - зарубежная сторона и транзитный. Необходимо иметь в виду, что если лизинговая компания получила кредит в иностранном банке для финансирования сделки по внутреннему лизингу, то такой лизинг относится к внутреннему.

По срочности заключаемых договоров лизинг делится на срочный, когда имеет место одноразовая аренда имущества, и возобновляемый (револьверный),

при котором срок договора лизинга после истечения первого срока продлевается на следующий период.

Реальная эффективность лизинга как явления достигается, если лизинг выгоден всем: государству, банку, лизингодателю, лизингополучателю.

Государству объективно необходимо поддерживать лизинг, поскольку он является одним из катализаторов развития экономики. Лизинг позволяет создать точки экономического роста. Необходимость быстрого погашения стоимости арендованных активов заставляет потенциальных лизингополучателей искать высокорентабельные производства, обеспечивающих высокую производительность труда, что в свою очередь, обеспечит и ускоренное реинвестирование финансовых ресурсов, и экономический рост.

Для банков кредитование лизинга по сравнению с прямым кредитованием заключается в расширении сферы финансирования за счет диверсификации риска. В случае финансового краха лизингополучателя имущество, полученное по лизингу, подлежит безусловному возврату. При прямом кредитовании кредиты погашаются в той мере, в какой они обеспечены активами заемщика.

Преимущество лизинга для лизингополучателя заключается в возможности расширить высокорентабельное производство за счет быстрого привлечения активов в рискованные проекты.

Предприятие-лизингополучатель решает проблему приобретения и финансирования оборудования и использования его без мобилизации крупных финансовых ресурсов и без привлечения кредитов, что позволяет сохранить соотношение заемных и собственных средств без риска нарушения финансовой устойчивости предприятия.

При организации новых производств лизинг дает возможность сформировать необходимый парк оборудования без больших начальных инвестиций. Чаще всего в лизинг передается высокотехнологичное оборудование. В условиях бурных темпов развития науки и техники предприятия получают благодаря лизингу возможность быстро и с минимальными инвестиционными рисками осуществить замену морально устаревшего оборудования.

Обобщая вышеперечисленные особенности лизинговых операций, следует выделить важнейшие преимущества лизинга, которыми являются:

- отсутствие необходимости выплачивать лизингополучателем сразу крупные суммы;
- возможность опробовать оборудование до приобретения в собственность;
- возможность использовать сезонное оборудование только в течение периода, когда оно необходимо;
- в некоторых случаях периодические платежи могут оказаться ниже, чем при аренде;
- распределение обязанностей и ответственности между тремя участниками, что уменьшает их объем для каждого по сравнению, например, с наймом или куплей-продажей в рассрочку;
- плата за лизинг списывается на текущие издержки в виде услуг сторонним организациям;
- предмет лизинга переходит в собственность лизингополучателя при пол-

ной выплате его стоимости (опцион);

- в течение всего договорного срока предприятие не выплачивает деньги за стоимость основного капитала, которые являются собственностью лизинговой фирмы;

- вопрос приобретения оборудования и финансирования решается одновременно;

- возможность использования дорогостоящей техники без больших начальных вложений;

- не ограничиваются возможности получения кредита из других источников;

- стабильный базис калькуляции лизингополучателя вследствие неизменности ставок по лизингу в течение договорного срока;

- возможность совершения лизинговых платежей из доходов от эксплуатации объекта лизинга.

Из всего вышперечисленного мы можем сделать вывод о том, что лизинг служит средством активизации инвестиционной деятельности, развития производства, внедрения прогрессивных технологий создания рабочих мест и т.д., поэтому государство заинтересовано в стимулировании и расширении лизинговых операций. Как показывает анализ зарубежного опыта, лизинг является неотделимой частью любой рыночной системы, в которой выполняет функцию экономического катализатора, обеспечивающего повышение инвестиционной активности на рынке.

### **3.8 Понятие, характеристика и оценка нематериальных активов**

В современных условиях хозяйствования и в Казахстане, и за рубежом широкое применение получили нематериальные активы. Это обусловлено быстротой и масштабами технологических изменений, распространением информационных технологий, активной инвестиционной деятельностью, стремлением получить признание на внутреннем и мировом рынках, развитием и интеграцией международных финансовых рынков. В последнее время в имуществе хозяйственных организаций доля нематериальных активов неуклонно возрастает. Хотя эти активы и являются составной частью всего имущества предприятия, их использование в хозяйственной деятельности значительно отличается от использования материальных объектов, так как они не имеют вещественной формы.

Нематериальные активы – это активы, которые не имеют физического выражения, но все же представляют существенную ценность для предприятия.

Объекты нематериальных активов должны соответствовать следующим условиям:

- 1) отсутствие материально-вещественной (физической) структуры;

- 2) возможность идентификации (выделения, отделения) организацией от другого имущества;

- 3) использование в производстве продукции, при выполнении работ или оказании услуг либо для управленческих нужд;

4) использование их в течение длительного времени, то есть срока полезного использования, продолжительностью свыше 12 месяцев или обычного операционного цикла, если он превышает 12 месяцев;

5) наличие способности приносить организации экономические выгоды (доход) в будущем;

6) наличие надлежаще оформленных документов, подтверждающих существование самого актива и исключительного права у организации на результаты интеллектуальной деятельности (патенты, свидетельства, другие охранные документы, договор уступки (приобретения) патента, товарного знака и т. п.).

Как экономическая категория нематериальные активы представляют собой совокупность объектов долгосрочного пользования (свыше 1 года), не имеющих материально - вещественной формы, но необходимых предприятиям и организациям для эффективного осуществления хозяйственной деятельности.

К нематериальным активам относятся объекты интеллектуальной собственности, деловая репутация организации (гудвилл), организационные расходы.

К объектам интеллектуальной собственности относятся такие права, как исключительное право патентообладателя на изобретение, промышленный образец, полезная модель, селекционные достижения; исключительное авторское право на программы для ЭВМ, базы данных; имущественное право автора иного правообладателя на топологии интегральных микросхем; исключительное право владельца на товарный знак и знак обслуживания, наименование места происхождения товаров.

*Изобретения и полезные модели* рассматриваются как техническое решение задачи.

Под *промышленным образцом* понимается соответствующее установленным требованиям художественно-конструкторское решение изделия, определяющее его внешний вид.

*Программа для ЭВМ* – это объективная форма предоставления совокупности данных и команд, предназначенных для функционирования ЭВМ и других компьютерных устройств с целью получения определенного результата.

*База данных* является объективной формой представления и организации совокупности данных, систематизированных таким образом, чтобы эти данные могли быть найдены и обработаны с помощью ЭВМ.

*Товарные знаки, знаки обслуживания, наименования мест происхождения товаров* – это обозначения или названия, служащие для отличия товаров или услуг другого производителя, для отличия товаров, обладающих особыми свойствами.

*Товарный знак и знак обслуживания* (товарный знак) представляет собой элемент, способствующий отличию товаров и услуг одних юридических лиц или граждан от однородных товаров и услуг от других юридических лиц или граждан. Товарными знаками могут быть словесные, изобразительные, объемные и другие обозначения или их комбинации в любом цвете или цветовом сочетании. Товарные знаки указывают, кто несет ответственность за качество предлагаемых населению товаров.

*Наименование места происхождения товара или услуги* - это всегда географическое название страны, населенного пункта, местности, где произведен продукт или услуга.

Согласно правилам отечественного учета, в состав нематериальных активов включаются организационные расходы. К *организационным расходам* относятся гонорары юристам за составление учредительных документов, услуги за регистрацию фирмы и так далее, осуществляемые в момент создания. Расходы по переоформлению учредительных документов, изготовление новых печатей и штампов состав нематериальных активов не включаются.

Такой вид нематериальных активов, как деловая репутация (гудвилл), появляется у предприятия только в том случае, если им была совершена покупка другого предприятия. *Деловая репутация* может определяться в виде разницы между покупной ценой приобретенного предприятия и стоимостью по бухгалтерскому балансу всех его активов и обязательств.

Нематериальные активы удобно классифицировать по связи с другими элементами деятельности. Так, Р. Рейли и Р. Швайс в своей монографии выделяют десять типов нематериальных активов:

1. Нематериальные активы, связанные с маркетингом. К этой группе активов относятся, например, товарные знаки, фирменные названия, названия торговых марок (бренды), логотипы.

2. Нематериальные активы, связанные с технологиями. Сюда относятся, например, патенты на технологические процессы, патентные заявки, техническая документация, техническое ноу-хау и т. д.

3. Нематериальные активы, связанные с творческой деятельностью. К таким нематериальным активам относятся литературные произведения и авторские права на них, музыкальные произведения, издательские права, постановочные права. Эти права являются одними из самых долгоживущих. Так, в США соответствующие авторские права действуют на протяжении жизни автора и 50 лет после его смерти. Вместе с тем эта категория достаточно сложна для оценки: во многих случаях вообще затруднительно сказать, обладает ли такой нематериальный актив отличной от нуля стоимостью.

4. Нематериальные активы, связанные с обработкой данных. К таким активам относят запатентованное программное обеспечение компьютеров, авторские права на программное обеспечение, автоматизированные базы данных, маски и шаблоны для интегральных схем.

5. Нематериальные активы, связанные с инженерной деятельностью. Сюда относятся промышленные образцы, патенты на изделия, инженерные чертежи и схемы, проекты, фирменная документация. Этот тип нематериальных активов также достаточно сложен в оценке. Часто подобные нематериальные активы носят характер опционов, т. е. их наличие означает для владельца право получения экономических выгод в определенном случае, например, в случае выпуска продукции с использованием патента, реализации проекта и т. д.

6. Нематериальные активы, связанные с клиентами. Это могут быть, например, списки клиентов, контракты с клиентами, отношения с клиентами, открытые заказы на поставку. При этом отношения могут быть как зафиксиро-

ванными юридически (договорные отношения с клиентом), так и не быть юридически закрепленными. Нематериальные активы этой группы тесно связаны с гудвиллом компании, а также с маркетинговыми нематериальными активами. Как следствие, и стоимость этой группы активов достаточно сложно корректно отделить от стоимости гудвилла предприятия либо стоимости активов, связанных с маркетингом.

7. Нематериальные активы, связанные с контрактами. Это выгодные контракты с поставщиками, лицензионные соглашения, договоры франшизы, соглашения о неучастии в конкуренции. Обычно активы данной группы относительно легко идентифицировать, поскольку эта группа активов чаще всего связана с текущими экономическими выгодами для их владельца.

8. Нематериальные активы, связанные с человеческим капиталом. Например, к этой категории относятся отобранная и обученная рабочая сила, договоры найма, соглашения с профсоюзами.

9. Нематериальные активы, связанные с земельным участком. К ним относятся права на разработку полезных ископаемых, права на воздушное пространство, права на водное пространство и т. д.

10. Наконец, нематериальные активы, связанные с понятием «гудвилл» (деловая репутация). К этой категории относится гудвилл организации, гудвилл профессиональной практики, личный гудвилл специалиста, гудвилл знаменитости и, наконец, общая стоимость бизнеса в качестве действующего предприятия.

Нематериальные активы неоднородны по своему составу; по характеру использования в процессе производства, по степени влияния на финансовое состояние и результаты хозяйственной деятельности предприятия. Поэтому необходима классификация, которая может быть произведена по ряду признаков.

По признаку использования в производстве нематериальные активы можно разделить на *функционирующие* (работающие) объекты, применение которых приносит предприятию доход в настоящий период; *нефункционирующие* (неработающие) объекты, которые не используются по каким-либо причинам, но могут применяться в будущем.

По степени влияния на финансовые результаты предприятия выделяются объекты нематериальных активов, способные приносить доход прямо, *за счет внедрения их в эксплуатацию* и объекты, *опосредованно* влияющие на финансовые результаты.

В зависимости от степени правовой защищенности одна часть нематериальных активов относится к *защищаемым охранными документами* (авторскими правами), другая – к разряду *не защищенных охранными документами* (авторскими правами).

В зависимости от правового режима в структуре нематериальных активов промышленного предприятия выделяются следующие группы:

1. Права, возникающие из авторских и иных договоров на результаты проектных работ, на программы для ЭВМ, базы данных и др. Для признания и осуществления авторского права на авторское произведение не требуется депонирования, регистрации, получения разрешения в государственных органах или

соблюдение других формальностей.

2. Права, возникающие из патентов на изобретения, промышленные образцы, из свидетельств на полезные модели, товарные знаки или лицензионных договоров на их использование. Для правовой охраны перечисленных объектов требуется обязательная регистрация в соответствующих органах.

3. Права, возникающие из владения технической, организационной и коммерческой информацией, составляющей секреты производства («ноу-хау») и имеющей действительную или потенциальную ценность в силу того, что о ней неизвестно третьим лицам и к ней нет свободного доступа на законном основании. «Ноу-хау» не подлежит регистрации, а охраняется путем установления запрета на ее разглашение. Данная группа прав относится к неосязаемым нематериальным активам. К нематериальным активам относятся права пользования земельными участками и природными ресурсами и организационные расходы, включающие в себя расходы по созданию организации, по получению специального разрешения на осуществление отдельных видов деятельности и другие расходы, связанные с образованием юридического лица.

*Оценка и амортизация нематериальных активов.* Оценка (определение стоимости нематериальных активов) зависит от способа их приобретения. Нематериальные активы могут быть внесены в качестве вклада в уставный капитал, приобретены за плату у других организаций, получены безвозмездно, созданы на самом предприятии. Поэтому оценка может быть произведена по договоренности сторон, исходя из затрат на приобретение, по рыночной стоимости, по стоимости изготовления.

Первоначальная стоимость нематериальных активов, приобретенных за плату, определяется как сумма всех фактических расходов на приобретение и приведение их в состояние, в пригодное для использования в запланированных целях. Первоначальная стоимость нематериальных активов, созданных самой организацией, рассчитывается как сумма всех фактических расходов на их создание, изготовление (израсходованные материальные ресурсы, оплата труда, услуги сторонних организаций, патентные пошлины, связанные с получением патентов, свидетельств, и т.п.). Первоначальная стоимость нематериальных активов, внесенных в счет вклада в уставный (складочный) капитал организации, вычисляется исходя из их денежной оценки, согласованной учредителями (участниками) организации.

Первоначальная стоимость нематериальных активов, полученных организацией безвозмездно, соответствует их рыночной стоимости на дату принятия к бухгалтерскому учету.

Стоимость объектов нематериальных активов погашается путем начисления амортизации в течение установленного срока их полезного использования. Амортизационные отчисления производятся одним из следующих способов:

- линейным способом исходя из норм, исчисленных организацией на основе срока их полезного использования;
- способом уменьшаемого остатка;

Применение одного из способов по группе однородных нематериальных активов производится в течение всего их срока полезного использования.

В течение срока полезного использования нематериальных активов начисление амортизационных отчислений не приостанавливается, кроме случаев консервации организации.

Годовая сумма начисления амортизационных отчислений при линейном способе определяется на основе первоначальной стоимости нематериальных активов и нормы амортизации, исчисленной исходя из срока полезного использования этого объекта. При способе уменьшаемого остатка сумма амортизационных отчислений за год рассчитывается на основе балансовой стоимости нематериальных активов на начало отчетного года и нормы амортизации, исчисленной исходя из срока полезного использования этого объекта.

Срок полезного использования нематериальных активов определяется организацией при принятии объекта к бухгалтерскому учету. Сроком полезного использования считается период, в течение которого использование объекта приносит прибыль, выгоду предприятию. Сроком полезного использования для патентов, лицензий, прав использования и так далее является срок, оговоренный договором.

По нематериальным активам, для которых трудно или невозможно определить срок полезного использования, нормы амортизационных отчислений устанавливаются в расчете на условный период (но не более срока деятельности организации). По нематериальным активам, полученным по договору дарения приобретенным с использованием бюджетных ассигнований, и нематериальным активам бюджетных организаций амортизация не начисляется. Имеется возможность не начислять амортизационные отчисления по некоторым видам нематериальных активов, перечень которых предприятие устанавливает самостоятельно. Обычно к ним относятся активы, стоимость которых не уменьшается с годами (например, товарные знаки).

## **КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ**

1. Что подразумевается под основным капиталом?
2. Каким образом определяется текущая стоимость основного капитала предприятия?
3. Как определяется коэффициент годности основного капитала?
4. Что означает показатель фондоотдачи?
5. Списание стоимости основного капитала по мере их износа на готовую продукцию что представляет собой?
6. Назовите источники воспроизводства основных производственных средств?
7. Отношение годовой суммы амортизации к стоимости основного капитала, выраженное в процентах что представляет собой?
8. Что такое нематериальные активы? Назовите их состав, и отличительные особенности.
9. Каким образом определяют стоимость нематериальных активов?
10. Каковы особенности классификации основного капитала предприятий индустрии гостеприимства?

## **ГЛАВА 4 ОБОРОТНЫЙ КАПИТАЛ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТЕПРИИМСТВА**

### **4.1 СОСТАВ, СТРУКТУРА И КЛАССИФИКАЦИЯ ОБОРОТНЫХ СРЕДСТВ**

В процессе создания готового продукта наряду с основными средствами производства участвуют предметы труда, которые в отличие от основных средств потребляются полностью и в полном объеме отражаются в стоимости конечного продукта, изменяя при этом свою натурально-вещественную форму или физико-химические свойства. В связи с тем, что они расходуются полностью в каждом постоянно возобновляемом производственном цикле, т.е. участвуют в обороте средств предприятия, их называют оборотными средствами или оборотными активами.

Оборотные средства предприятия – это совокупность денежных и материальных средств, авансированные в средства производства, однократно участвующих в производственном процессе и полностью переносящих свою стоимость на готовый продукт. Оборотные средства обеспечивают непрерывность и ритмичность всех процессов, протекающих на предприятии: снабжения, производства, сбыта, финансирования.

Характерной особенностью оборотных средств является высокая скорость их оборота. Оборотные средства обеспечивают непрерывность процесса производства.

Вещественным содержанием оборотных средств являются предметы труда, а также средства труда сроком службы не более 12 месяцев.

Вещественные элементы оборотных средств (предметов труда) потребляются в каждом производственном цикле. Они полностью утрачивают свою натуральную форму, поэтому целиком включаются в стоимость изготовленной продукции (выполненных работ, оказанных услуг).

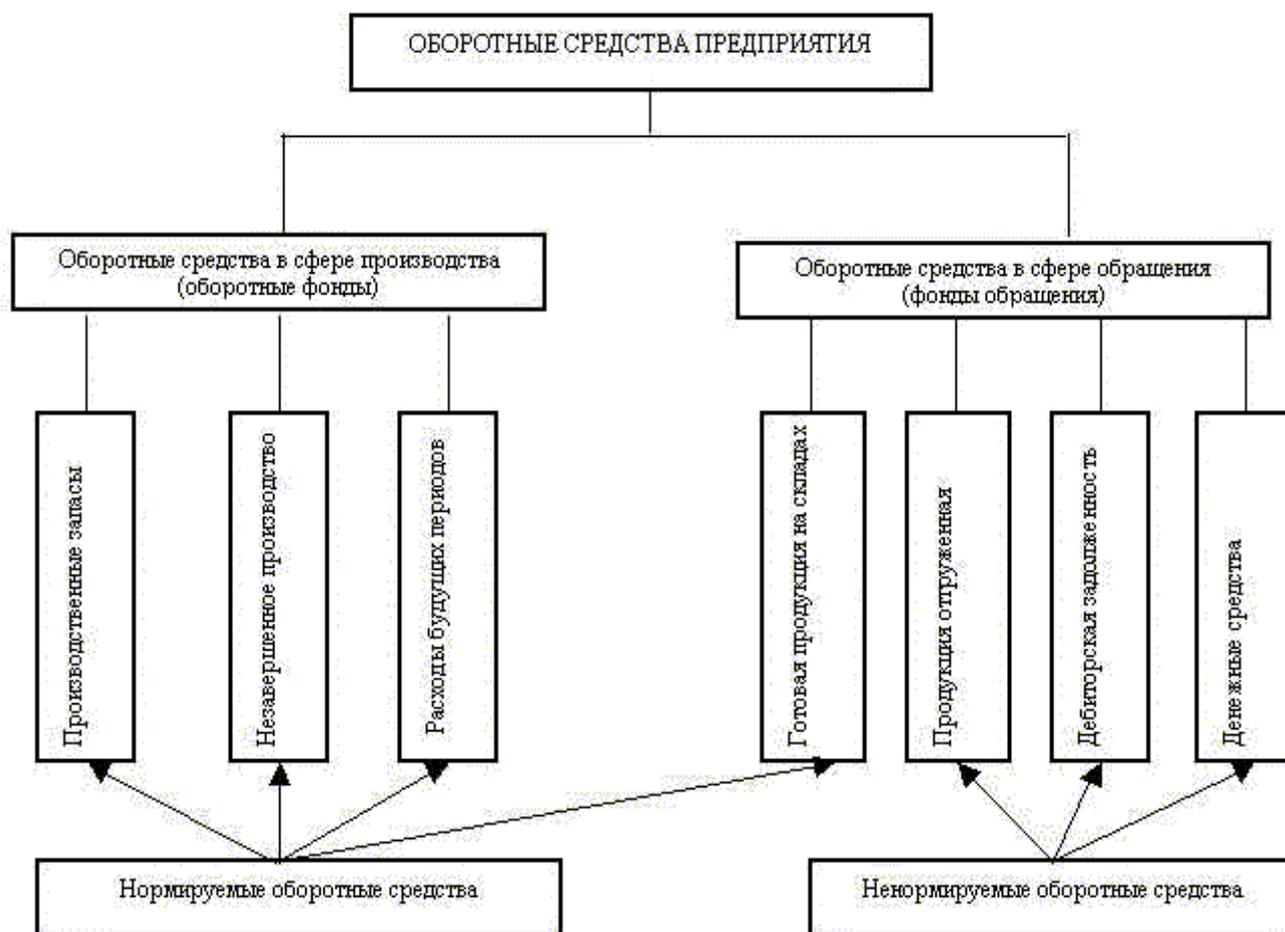
Оборотные средства подразделяются на оборотные фонды и фонды обращения. К оборотным фондам относятся: сырье и материалы, не законченная производством продукция, топливо, тара и другие предметы труда. К фондам обращения относятся средства обслуживающие процесс реализации продукции: готовая продукция на складе, товары отгруженные заказчиком, но еще не оплаченные ими, дебиторская задолженность, денежные средства в кассе предприятия и на счетах в банках.

Под составом оборотных средств понимается совокупность элементов, образующих оборотные средства.

#### **Состав оборотных средств:**

- производственные запасы (сырье и основные материалы, покупные полуфабрикаты, вспомогательные материалы, топливо, запасные части и другие);
- незавершенное производство;
- расходы будущих периодов;
- готовая продукция на складах;
- продукция отгруженная;

- дебиторская задолженность;
- денежные средства в кассе предприятия и на счетах в банке.



**Рисунок 4.1** Элементный состав оборотных средств

*Производственные запасы* – это предметы труда, поступившие на предприятие для последующей обработки или обеспечения производственного процесса (запасы сырья, материалов, топлива, тары, полуфабрикаты и др.).

*Незавершенное производство* – это продукция (работы), не прошедшая всех стадий (фаз, переделов), предусмотренных технологическим процессом, а также изделия неукомплектованные, не прошедшие испытания и техническую приемку.

*Расходы будущих периодов* – это расходы данного периода, подлежащие погашению за счет себестоимости последующих периодов.

*Готовая продукция* представляет собой полностью законченные готовые изделия, поступившие на склад предприятия.

*Дебиторская задолженность* – деньги, которые физические или юридические лица задолжали за поставку товаров, услуг или сырья.

*Денежные средства* – это денежные средства, находящиеся в кассе предприятия, на расчетных счетах банков и в расчетах.

На основе элементного состава оборотных средств можно рассчитать их *структуру*, которая представляет собой удельный вес стоимости отдельных элементов оборотных средств в общей их стоимости.

По источникам образования оборотные средства делятся на *собственные и привлеченные (заемные)*. Собственные оборотные средства формируются за счет собственного капитала предприятия (уставный капитал, резервный капитал, накопленная прибыль и др.). В состав заемных оборотных средств входят банковские кредиты, а также кредиторская задолженность. Их предоставляют предприятию во временное пользование. Одна часть платная (кредиты и займы), другая бесплатная (кредиторская задолженность).

По степени управляемости оборотные средства подразделяются на *нормируемые и ненормируемые*. К нормируемым относятся те оборотные средства, которые обеспечивают непрерывность производства и способствуют эффективному использованию ресурсов. Это производственные запасы, расходы будущих периодов, незавершенное производство, готовая продукция на складе. Денежные средства, отгруженная продукция, дебиторская задолженность относятся к ненормируемым оборотным средствам. Отсутствие норм не означает, что размеры этих средств могут изменяться произвольно. Действующий порядок расчетов между предприятиями предусматривает систему санкций против роста неплатежей.

Нормируемые оборотные средства планируются предприятием, тогда как ненормируемые оборотные средства объектом планирования не являются.

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

Знание и анализ структуры оборотных средств на предприятии имеют очень важное значение, так как она в определенной мере характеризует финансовое состояние на тот или иной момент работы предприятия. Например, чрезмерное увеличение доли дебиторской задолженности, готовой продукции на складе, незавершенного производства свидетельствует об ухудшении финансового состояния предприятия. Дебиторская задолженность характеризует отвлечение средств из оборота данного предприятия и использование их дебиторами, должниками в своем обороте. Повышение доли незавершенного производства, готовой продукции на складе указывает на отвлечение оборотных средств из оборота, снижение объема реализации, следовательно, и прибыли. Все это свидетельствует о том, что на предприятии оборотными средствами необходимо управлять с целью оптимизации их структуры и повышения их оборачиваемости.

## **4.2 Кругооборот оборотных средств. показатели оборачиваемости**

Оборотные средства находятся в постоянном движении. Кругооборот оборотных средств охватывает три стадии: денежную, производственную и сбытовую.

Любой бизнес начинается с некоторой суммы наличных денег (Д), которые вкладываются в определенное количество ресурсов для производства (ПЗ).

На стадии производства (П) ресурсы воплощаются в товар, работы или услуги (ГП). Результатом этой стадии является переход оборотного капитала из производственной формы в товарную.

После реализации произведенного продукта оборотный капитал из товарной формы вновь переходит в денежную (Д<sup>1</sup>). Размеры первоначальной суммы денег (Д) и выручки от реализации продукции (работ, услуг) (Д<sup>1</sup>) не совпадают по величине. Полученный финансовый результат бизнеса (прибыль или убыток) объясняет причины несовпадения.

$$Д - ПЗ - \dots - П \dots - ГП - Д^1 \quad (20)$$

Время полного кругооборота оборотных средств называется *временем (периодом) оборота* оборотных средств.

Время (длительность) оборота оборотных средств представляет собой один из показателей *оборачиваемости*. Другим показателем оборачиваемости служит коэффициент оборачиваемости.

*Коэффициент оборачиваемости* - это количество оборотов, которое совершают оборотные средства за определенный период; его рассчитывают по формуле

$$K_{об} = \frac{V_p}{OC_{cp}} \quad (21)$$

где,  $V_p$  – объем реализации продукции за отчетный период,  
 $OC_{cp}$  – средняя сумма оборотных средств.

Продолжительность одного оборота в днях (Д) показывает, за какой срок к предприятию возвращаются его оборотные средства в виде выручки от реализации продукции. Этот показатель определяют по формуле

$$Д = \frac{T}{K_{об}} \quad (22)$$

где,  $T$  – число дней в данном периоде (360, 90, 30);  $K_{об}$  – коэффициент оборачиваемости.

или

$$Д = \frac{T * OC_{cp}}{V_p} \quad (23)$$

После подстановки в формулу соответствующих величин можно получить для показателя оборачиваемости развернутое выражение:

На каждой стадии кругооборота оборотных средств можно определять частную оборачиваемость каждого элемента оборотных средств:

$$Д_i = \frac{T * OC_{cp\ i}}{V_p} \quad (24)$$

Частные показатели оборачиваемости можно рассчитать по особому обороту. Особым оборотом для материальных запасов является их расход на производство, для незавершенного производства – поступление товаров на склад, для готовой продукции – отгрузка, для отгруженной продукции – ее реализация.

Средние за период суммы оборотных средств, используемые при расчете показателей оборачиваемости, определяются с использованием формулы средней хронологической. Среднегодовую сумму (среднегодовые остатки оборотных средств) находят как среднеарифметическую четырех квартальных сумм:

$$ОбС_{ср.г.} = \frac{(ОбС_{Iкв} + ОбС_{IIкв} + ОбС_{IIIкв} + ОбС_{IVкв})}{4} \quad (25)$$

Среднеквартальную сумму рассчитывают как среднюю трех среднемесячных:

$$ОбС_{ср.кв.} = \frac{(ОбС_{1мес.} + ОбС_{2мес.} + ОбС_{3мес.})}{3} \quad (26)$$

Выражение, по которому вычисляют среднемесячную сумму, имеет вид

$$ОбС_{ср.мес.} = \frac{(ОбС_{нач.мес.} + ОбС_{к.мес.})}{2} \quad (27)$$

Сумма оборотных средств, находящаяся в распоряжении предприятия должна быть достаточно большой, чтобы процесс кругооборота не прерывался. В то же время, наличие излишков оборотных средств негативно сказывается на результатах его деятельности.

Важным показателем эффективного использования оборотных средств является также коэффициент загрузки средств в обороте, который определяется по следующей формуле:

$$Кзагр = \frac{OC_{cp}}{V_p} * 100 \quad (28)$$

Кзагр – коэффициент загрузки средств в обороте, т.е.,  
100 – перевод тенге в т.тың

Этот показатель характеризует сумму оборотных средств, авансируемых на 1 тенге выручки от реализации продукции.

Одной из главных функций ресторанного хозяйства является производство собственной продукции. Кругооборотом оборотных средства ресторанного предприятия является совокупность операций, связанных с производством и реализацией продукции собственного производства, а также покупных товаров и организацией потребления пищевой продукции.

Оборотные средства ресторана необходимо формировать для обеспечения непрерывности процесса производства продукции и реализации собственной продукции и покупных товаров, а также своевременности финансирования коммерческой деятельности ресторана. Оборотные средства однократно участвуют в процессе производства. Их стоимость целиком переносится на продукт

Как правило, предприятие питания производит затраты авансом. Вначале приобретаются сырье, полуфабрикаты, материалы, малоценный и быстроизнашивающийся инвентарь, тара и т.д., затем эти средства затрачиваются на производство продукции. После реализации этой продукции предприятие питания возмещает авансированные им денежные средства и получает определенные накопления. Так происходит кругооборот оборотных средств.

Длительность одного цикла кругооборота составляет время движения оборотных средств в сфере производства и сфере обращения. Величина оборотных средств в значительной мере определяется периодом их кругооборота.

Состав и структура оборотных средств зависят от типа предприятий питания. В ресторанах, вследствие повышенных требований к обслуживанию потребителей, сервировке столов, оформлению залов наиболее высок удельный вес оборотных средств, вложенных в малоценные и быстроизнашивающиеся предметы. Структура нормируемых оборотных средств предприятий питания отличается тем, что наибольший удельный вес в их составе имеют оборотные средства в запасах товаров, полуфабрикатов и сырья, а также средства, вложенные в малоценные и быстроизнашивающиеся предметы. Доля нормируемых оборотных средств в общей их сумме может достигнуть 80%.

Оборотные средства в общем объеме всех финансовых средств предприятия питания составляют до 80%. Структура оборотных средств по предприятию питания зависит от его финансового состояния на конкретную дату, соблюдения финансово-расчетной дисциплины. На величину оборотных средств ресторанного хозяйства влияют следующие факторы

- объем товарооборота, его состав,
- производственная программа;
- структура расходуемого сырья,
- ассортиментная структура покупных товаров;
- условия и частота завоза сырья и товаров,
- организация коммерческой работы;
- организация расчетов за товары с поставщиками и др.

Большинство показателей эффективности использования оборотных средств ресторанного хозяйства рассчитывается по той же методике, что и в гостиничном хозяйстве.

### 4.3 Нормирование оборотных средств

Ритмичность, слаженность и высокая результативность во многом зависят от оптимальных размеров оборотных средств. Поэтому большое значение приобретает процесс нормирования оборотных средств, который относится к текущему финансовому планированию на предприятии.

Под нормированием оборотных средств понимается процесс определения минимальной, но достаточной величины оборотных средств на предприятии. Эффективное использование оборотных средств во многом зависит от правильного определения потребности в оборотных средствах. Занижение величины оборотных средств влечет за собой неустойчивость финансового положения, перебои в производственном процессе и снижение объемов производства и прибыли. Завышение размера оборотных средств снижает возможности предприятия производить капитальные затраты для расширения производства.

Потребность в оборотных средствах зависит от множества факторов: объемов производства и реализации; характера деятельности предприятия; длительности производственного цикла; видов и структуры потребляемого сырья; темпов роста объемов производства и т.п.

Нормирование оборотных средств базируется на следующих принципах:

1. Нормированию должен предшествовать тщательный экономический анализ показателей производственной, снабженческо-сбытовой и финансовой деятельности предприятия за отчетный период;

2. Нормы запасов по отдельным элементам оборотных средств используемые в расчетах, должны быть производственно-технически и экономически обоснованы;

3. Минимальный размер собственных оборотных средств должен обеспечивать нормальное прохождение производственного процесса и своевременную реализацию продукции.

Точный расчет потребности предприятия в оборотных средствах следует вести из расчета времени пребывания оборотных средств в сфере производства и сфере обращения.

Время пребывания оборотных средств в сфере производства охватывает период, в течение которого оборотные средства пребывают в состоянии запасов и в виде незавершенного производства.

Время пребывания оборотных средств в сфере обращения охватывает период пребывания их в форме остатков нерезализованной продукции, в виде отгруженной, но еще не оплаченной продукции, дебиторской задолженности, в виде денежных средств, находящихся в кассе предприятия, на счетах в банках.

Чем выше скорость оборота (суммарное время пребывания в сфере производства и обращения), тем меньше потребность в оборотных средствах.

Предприятие заинтересовано в сокращении размеров своего оборотного капитала. Но это сокращение должно иметь разумные пределы, так как оборотные средства должны обеспечивать нормальный режим его работы.

При определении оптимальной потребности в оборотных средствах рассчитывается сумма денежных средств, которая будет авансирована для создания производственных запасов, заделов незавершенного производства и накопления готовой продукции на складе. Для этого используются следующие методы.

Сущность расчетно-аналитического метода заключается в расчете индивидуальных норм расхода сырья, материалов, топлива, энергии и основана на выполнении поэлементных расчетов по данным проектно-конструкторской, технологической и другой технической документации. При этом методе полезный расход материалов рассчитывают по данным рабочих чертежей, специфических рецептур, технологических регламентов и др.

Этот метод является наиболее прогрессивным, позволяющим определить научно обоснованные нормы расходов, так как сочетает технико-экономические расчеты с анализом конкретных производственных условий.

Опытный метод – способ разработки индивидуальных норм расхода сырья, материалов, топлива и энергии, основанный на замерах их расхода и объемов произведенной продукции в лабораторных условиях

Опытно-статистический метод – способ разработки индивидуальных и групповых норм расхода сырья, материалов, топлива и энергии, основанный на анализе данных статической отчетности о фактическом их расходе на единицу продукции за прошлый период.

Нормирование осуществляется поэтапно: вначале рассчитываются нормативы по каждому элементу оборотных средств, затем определяется совокупный норматив или общая потребность предприятия в оборотных средствах. Общие нормативы собственных оборотных средств определяются в размере их минимальной потребности для образования запасов сырья, материалов, топлива, незавершенного производства, расходов будущих периодов, готовых изделий.

*Общий норматив оборотных средств* состоит из суммы частных нормативов:

$$N_{\text{общ}} = N_{\text{нз}} + N_{\text{нп}} + N_{\text{гп}} + N_{\text{бр}}, \quad (29)$$

где,  $N_{\text{нз}}$  – норматив производственных запасов;  $N_{\text{нп}}$  – норматив незавершенного производства;  $N_{\text{гп}}$  – норматив готовой продукции;  $N_{\text{бр}}$  – норматив будущих периодов.

Нормирование производственных запасов. Разрыв между производством и потреблением продукции обуславливает необходимость создания производственных запасов материальных ресурсов сырья и основных материалов, вспомогательных материалов, топлива и горючего, тары и тарных материалов, запасных частей.

Норматив производственных запасов зависит от среднесуточного потребления сырья, материалов топлива и нормы запаса в днях:

$$N_{\text{нз}} = P_c \times T_{\text{дн}}, \quad (30)$$

где  $P_c$  – среднесуточное потребление данного вида сырья или материалов (в тенге);  $T_{дн}$  – норма запаса в днях.

Средняя норма запаса в днях исчисляется в целом как средневзвешенная от норм запаса оборотных средств по отдельным видам.

*Норма запаса* в днях по отдельному виду, складывается из следующих составляющих:

$$T_{дн} = T_{тр} + T_{рпс} + T_{ла} + T_{тек} + T_{стр}, \quad (31)$$

где,  $T_{тр}$  – транспортный запас;  $T_{рпс}$  – время на разгрузку, приемку и складскую обработку поступивших материалов;  $T_{ла}$  – время на лабораторный анализ материалов;  $T_{тек}$  – текущий складской запас;  $T_{стр}$  – страховой(гарантийный запас);  $T_{сезон}$  – сезонный запас.

*Транспортный запас* устанавливается по продолжительности времени пробега груза от поставщика до потребителя с учетом времени документооборота.

Если имеется несколько поставщиков, то транспортный запас определяется как средневзвешенная величина с учетом длительности пробега и размера поставки:

	Объем поставки, т	Время пробега груза, дн.
1-й поставщик	20	15
2-й поставщик	30	14
3-й поставщик	10	12

$$T_{тр} = (20 \times 15 + 30 \times 14 + 10 \times 12) \div (20 + 30 + 10) = 14 \text{ дн.}$$

Время на разгрузку, приемку и складскую обработку поступивших материалов определяется по факту.

Время на лабораторный анализ материалов определяется на основе хронометража.

*Текущим складским запасом* материальных ценностей называют запас, обеспечивающий потребности производства на период между двумя очередными поступлениями их поставщиков (рис. 12).

В состав оборотных средств включается средний текущий запас, принимаемый в размере 50 % от продолжительности интервала между двумя смежными поставками:

$$T_{тек} = \frac{I}{2}, \quad (32)$$

где  $I$  – длительность в днях интервала между поставками.

Средний интервал между поставками можно рассчитать по формуле

$$I = \frac{360(180,90)}{\Pi}, \quad (33)$$

где  $P$  – число поставок за период.

*Страховым запасом* материальных ценностей называется запас, предназначенный для обеспечения потребностей производства на случай задержки поступления материальных ценностей.

Величину страхового запаса устанавливают как правило, в пределах 50 % от величины текущего запаса. Этот предел повышается в случае, если предприятие расположено вдали от поставщиков, потребляемые материалы являются уникальными, выпускаемая продукция требует много компонентов или комплекующих от разных поставщиков.

Аналогично нормируются оборотные средства, вложенные во вспомогательные материалы и топливо.

*Нормирование незавершенного производства.* Размер оборотных средств для незавершенного производства определяется с учетом длительности производственного цикла и величины коэффициента нарастания затрат:

$$H_{нз} = B \times T_{ц} \times K_{нз}, \quad (34)$$

где,  $B$  – объем среднесуточного выпуска продукции по производственной себестоимости;  $T_{ц}$  – длительность производственного цикла;  $K_{нз}$  – коэффициент нарастания затрат в незавершенном производстве.

Период незавершенного производства длится от начала производственного процесса, т.е. с момента первой технологической операции до изготовления готового изделия и передачи его на склад готовой продукции.

*Производственным циклом* называется ряд производственных процессов, выполняемых при изготовлении продукции.

*Продолжительность производственного цикла* складывается из времени, затрачиваемого непосредственно на операции по обработке сырья, материалов, заготовок, и времени, которое требуется на перерывы между операциями от начала первой операции до сдачи готовой продукции на склад.

*Коэффициент нарастания затрат* характеризует степень готовности продукции и определяется отношением себестоимости незавершенного производства к себестоимости готовой продукции.

Нарастание затрат может быть равномерным и неравномерным (замедленным и ускоренным).

При *равномерном нарастании затрат* коэффициент нарастания затрат находят по формуле

$$K_{нз} = \frac{C_{н} + 0,5(C_{к} - C_{н})}{C_{к}}, \quad (35)$$

где,  $C_{н}$  – стоимость сырья и материалов, поступающих в процесс производства;  $C_{к}$  – стоимость готовой продукции.

При *неравномерном нарастании затрат* коэффициенты нарастания затрат вначале определяются в нескольких точках производственного процесса:

$$K_i = \frac{C_i}{C_k}, \quad (36)$$

где,  $K_i$  – коэффициент нарастания затрат в  $i$ -той точке;  $C_i$  – стоимость незавершенного производства в  $i$ -той точке;  $C_k$  – себестоимость готового продукта.

Общий для процесса коэффициент нарастания затрат рассчитывается как средняя величина:

$$K_{нз} = \frac{\sum K_i}{i}, \quad (37)$$

где,  $K_{нз}$  – общий для процесса коэффициент нарастания затрат;  $i$  – количество точек расчета частных коэффициентов.

*Нормирование готовой продукции.* Величина оборотных средств, вложенных в запасы готовой продукции на складе, зависит от среднесуточного выпуска продукции и длительности хранения продукции на складе:

$$H_{zn} = B \times T_{xp}, \quad (38)$$

где,  $B$  – среднесуточный выпуск продукции по производственной себестоимости;  $T_{xp}$  – средняя длительность хранения готовой продукции на складе.

Длительность хранения продукции на складе, в свою очередь, рассчитывается как сумма времени на формирования партии продукции для отгрузки и оформления документов на эту партию:

$$T_{xp} = T_{фн} + T_{од}, \quad (39)$$

где,  $T_{фн}$  – время, необходимое для формирования партии для отгрузки готовой продукции потребителю, дн.;  $T_{од}$  – время, необходимое для оформления документов для отправки груза потребителю, дн.

Рассчитанная тем или иным способом величина необходимой для нормальной работы суммы оборотных средств повышает эффективность использования этого ресурса.

#### 4.4 УПРАВЛЕНИЕ ОБОРОТНЫМИ СРЕДСТВАМИ

Эффективное управление оборотными средствами имеет для предприятия важное значение по следующим причинам:

1. Величина оборотных средств у большинства компаний составляет больше половины всех ее активов.

2. Решение вопросов, связанных с оборотными средствами, является непрерывным процессом и требует большего количества времени. Сумма, инвестируемая в каждую из позиций оборотных активов, может ежедневно изменяться и должна тщательно контролироваться для обеспечения наиболее продуктивного использования денежных средств.

3. Оптимальное управление оборотными средствами ведет к увеличению доходов и снижает риск дефицита денежных средств компании.

4. Правильное управление оборотными средствами позволит максимизировать норму прибыли и минимизировать свою ликвидность и коммерческий риск.

*Политика управления оборотными средствами*, представляющая часть общей финансовой стратегии предприятия, заключается в формировании необходимого объема и состава оборотных средств, рационализации и оптимизации структуры источников их формирования. Процесс разработки политики управления оборотными средствами предприятия включает следующие этапы:

1. Анализ состава и состояния оборотных средств предприятия в предшествующем периоде;

2. Определение общих принципов формирования оборотных средств предприятия;

3. Оптимизация объема оборотных средств;

4. Оптимизация соотношения постоянной и переменной частей оборотных средств;

5. Обеспечение необходимой ликвидности оборотных средств;

6. Обеспечение повышения рентабельности оборотных средств;

7. Обеспечение минимизации потерь оборотных средств в процессе их использования;

8. Формирование принципов формирования отдельных видов оборотных активов;

9. Оптимизация структуры источников финансирования оборотных средств.

##### *Определение правильной структуры активов*

Финансовый менеджмент решает задачу определения оптимального уровня оборотных средств. Если величина оборотных средств занижена, то такое предприятие будет постоянно испытывать недостаток денежных средств, иметь низкий уровень ликвидности, перебои в производственном процессе, потерю дохода. Наоборот, чем больше превышение текущих активов над текущими обязательствами, тем выше ликвидность предприятия, однако, увеличение величины оборотных средств по сравнению с оптимальной потребностью в них приводит к замедлению их оборачиваемости и также снижает величину дохода.

Таким образом, стратегия управления оборотными средствами направлена на обеспечение платежеспособности предприятия и базируется на определении оптимального объема и структуры оборотных средств, что связано с решением задачи выбора оптимальной структуры источников финансирования оборотных средств.

#### *Модели управления оборотными средствами*

Суть политики управления оборотными средствами состоит в определении достаточного уровня и рациональной структуры оборотных средств и в определении величины и структуры источников их финансирования.

Можно выделить три основных модели управления оборотными средствами.

#### *Агрессивная модель* управления текущими активами и пассивами.

Предприятие не ставит ограничений в наращивании текущих активов, имеет значительные денежные средства, запасы сырья и готовой продукции, существенную дебиторскую задолженность - в этом случае удельный вес текущих активов в составе всех активов высок, а период оборачиваемости оборотных средств длителен.

Такая политика управления текущими активами не может обеспечить повышенную экономическую рентабельность активов, но практически исключает вопрос возрастания риска технической неплатежеспособности.

Агрессивной модели управления текущими активами соответствует агрессивная модель управления текущими пассивами, при которой в общей сумме пассивов преобладают краткосрочные кредиты. При этом у предприятия повышается уровень эффекта финансового рычага. Затраты предприятия на выплату процентов по кредитам растут, что снижает рентабельность и создает риск потери ликвидности.

#### *Консервативная модель* управления текущими активами и пассивами.

Предприятие сдерживает рост текущих активов - и тогда удельный вес текущих активов в общей сумме активов низок, а период оборачиваемости оборотных средств краток. Такую политику ведут предприятия либо в условиях достаточной определенности ситуации, когда объем продаж, сроки поступлений и платежей, необходимый объем запасов и точное время их потребления и т.д. известны заранее, либо при необходимости строгой экономии.

Такая политика управления текущими активами обеспечивает высокую экономическую рентабельность активов, но несет в себе повышенный риск возникновения технической неплатежеспособности в случае непредвиденных ситуаций при реализации продукции или при ошибке в расчетах.

Признаком консервативной политики управления текущими пассивами служит отсутствие или очень низкий удельный вес краткосрочного кредита в общей сумме всех пассивов предприятия. Все активы при этом финансируются за счет постоянных пассивов (собственных средств и долгосрочных кредитов и займов).

#### *Умеренная модель* управления текущими активами и пассивами.

Предприятие занимает промежуточную, "центристскую" позицию - при этом текущие активы составляют примерно половину всех активов предприятия, период оборачиваемости оборотных средств имеет усредненную длительность.

ность. В этом случае и экономическая рентабельность активов, и риск технической неплатежеспособности находятся на среднем уровне.

Для умеренной политики управления текущими пассивами характерен средний уровень краткосрочного кредита в общей сумме пассивов предприятия.

Умеренная политика управления оборотными средствами представляет собой компромисс между агрессивной и консервативной моделью.

Выбор соответствующих источников финансирования оборотных активов в конечном итоге определяет соотношение между уровнем эффективности использования капитала и уровнем риска финансовой устойчивости и платежеспособности предприятия. С учетом этих факторов и строится политика управления финансированием оборотных средств.

Если при неизменном объеме краткосрочных финансовых обязательств будет расти доля оборотных активов, финансируемых за счет собственных источников и долгосрочного заемного капитала, то в этом случае будет повышаться финансовая устойчивость предприятия, но снижаться эффект финансового рычага и расти средневзвешенная стоимость капитала в целом (т.к. процентная ставка по долгосрочным займам в силу большего их риска выше, чем по краткосрочным займам).

Соответственно, если при неизменном участии собственного капитала и долгосрочных займов в формировании оборотных активов будет расти сумма краткосрочных финансовых обязательств, то в этом случае может быть снижена общая средневзвешенная стоимость капитала, достигнуто более эффективное использование собственного капитала (за счет роста эффекта финансового рычага), но при этом будет снижаться финансовая устойчивость и платежеспособность предприятия (за счет роста объема текущих обязательств и увеличения частоты выплат долга).

Управление оборотными средствами включает в себя управление товарно-материальными запасами, дебиторской задолженностью, денежными средствами и краткосрочными вложениями (ценными бумагами). Управление оборотным капиталом включает управление оборотными средствами и краткосрочными обязательствами. Управление оборотным капиталом - это регулирование величины различных типов оборотных активов и краткосрочных обязательств.

#### *Управление производственными запасами*

Оборот производственных запасов характеризует скорость движения материальных ценностей и их пополнения. Чем быстрее оборот капитала, помещенного в запасы, тем меньше требуется капитала для данного объема хозяйственных операций.

Оборачиваемость производственных запасов в отраслях промышленности весьма существенно различается. В отраслях с длительным операционным циклом формирование запасов требует более крупных капиталов.

Сроки оборота производственных запасов предприятий одной и той же отрасли, как правило, характеризуют, насколько успешно используется ими капитал. Как было выяснено ранее, накапливание запасов связано с весьма значительным дополнительным оттоком денежных средств, что делает необходимой

оценку возможности и целесообразности сокращения срока хранения материальных ценностей. Уровень запасов определяется объемом продаж, характером производства, природой запасов (возможностью их хранения), возможностью перебоев в снабжении и затратами по приобретению запасов (возможной экономией от закупок большего объема) и др.

Материально-производственные запасы являются наименее ликвидной статьей среди статей оборотных активов. Эффективное управление предприятием во многом зависит от анализа и управления материально-производственными запасами. Это связано с тем, что они могут составлять значительный удельный вес не только в составе оборотных средств, но и в целом в активах предприятия. Нарушение оптимального уровня материально- производственных запасов приводит к убыткам в деятельности предприятия, поскольку увеличивает расходы по хранению этих запасов; отвлекает из оборота ликвидные средства; увеличивает опасность обесценения этих товаров и снижения их потребительских качеств; приводит к потере клиентов, если это вызвано нарушением каких-либо характеристик товаров и так далее. Приводит к ухудшению финансового положения предприятия. Вопросы определения и поддержания оптимального объема запасов являются важным разделом финансового менеджмента.

В целях ускорения оборачиваемости оборотных средств необходимо эффективное управление материальными запасами. Если осуществлять закупки сырья и материалов мелкими партиями, то возможен риск остановки производственного процесса в связи с задержкой поступления сырья в срок или низкого качества, или в малом объеме, чем было заказано. Но если осуществлять закупки сырья в большем объеме, чем диктует текущая потребность предприятия, то содержание запасов требует затрат, связанных с хранением, с порчей и потерей. Кроме того, денежные средства в виде сырья и материалов не приносят дохода.

Интересы отдельных служб организации в отношении политики формирования запасов могут существенно различаться.

Служба материально-технического обеспечения заинтересована, как правило, в закупках по возможности большего количества ресурсов, поскольку это позволяет добиться лучших условий поставки и расчетов и к тому же ограничить претензии службы производства по поводу несвоевременного снабжения.

Служба производства также заинтересована в значительных запасах, поскольку это позволяет ей быстро реагировать на заявки службы, отвечающей за продажи.

С точки зрения службы продаж большие запасы, как было отмечено ранее, - средство конкурентной борьбы за покупателя.

В то же время с позиции финансовой службы, оценивающей рациональность управления финансовыми потоками организации, значительные запасы означают рост расходов по их содержанию, обслуживанию и финансированию.

В целях снижения риска, связанного с остановкой производственного процесса, или омертвления денежных средств в материальные запасы, необходимо определить оптимальный объем запаса, при котором удельные затраты на хранение и выполнение заказа будут минимальными.

Годовая стоимость хранения ( $H \Gamma$ ) определяется путем умножения среднего уровня наличных запасов ( $Q$ ) на годовую стоимость хранения ( $H$  ед.) единицы сырья :

$$H \Gamma = Q / 2 H \text{ ед.} \quad (40)$$

Стоимость хранения является линейной функцией от уровня запасов ( $Q$ ).

С другой стороны, годовая стоимость выполнения заказа будет уменьшаться по мере увеличения объема заказа, так как число заказов будет уменьшаться. Годовая стоимость заказа ( $S\Gamma$ ) является функцией от числа заказов в год ( $D/Q$ ) и стоимости одного заказа ( $S_{ед}$ ) :

$$S\Gamma = D / Q S \text{ ед} \quad (41)$$

Общие годовые расходы ( $TC$ ), связанные с хранением запасов и с заказами, если за один раз заказывается  $Q$  единиц, то определяются:

$$TC = Q / 2 * H + D / Q * S , \quad (42)$$

Отсюда оптимальный объем заказа сырья определяется по формуле:

$$Q = \sqrt{\frac{2DS}{H}} \quad (43)$$

Задачей анализа при этом является обеспечение минимальных затрат на создание запасов при обеспечении бесперебойного функционирования. Для этого необходимо учитывать: текущие расходы по содержанию запасов; расходы, связанные с оформлением и размещением заказов; соотношение цены на закупаемые материальные ценности и их объема; опасность устаревания и порчи; размеры складских площадей.

Определение оптимального объема запаса сырья по формуле (20) позволит снизить риск, связанный с остановкой производства вследствие нехватки сырья или омертвления денежных средств в сырье.

Для финансового управления предприятием важное значение имеет правильный выбор метода оценки фактической себестоимости материально-производственных запасов, уже находящихся в переработке и еще остающихся на складе. Для этих целей используются следующие методы оценки запасов:

- 1) по себестоимости каждой единицы закупаемых товаров;
- 2) по средней себестоимости, в частности по средневзвешенной средней и по скользящей средней;
- 3) по себестоимости первых по времени закупок - ФИФО;
- 4) по себестоимости последних по времени закупок - ЛИФО.

Все методы оценки материально-производственных запасов приводят к существенно различным показателям чистого дохода компании. Выбор метода

оценки осуществляется предприятием самостоятельно, исходя из особенностей его финансово-хозяйственной деятельности.

Метод оценки, исходя из определения себестоимости каждой единицы закупаемых запасов, - это учет их движения по фактической себестоимости. Для использования этого метода необходима точная адресная принадлежность всех производимых закупок товарно- материальных запасов к производимым товарам. Это достаточно трудно сделать и это обстоятельство ограничивает возможность применения метода, несмотря на его точность. Метод используется предприятиями, которые выполняют специальные заказы на производство продукции или совершают операции со сравнительно небольшими партиями дорогостоящих товаров.

Оценка запасов по средней себестоимости основана на использовании соответствующих формул расчета средних величин. Приближенность результата компенсируется простотой и объективностью исчислений.

Оценка по методу ФИФО основана на допущении, что запасы используются в той же последовательности, в какой они закупаются предприятием, то есть запасы, которые первыми поступают в производство, должны быть оценены по себестоимости первых по времени закупок. Следствием применения этого метода является то, что остатки запасов на конец периода оцениваются практически по их фактической себестоимости, а себестоимость реализованной продукции оценивается по стоимости наиболее ранних закупок. При использовании метода ФИФО предприятия могут стремиться повысить цены на реализуемую продукцию на основании повышения цен на материально- производственные запасы, хотя при производстве этой продукции были использованы запасы, купленные до повышения цен на них. При использовании метода ФИФО чистый доход предприятия оказывается относительно завышенной даже при неизменности цен на реализуемую продукцию.

Сущность метода ЛИФО заключается в том, что поступление запасов в производство оценивается по себестоимости последних по времени закупок, себестоимость запасов на конец периода определяется исходя из себестоимости наиболее ранних закупок. Этот метод позволяет более точно определить себестоимость реализованной продукции и чистый доход от реализации, однако искажает себестоимость запасов на конец периода. В отличие от метода ФИФО метод ЛИФО обеспечивает увязку текущих доходов и расходов и позволяет сгладить влияние инфляции. Метод ЛИФО занижает доход получаемый предприятием и обеспечивает уменьшение налоговых платежей. Однако, невысокий финансовый результат деятельности за отчетный период может оказать негативное влияние на положение компании на финансовом рынке. Целью управления товарно-материальными запасами является разработка политики, с помощью которой можно достичь оптимальных капиталовложений в товарно-материальные запасы. Уровень капиталовложений в товарно-материальные запасы неодинаков для различных отраслей промышленности.

В целях управления запасами необходимо оценка рациональности структуры запасов, позволяющая выявить ресурсы, объем которых явно избыточен, и ресурсы, приобретение которых нужно ускорить. Это позволят избежать из-

лишних вложений капитала в материалы, потребность в которых сокращается или не может быть определена. Не менее важно при оценке рациональности структуры запасов установить объем и состав испорченных и неходовых материалов. Таким образом, обеспечивается поддержание производственных запасов в наиболее ликвидном состоянии и сокращение средств, иммобилизованных в запасы.

Пути ускорения оборачиваемости оборотных средств на стадии создания производственных запасов:

1. Внедрение экономически обоснованных норм запасов.
2. Приближение поставщиков сырья.
3. Широкое использование прямых длительных связей.
4. Расширение складской системы и материально-технического обеспечения.
5. Комплексная механизация и автоматизация погрузочно-разгрузочных и складских работ.
6. Мониторинг производства и другие.

На стадии производства:

1. Ускорение научно-технического прогресса (внедрение прогрессивной техники и технологии, особенно безотходной и малоотходной технологии);
2. Развитие стандартизации, унификации;
3. Совершенствование форм организации производства
4. Сокращение длительности производственного цикла за счет механизации и автоматизации производственных процессов;

Ускорение оборачиваемости оборотных средств на стадии готовой продукции:

1. Уменьшение цен при оптовых закупках. Доступная цена при розничной реализации.
2. Разветвленная сеть точек сбыта.
3. Проведение PR акций.
4. Выход на международные рынки
5. Налаженная схема транспортировки и доставки продукции
6. Своевременное оформление документации
7. Совершенствование прогнозирования спроса
8. Формирование благоприятного имиджа предприятия с целью привлечения потенциальных покупателей
9. Применение системы скидок для постоянных клиентов на большие партии или за наличную оплату
10. Совершенствование системы быстрой доставки заказов потребителю (совершенствование логистической системы)
11. Реклама

*Для запасов готовой продукции* задача минимизации текущих затрат по их обслуживанию состоит в определении оптимального размера партии производимой продукции. Если производить товар мелкими партиями, то затраты по хранению его запасов в виде готовой продукции будут минимальными.

В то же время существенно возрастут текущие затраты предприятия, связанные с частой переналадкой оборудования, подготовкой производства и др.

Основным фактором, который необходимо учитывать при анализе уровня запасов готовой продукции, является объем продаж, прогнозирование которого требует, в свою очередь, учета реальных потребностей покупателей. Поэтому одно из преимуществ длительных экономических связей связано с возможностью координации производства продукции с планами закупок.

Ускорения оборачиваемости оборотных средств в области сбыта готовой продукции можно достичь, используя систему маркетинга.

Основными принципами маркетинга как системы управления производственно-сбытовой деятельностью являются: производство продукции, направленное на удовлетворение существующих и потенциальных потребностей и основанное на точном их знании; объединение деятельности всех подразделений предприятия в единую систему и ее нацеленность на достижение конечного результата; обеспечение долговременной результативности, что предполагает наличие постоянного задела научно-технических идей и разработок; единство стратегии и тактики поведения в рамках маркетинговых программ; максимальное информирование производителей и потребителей муки о ее рынке, потребителей о мукомольном предприятии; гибкое реагирование производства и сбыта продукции на требования спроса при активном воздействии на его формирование.

Оценка состояния и прогноз развития предприятия на рынке предполагают глубокую аналитическую работу по изучению внутренней и внешней среды мукомольного предприятия. Внутренняя среда предприятия исследуется по таким направлениям, как изучение потребителей, что позволяет предприятию выявить их потребности и предпочтения, изменения в спросе на продукцию и объем продаж; анализ конкуренции на рынке; выбор поставщиков сырья.

Одним из направлений ускорения оборачиваемости оборотных средств является управление дебиторской задолженностью. Кредитная политика предприятия при реализации продукции складывается из следующих последовательных этапов:

- 1) установление нормальных условий продаж, т.е. необходимо определить продолжительность периода оплаты и величину скидки за оплату в срок;
- 2) определение формы контракта с покупателем;
- 3) оценка кредитоспособности каждого покупателя.

Существует множество различных источников информации: собственный опыт общения с покупателем, опыт других кредиторов, оценки кредитного агентства, проверка в банке покупателя, анализ финансовой отчетности покупателя. Эти способы проверки определяют, насколько рискованны отношения с покупателем. Для прогнозирования делового риска Эдвард Алтман предлагает расчет индекса кредитоспособности (Z) на основе мульти-дискриминантного анализа (МДА) финансовых коэффициентов:

$$Z = 3,3 * \frac{B}{CA} + 1,0 * \frac{D}{D} - 0,6 * \frac{СКБ}{D} + 0,4 * \frac{НД}{CA} - \frac{OK}{CA}$$

где В- доход от реализации продукции;

СА – совокупные активы;

Д – доход до налогообложения;

СК- рыночная стоимость собственного капитала;

БД – балансовая стоимость долга;

НД – нераспределенный доход;

ОК – оборотный капитал.

Это уравнение служит эффективным инструментом определения предприятий – банкротов от предприятий - не банкротов и является эффективным измерителем риска невыполнения обязательств.

Основная задача менеджера по управлению дебиторской задолженностью заключается в:

- + максимизации дохода;
- + необходимости концентрации внимания на опасных счетах;
- + привлечении постоянных и надежных клиентов;
- + выборе правильной политики сбора денег.

С позиции возмещения стоимости поставленной продукции продажа может быть выполнена одним из трех способов:

- предоплата
- оплата за наличный расчет
- оплата в кредит.

В современных условиях продажа в кредит является наиболее основным.

Вырабатывая политику кредитования покупателей своей продукции, предприятие должно определиться по следующим ключевым вопросам:

- + срок предоставления кредита
- + стандарты кредитоспособности
- + система создания резервов по сомнительным долгам
- + система сбора платежей
- + система предоставляемых скидок.

Как бы ни была эффективна система отбора покупателей, в ходе взаимодействия с ними возникают всевозможные накладки, поэтому предприятие вынуждено организовывать некоторую систему контроля за исполнением покупателями платежной дисциплины. Эта система включает:

- + регулярный мониторинг дебиторов по видам продукции, объему задолженности, срокам погашения и др.
- + минимизации временных интервалов между моментами отгрузки продукции, предъявления платежных документов
- + направление платежных документов по надлежащим адресам
- + аккуратное рассмотрение запросов клиентов об условиях оплаты
- + четкую процедуру оплаты счетов и получения платежей.

Управление уровнем дебиторской задолженности определяется следующими основными факторами:

✚ оценка и классификация покупателей в зависимости от вида продукции, объема закупок, платежеспособности, истории кредитных отношений и предполагаемых условий оплаты;

✚ контроль расчетов с дебиторами, оценка реального состояния дебиторской задолженности;

✚ анализ и планирование денежных потоков.

Оценка реального состояния дебиторской задолженности, т.е. оценка вероятности безнадежных долгов - один из важнейших вопросов управления оборотным капиталом. Эта оценка ведется отдельно по группам дебиторской задолженности с различными сроками возникновения.

Одна из основных задач рационального управления оборотными активами предприятия состоит в максимально возможном сокращении периодов оборачиваемости запасов и дебиторской задолженности и увеличении среднего срока оплаты кредиторской задолженности с целью снижения текущих финансовых потребностей путем общего ускорения оборачиваемости оборотных средств.

Этой цели служат следующие методы рефинансирования дебиторской задолженности предприятия (ускорения ее конверсии в денежные активы):

- спонтанное финансирование - назначение скидок покупателям за сокращение сроков расчета (при оплате товара до истечения определенного срока покупатель получает скидку с цены, после этого срока - укладываясь в договорный срок платежа - он платит полную сумму).

- учет векселей - продажа имеющихся у предприятия векселей банку по дисконтной цене (ниже номинала); величина дисконта, удерживаемого банком, зависит от номинала векселей, срока их погашения и учетной вексельной ставки (при сомнительной платежеспособности векселедателя учетная ставка может включать премию за риск).

- факторинг - уступка предприятием-продавцом банку (или специализированной "фактор-фирме") права получения денежных средств по платежным документам за поставленную продукцию, при этом банк (фактор-фирма) возмещает предприятию-продавцу основную часть суммы долга по таким платежным документам, взимая определенный процент комиссионных в зависимости фактора риска, от платежеспособности покупателя продукции и предусмотренных сроков ее оплаты.

## **КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ**

1. Что относятся к основным характеристикам оборотных средств?
2. По какой расчетной формуле рассчитывается продолжительность одного оборота в днях?
3. Объем реализованной продукции, разделенный на среднюю стоимость оборотных средств, что характеризует?
4. Каким образом определяется потребность в оборотных средствах?
5. Соотношение отдельных элементов оборотных средств во всей их совокупности - это:

- a) структура оборотных средств;
- b) нормируемые оборотные средства;
- c) оборотные средства по сферам оборота;
- d) собственные оборотные средства;
- e) оборотные средства по элементам.

7. Что характеризует коэффициент оборачиваемости оборотных средств:

- a) эффективность использования оборотных средств
- b) уровень технической оснащенности
- c) среднюю длительность одного оборота
- d) размер реализованной продукции, приходящейся на 1 тенге оборотных средств
- e) нет верного ответа

## ГЛАВА 5 ТРУДОВЫЕ РЕСУРСЫ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТЕПРИИМСТВА

### 5.1 Рынок труда: сущность и механизм функционирования

Основу обеспечения системы управления трудовыми ресурсами любой страны составляет население и трудовые ресурсы, которые представляют собой совокупность взаимосвязанных единым механизмом управления средств (финансовых, материальных, технических, людских и др.), характеризующий их количественный и качественный состав.

*Источниками формирования трудовых ресурсов* являются три основные категории населения (рис. 6.1).



Рисунок 5.1. Источники формирования трудовых ресурсов

В число приоритетных задач по рациональному формированию трудовых ресурсов входят:

- обеспечение расширенного воспроизводства условий жизнедеятельности региона, высокого уровня качества жизни;
- оптимизация миграционных потоков, формирование условий и механизмов укрепления источников формирования трудовых ресурсов;
- прогнозирование и программирование численности трудовых ресурсов (экономически активного и неактивного населения);
- формирование и реализация структурной, инвестиционной и научно-технической политики, направленной на обеспечение количественного и качественного состава трудовых ресурсов.

Всю совокупность целей по формированию трудовых ресурсов можно разделить в зависимости от конкретных форм воздействия, назначения и содержания

ния, к которым относят экономические, социальные, экологические, научно-технические, политические и др. Такая дифференциация целей опирается на сущность и социальную ориентацию при формировании трудовых ресурсов для обеспеченности региона рабочей силой.

Например, научно-техническая цель при формировании трудовых ресурсов заключается в обеспеченности количественного и качественного состава организации рабочей силой на этапах разработки и внедрения инновационных технологий в промышленность, а также повышения уровня производительности и эффективности трудоустройства.

Формирование рынка трудового резерва в основном связано с главной целью – вовлечением трудоспособной части населения в процесс трудоустройства. Трудовой резерв представлен различными учебными заведениями, которые готовят рабочих, специалистов, управляющих; военнослужащих, подлежащих увольнению; домашних хозяек, находящихся в поисках работы и т.д.

Однако формирование трудовых ресурсов с учетом потребности региона в рабочей силе может быть осуществлено только на основе использования функции регулирования этой системы. Государственное регулирование при формировании трудовых ресурсов должно опираться на следующие положения:

1) регулирование трудовых ресурсов состоит в обеспечении поддержания или изменения количественного и качественного состава рабочей силы с учетом в их потребности;

2) важным считается не планирование трудовых ресурсов, а методы такого планирования, которые либо усиливают, либо ослабляют эффект от такого планирования;

3) все процессы, связанные с формированием и использованием трудовых ресурсов, являются частью социально-экономического механизма управления.

В то же время состояние и проблемы формирования трудовых ресурсов на определенной территории должны иметь функциональную специфику управления рабочей силой и, прежде всего своей направленностью воспроизводства.

Таким образом, можно различать конечные цели при формировании трудовых ресурсов, непосредственные задачи как выражение зависимости использования рабочей силы и полученных на их основе результатов.

На определение границ трудоспособного возраста оказывают влияние разнообразные факторы, состав, содержание и значимость которых изменяется в процессе развития внешней и внутренней среды. Поэтому при выработке стратегии управления трудовыми ресурсами необходимо оценивать эти факторы, основной перечень которых представлен на рис. 6.2.



Рисунок 5.2 - Факторы, влияющие на изменение границ трудоспособного возраста

Границы трудоспособного возраста носят подвижный характер и определяются социально-экономическими условиями и физиологическими особенностями развития человека.

Решающую роль в нормировании границ трудоспособного возраста населения играют социально-экономические условия. Максимальная возрастная граница соответствует физиологическому пределу участия старших возрастов в трудовой деятельности, предусмотренному законом о пенсионном обеспечении. Начальная граница определяется физиологическим развитием молодежи, ее знаниями, уровнем образования, продолжительностью обучения.

*Трудоспособность* – способность людей к осуществлению трудовой деятельности, она напрямую зависит от состояния здоровья человека.

В соответствии с характером работы, которую в состоянии выполнить человек, выделяют:

- 1) общую (т.е. способность к выполнению какой-либо работы в обычных условиях);
- 2) профессиональную, т.е. способность к выполнению работы по определенной профессии, специальности;
- 3) специальную, т.е. способность выполнять работу в нестандартных условиях производства и климата.

По объему обычно выделяют полную и неполную трудоспособность (ограниченную, частичную и т.д.).

*Трудоспособный возраст* варьируется в разных пределах и может зависеть от профессиональных, личных или специальных особенностей. Он означает такой возраст человека, который позволяет ему трудиться в данный момент, в данное время и при конкретных условиях:

- а) 0—16 лет – как правило, считается нетрудоспособным возрастом;
- б) 16—58 лет – для женщин (включительно);
- в) 16—62 лет – для мужчин (включительно).

*Трудоспособное население* – это основная часть трудовых ресурсов в трудоспособном возрасте, обладающая необходимым психофизическим развитием, знаниями и практическим опытом, которая способна полноценно участвовать в физическом и интеллектуальном труде.

Необходимые физические и интеллектуальные способности зависят по большей части от возраста: в ранний период жизнедеятельности человека и в поздний, когда человек утрачивает свою способность к трудовой деятельности. Возраст выступает в так называемой критериальной форме, позволяющей выделить из всего населения трудовые ресурсы. Предпосылкой развития общественного производства, главной производительной силой выступает население – та часть, которая обладает совокупностью физических и духовных способностей, позволяющих ему трудиться. Трудоспособное население выступает как часть населения, ограниченная определенными возрастными границами.

Таким образом, формирование возрастных групп трудоспособного населения определяется объективными условиями не только физиологического развития людей, но и, прежде всего, общественных отношений. Это в значительной степени отражается на формировании демографической структуры трудоспособного населения, его размещении по территории страны. В структуре трудовых ресурсов с позиции их участия в общественном производстве выделяют:

- 1) активную (функционирующую), т.е. лица, непосредственно занятые в общественном производстве;
- 2) пассивную (потенциальную) – учащиеся с отрывом от производства и занятые в домашнем хозяйстве.

Численность трудовых ресурсов определяется на конкретную дату, но ее можно рассчитывать и как среднюю за какой-либо промежуток времени. В западной экономической науке нет единого подхода к определению трудовых ресурсов, поэтому в национальных статистических изданиях стран с рыночной экономикой, а также в международной статистике встречаются различные понятия, имеющие отношение к характеристике данной категории.

Важнейшим условием развития экономики страны является воспроизводство трудовых ресурсов как части воспроизводства населения.

Население – это совокупность поколений людей, осуществляющих свою жизнедеятельность в конкретно-исторических и общественных условиях на определенной территории. Важнейшим признаком населения является его способность к воспроизводству.

При этом воспроизводство трудовых ресурсов определяется воспроизводством всего населения, однако эти процессы не совпадают, что объясняется, в частности следующим:

- изменение рождаемости отражается на численности трудовых ресурсов только после того, как дети достигнут трудоспособного возраста;
- выбытие людей из трудоспособного возраста (достижение пенсионного возраста) влияет только на численность трудовых ресурсов.

Изучение динамики показателей населения во взаимосвязи с особенностями социально-экономической организации общества позволяет проследить изменения в условиях и характере воспроизводства населения и определить требования к трудовым ресурсам.

Воспроизводство трудовых ресурсов осуществляется за счет населения трудоспособного возраста, а также работников моложе и старше этого возраста. Численность населения трудоспособного возраста зависит от естественной миграции этой части трудовых ресурсов, а работников моложе и старше трудоспособного возраста – от их численности и уровня занятости.

Различают три типа воспроизводства населения (расчет проводится на 1000 человек населения):

А. *Простое воспроизводство*, когда число рождений и смертей равно, а численность населения стабильна;

Б. *Расширенное воспроизводство*, характеризуемое превышением числа рождений над числом смертей;

В. *Суженное воспроизводство*, означающее сокращение численности населения вследствие превышения смертности над рождаемостью.

По нашему мнению, развитие воспроизводственного потенциала претерпевает циклическую последовательность воспроизводственных стадий (рис. 6.3).



Рисунок 5.3 Циклическая последовательность воспроизводственных стадий:

$Ч_p, Ч_c$  – численность родившихся / умерших, тыс. чел.

*Воспроизводство трудовых ресурсов* – это процесс возобновления количественных и качественных характеристик экономически активного населения, включающий фазы формирования, распределения и использования. На рис. 6.4. приведена схема, иллюстрирующая основные этапы воспроизводства трудовых ресурсов.



Рисунок 5.4 Схема основных этапов воспроизводства трудовых ресурсов

Основным источником пополнения трудовых ресурсов является молодежь, вступающая в трудоспособный возраст; ее численность зависит от режима воспроизводства населения, уровня рождаемости в стране, количества заключаемых браков, а также от величины детской смертности. При расширенном воспроизводстве населения и повышении уровня рождаемости будет расти число вступающих в трудоспособный возраст.

Существуют два типа воспроизводства населения и трудовых ресурсов:

- экстенсивный, который заключается в приближении структуры населения к суженному воспроизводству, высоким удельным весом смертности, низкой долей населения старших возрастов, небольшими общими темпами роста населения страны. На практике экстенсивный тип воспроизводства трудовых ресурсов означает увеличение их численности без изменения их качественного состава в структуре экономически активного населения;

- интенсивный – в основном связан с реализацией социально-экономических программ по обеспечению и улучшению качества жизни населения, повышению реальных доходов на душу населения, увеличением удельного веса пожилого населения и продолжительности жизни. Чаще всего такой тип воспроизводства населения обусловлен продолжающимся ростом трудового потенциала общества на основе изменения показателей образовательного уровня, профессионально-квалификационных характеристик трудоспособного

населения, повышением эффективности использования рабочей силы и прогрессивных технологий.

Однако на состояние общей численности населения оказывает влияние неблагоприятное экологическое состояние окружающей среды и старение населения.

Удовлетворение потребностей людей и само существование человеческого общества невозможны без систематического возобновления процесса производства, в результате которого постоянно возобновляются не только материальные блага, но и условия их производства. Поэтому необходимо различать вовлечение дополнительных трудовых ресурсов, средств производства без изменения их технической основы (экстенсивное расширение производства) и на основе технического совершенствования средств производства и рабочей силы (интенсивное расширение производства).

В настоящее время человечество поднимается на новую по своему значению волну научно-технического прогресса, которая может привести к радикальному изменению производительных сил современного общества в области микроэлектроники, информатики, биотехнологии, генной инженерии, использовании новых видов энергии, нанотехнологий и т.д. Это создает предпосылки для социально-экономического развития страны, преодоления негативных последствий суженного воспроизводства населения. В промышленно развитых и новых индустриальных странах приоритетным направлением экономического развития становятся наукоемкие отрасли.

Поэтому в условиях влияния мировой экономической системы на факторы воспроизводства населения и трудовых ресурсов следует руководствоваться принципом соответствия решаемых задач и организационной структуры управления.

Принцип соответствия основан на формулировке требований, предъявляемых со стороны управляющей системы (государства, отдельного региона, местных органов власти) к индивидууму или группе (например, молодежи). В то же время группа составляет так называемый профиль (систему требований) к их возможностям в процессе решения проблем народонаселения. Обе стороны определяют ожидаемые результаты в процессе такого планирования, которое становится основой для оценки воспроизводственного потенциала общества.

Необходимость государственного вмешательства в воспроизводственный механизм трудовых ресурсов обусловлен резким отставанием потребностей регионов в рабочей силе и хозяйствующих субъектов рыночной экономики, включающим следующие моменты:

- а) наличие сбоев в механизме прироста численности населения;
- б) необходимость поиска более эффективных вариантов удовлетворения потребностей в общественных благах;
- в) необходимость преодоления демографических кризисов и социальных угроз.

Поэтому участие государственных структур в регулировании воспроизводственного потенциала составляет основу для дальнейшего роста населения и обеспеченности организаций трудовыми ресурсами.

*Трудоспособное население* — это совокупность лиц, преимущественно в рабочем (трудоспособном) возрасте, способных по своим психофизическим данным к участию в трудовом процессе. В любом обществе трудоспособное население состоит из двух групп: экономически активного и экономически неактивного населения.

*Экономически активное население* — это часть населения, занятая трудовой деятельностью, приносящей ей доход. Различают общую и профессиональную трудоспособность.

*Общая трудоспособность* предполагает наличие у человека физических, психофизических, возрастных и других данных, определяющих способность к труду, не требующему специальной подготовки, т. е. способность к неквалифицированному труду.

*Профессиональная трудоспособность* — это способность к конкретному виду труда, требующему специального обучения, т. е. способность к квалифицированному труду. Важными аспектами качественного состава трудовых ресурсов являются образовательный уровень и профессиональное мастерство. Особую роль в проблеме трудовых ресурсов играет изменение естественного движения населения, смертности и рождаемости. Также важное место в характеристике трудовых ресурсов занимает соотношение населения по полу.

*Рынок труда.* Важнейшая сфера экономики, рынок труда, по своим основным принципам функционирования представляет собой рынок особого рода. Он в значительной мере зависит от рынка капиталов, средств производства, потребительских товаров и др. Регуляторами на рынке труда, помимо макро- и микроэкономических факторов, служат еще и факторы социально-психологические.

В условиях регулируемой рыночной экономики рынок труда включает следующие элементы и системы:

- ✚ правовую базу, отражающую основные принципы государственной политики в области оплаты труда, трудовых и социально-трудовых отношений;

- ✚ государственную систему занятости и сокращения безработицы;

- ✚ систему подготовки кадров;

- ✚ систему найма;

- ✚ контрактную систему;

- ✚ систему переподготовки и переквалификации кадров;

- ✚ биржи труда;

- ✚ фонд занятости.

На рынке труда спрос и предложение противостоят друг другу.

В ходе этого противостояния происходят:

- ✚ оценка рабочей силы;

- ✚ определение условий ее найма, включающих заработную плату, условия труда;

- ✚ оценка возможности получения образования;

- ✚ изучение возможности профессионального роста;

- ✚ рассмотрение гарантий занятости;

✚ изучение миграции рабочей силы, а также потребностей человека в области трудовых отношений и связанных с ними сфер.

В условиях рынка сложно и практически невозможно достичь баланса спроса и предложения рабочей силы. В большинстве случаев имеют место избыток рабочей силы и недостаток рабочих мест, нужных для рациональной структуры занятости. Задача государственной важности, цель управления трудовыми ресурсами — стремление к сбалансированности числа рабочих мест и рабочей силы.

## 5.2 ПЕРСОНАЛ ПРЕДПРИЯТИЯ И ЕГО СТРУКТУРА

Персонал предприятия - это совокупность работников различных профессионально-квалификационных групп, занятых на предприятии и входящих в его списочный состав. В списочный состав включаются все работники, принятые на работу, связанную как с основной, так и неосновной деятельностью предприятия.

Для характеристики трудового потенциала фирмы в экономической литературе и хозяйственной практике наряду с категорией «персонал» используются и такие понятия, как кадры, рабочая сила, трудовые ресурсы, человеческие ресурсы.

Под рабочей силой понимается совокупность физических и умственных способностей человека, которые используются им для производства материальных благ и услуг. Понятие трудовые ресурсы фирмы характеризует ее потенциальную рабочую силу как часть трудовых ресурсов страны, персонал – весь личный состав работающих по найму, постоянных, временных, квалифицированных и неквалифицированных работников. Под кадрами фирмы понимается основной квалифицированный состав работников предприятия.

Человеческие ресурсы фирмы является главным ресурсом каждого предприятия, от качества и эффективности использования которого во многом зависят результаты деятельности предприятия и его конкурентоспособность. Человеческие ресурсы приводят в движение материально-вещественные элементы производства, создают продукт, стоимость и прибавочный продукт в форме прибыли.

Термин «персонал» объединяет составные части трудового коллектива предприятия.

Рабочие, или производственный персонал, осуществляют трудовую деятельность в материальном производстве с преобладающей долей физического труда. Они обеспечивают выпуск продукции, ее обмен, сбыт и сервисное обслуживание. Производственный персонал можно подразделить на две составные части:

- основной персонал: рабочие, преимущественно занятые в сборочных цехах предприятия;
- вспомогательный персонал: рабочие, преимущественно занятые в заготовительных и обслуживающих цехах предприятия.

Результатом труда производственного персонала является продукция в вещественной форме (здания, автомобили, телевизоры, сотовые телефоны, одежда).

*Руководители* организаций и структурных подразделений принимают решения по важнейшим вопросам деятельности аппарата управления. В круг их должностных обязанностей входит подбор и расстановка кадров, координация работы исполнителей, производственных звеньев и подразделений управления. Основная их задача - обеспечение эффективного труда производственного коллектива.

Специфика труда руководителя состоит в том, что производственные, экономические, технические и социальные задачи он решает преимущественно в организационном аспекте, воздействуя на работников, которые должны непосредственно решать эти задачи, т.е., специалистов.

*Специалисты* призваны выполнять функции подготовки и разработки альтернативных вариантов разрабатываемых управленческих решений. Специалисты обеспечивают обработку и анализ информации, характеризующей состояние производственного процесса в заданный интервал или момент времени. На основе аналитических данных они обеспечивают разработку вариантов решения отдельных функциональных вопросов производственного или управленческого характера, т.е., специалисты не выполняют организационных или управленческих функций, в отличие от руководителей.

Различают квалификацию работы и квалификацию работника. В первом случае — это характеристика данного вида работы, устанавливаемая по степени ее сложности, точности и ответственности. Обычно определяется разрядом в соответствии с тарифно-квалификационным справочником. Имеет важное значение для установления тарифных ставок рабочим и должностных окладов служащим. Квалификация работника — это степень и вид профессиональной обученности, необходимые для выполнения конкретного вида работы. Устанавливается в виде разряда или категории (например, инженер по труду 1 категории, ведущий инженер и т.д.).

*Численность работников* является важнейшим количественным показателем, характеризующим состояние и движение трудовых ресурсов предприятия. Численность измеряется такими показателями, как списочная, явочная и среднесписочная численность работников.

*Списочная численность* работников предприятия — это показатель численности работников списочного состава на определенное число или дату. Этот показатель учитывает численность всех работников предприятия, принятых на постоянную, сезонную и временную работу в соответствии с заключенными трудовыми договорами (контрактами).

*Явочный состав* характеризует число работников списочного состава, явившихся на работу в данный день, включая находящиеся в командировках. Это необходимая численность рабочих для выполнения производственного сменного задания по выпуску продукции.

Разница между явочным и списочным составом характеризует количество целодневных простоев (отпуска, командировки, болезни и т.д.).

Для определения численности работников за определенный период используется показатель среднесписочной численности. Он применяется для исчисления производительности труда, средней заработной платы и др. Среднесписочная численность работников за месяц определяется путем суммирования численности работников списочного состава за каждый календарный день месяца и деления полученной суммы на число календарных дней месяца.

*Среднесписочная численность* — численность работников в среднем за определенный период (месяц, квартал, с начала года, за год). Среднесписочная численность работников за месяц определяется путем суммирования численности работников списочного состава за каждый календарный день месяца, включая праздничные и выходные дни, и деления полученной суммы на число календарных дней месяца. Состояние кадров и персонала предприятия не является постоянной величиной, меняется в соответствии с изменениями условий хозяйствования.

Качественная характеристика персонала фирмы определяется степенью профессиональной и квалификационной пригодности ее работников для достижения целей фирмы и производства работ. Основным круг параметров, определяющих качество труда: экономические (сложность труда, квалификация работника, отраслевая принадлежность, условия труда и др.), личностные (дисциплинированность, наличие навыков, добросовестность, оперативность, творческая активность), организационно-технические (привлекательность труда, его техническое оснащение, уровень организации производства).

Структурная характеристика персонала фирмы определяется составом и количественным соотношением отдельных категорий и групп работников предприятия.

Непромышленный и промышленный производственный персонал.

Кадры предприятия, непосредственно связанные с процессом производства продукции, т.е. занятые основной производственной деятельностью, представляет собой промышленно-производственный персонал (ППП). Работники ППП подразделяется на две основные группы – рабочие и служащие. К рабочим относятся лица, непосредственно занятые созданием материальных ценностей. В группе служащих обычно выделяются такие категории работающих, как руководители, специалисты и служащие.

Изменение состава и структуры трудовых ресурсов предприятия характеризуется показателями движения трудовых ресурсов: коэффициента оборота по выбытию; коэффициента оборота по приему; коэффициента стабильности; коэффициента текучести кадров.

*Коэффициент оборота по выбытию* определяется отношением количества работников, уволенных по всем причинам за отчетный период к среднесписочной численности работников за тот же период:

$$K_{ов} = Ч_{ув} / Ч, \quad (44)$$

где,  $K_{ов}$  – коэффициент оборота по выбытию;

$Ч_{ув}$  – численность уволенных работников (по всем причинам);

Ч – среднесписочная численность работников.

*Коэффициент оборота по приему* определяется отношением количества работников, принятых на работу за отчетный период к среднесписочной численности работников за тот же период:

$$K_{оп} = Ч_{п.}/Ч, \quad (45)$$

где:  $K_{оп}$  – коэффициент оборота по приему;

$Ч_{п.}$  – численность принятых работников.

*Коэффициент стабильности кадров* используется для оценки уровня организации управления производством как на предприятии в целом, так и в отдельных подразделениях:

$$K_{ск} = 1 - Ч_{ув}^*/Ч^* + Ч_{п} \quad (46)$$

где,  $K_{ск}$  – коэффициент стабильности кадров.

$Ч_{ув}^*$  – численность работников, уволившихся с предприятия по собственному желанию и уволенных за нарушения трудовой дисциплины;  
 $Ч^*$  — среднесписочная численность работников данного предприятия в период, предшествующий отчетному.

*Коэффициент текучести кадров* определяется делением численности работников предприятия (цеха, участка), выбывших или уволенных за данный период  $Ч_{ув}$ , на среднесписочную численность за тот же период:  
 $K_{тк} = Ч_{ув}/Ч_{п}$

### 5.3 Нормирование рабочего времени и численности работников

Необходимым условием правильной организации труда на предприятии является нормирование труда каждого работника, т.е. установление обоснованных норм труда.

*Нормирование труда* — определение максимально допустимого количества времени для выполнения конкретной работы или операции в условиях данного производства (минимально допустимого количества продукции, изготавливаемой в единицу времени - час, смену). Различают опытно-статистический и аналитический методы нормирования труда.

*Опытно-статистический метод* только фиксирует сложившееся положение на предприятии в предыдущий плановый период и рассматривает его как базу сравнения для нового периода.

*Аналитический метод* предусматривает проведение ряда операций:

- исследование трудового процесса, расчлененного на составные элементы;
- изучение всех факторов, влияющих на затраты труда;
- проектирование более совершенного состава операции и методов ее выполнения;
- разработку мероприятий, улучшающих обслуживание рабочего места;

- расчет времени на выполнение работы;
- внедрение нормы в производство.

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

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

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

*Фотография рабочего дня* — это метод изучения рабочего времени путем наблюдения и замеров его длительности в течение всего или части рабочего дня, а именно: времени обслуживания рабочего места, подготовительно-заключительного времени и времени перерывов в работе. Данные фотографии рабочего дня используются для устранения потерь и непроизводительных затрат времени, изучения работы передовиков производства, определения норм обслуживания оборудования, нормирования времени на обслуживание рабочего места и выполнение подготовительно-заключительных работ, времени отдыха, а в мелкосерийном и единичном производствах — нормирования оперативного времени, главным образом на маломеханизированных работах.

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

Различают фотографию рабочего дня: *стационарную, маршрутную, рабочего-многостаночника*.

Этапы фотографии рабочего дня:

- подготовка к наблюдению — ознакомление с работником и его рабочим местом, характером и условиями выполнения работы;
- определение элементов работы, подлежащих фиксации;
- наблюдение — наблюдение за всеми затратами рабочего времени; запись цифровым или графическим методом моментов окончания каждого элемента работы;
- отметка перекрывааемых элементов работы;

-анализ данных наблюдения — определение длительности отдельных затрат и индексация; группировка затрат рабочего времени; составление фактического баланса рабочего времени; анализ затрат рабочего времени по категориям персонала;

-мероприятия, выводы — разработка мероприятий по улучшению использования рабочего времени; проектирование нормативного баланса рабочего времени; определение возможного роста производительности труда.

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

В состав нормы времени на единицу продукции или работы при ручных, машинно-ручных и машинных работах включаются следующие элементы затрат: основное время; вспомогательное время; время обслуживания рабочего места; подготовительно-заключительное время; время на отдых и личные надобности; время неустраимых перерывов, предусмотренных технологией и организацией производственного процесса.

Определение потребности в персонале на предприятии ведется отдельно по группам промышленно-производственного и непромышленного персонала. Исходными данными для определения численности работников являются: производственная программа; нормы времени, выработки и обслуживания; номинальный (реальный) бюджет рабочего времени за год; мероприятия по сокращению затрат труда и т.д. Основными методами расчета количественной потребности в персонале являются расчеты по трудоемкости производственной программы; нормам выработки; нормам обслуживания; рабочим местам.

## 5.4 Производительность труда

Деятельность организации можно рассматривать как систему, для которой определяются цели и условия функционирования через взаимосвязь основных элементов: ресурсов, производственного процесса и готовой продукции.

На рисунке 6.1 производительность показана с точки зрения системного подхода. Здесь видно, что на производительность влияют многочисленные факторы, действующие как во внешней среде, так и в процессе преобразований в системе. Поскольку все эти факторы влияют друг на друга, то можно сказать, что ясных, абсолютных путей к повышению производительности не существует. Многие попытки повышения производительности провалились именно потому, что руководители не предвидели возможных результатов предпринятых ими усилий.



Рисунок 5.5 -Процесс переработки ресурсов

Входом в систему являются материально-вещественные потоки ресурсов (средств и предметов) и потоки трудовых ресурсов, выходом – материально-вещественные потоки готовой продукции.

Целью бизнес-процессов является достижение высокого результата по отношению к затратам, что и составляет концептуальную сущность производительности.

Для анализа производительности, выявления путей ее повышения нужно, следовательно, рассматривать те факторы, которые влияют на производительность, обеспечивают ее более высокий уровень.

Производительность – основной показатель бизнес – процессов, и является основным источником экономического роста, поэтому ее повышение путем эффективного использования всех имеющихся ресурсов является лучшей и основной стратегией развития организации.

Производительность – это отношение между продукцией, произведенной системой, и затратами на производство этой продукции. В систему вводятся затраты в форме труда (человеческие ресурсы), капитала (физические и финансовые активы), энергия, материалы и информация. Эти ресурсы преобразуются в продукцию. Производительность – это отношение количества продукции, произведенной данной системой за данный период времени, к количеству ресурсов, потребленных для создания или производства этой продукции за этот же период. Она отражает эффективное использование ресурсов (труда капитала, материалов, энергии, информации).

$$\text{Производительность} = \frac{\text{Реализованная продукция}}{\text{Затраты на производство}} \quad (45)$$

Иногда для определения производительности удобно использовать время, затраченное на получение результатов

$$\text{Производительность} = \text{Кол-во продукции} / \text{Количество часов} \quad (46)$$

*Критерий производительности используется на многих уровнях.* Показатели производительности могут также использоваться для оценки работы отрасли промышленности или производительности страны в целом. Такие показатели производительности объединяют показатели различных компаний или отраслей промышленности.

Производительность-это единственный источник реального экономического роста и прогресса. Чтобы, по крайней мере, сохранить уровень жизни в условиях растущей конкуренции на мировом рынке, страна должна поддерживать конкурентоспособный уровень производительности в ключевых отраслях. А чтобы обеспечить такой уровень, отрасли и фирмы страны должны действительно и экономично функционировать; сохранять высокое качество продукции; вводить новые продукты и технологии; гарантировать должные условия труда и, конечно, поддерживать прибыльность на приемлемом уровне. Экономические успехи страны зависят от эффективности функционирования ее основных отраслей и организаций, входящих в эти отрасли.

Для производственного отдела или предприятия, показатели производительности служат для отслеживания количества работы за единицу времени. Это позволяет руководству оценивать работу и определять, где требуются усовершенствования.

По существу, измерения производительности используется в качестве показателя, характеризующего эффективность использования ресурсов.

Расчет производительности может быть вычислен для отдельного предприятия и даже целой страны.

Расчет производительности может базироваться на одном виде затрат (неполная производительность), на нескольких видах затрат (мультифакторная производительность), или на общей величине затрат на производство (общая производительность). Выбор способа расчета производительности зависит в основном от цели такого расчета.

Если цель – проследить повышение производительности труда, тогда естественно, единицей измерения затрат станут затраты труда.

Таблица 5.1 -Показатели производительности

Неполная производительность	Выпуск продукции Труд	Выпуск продукции Машины и оборудование	Выпуск продукции Капитал
Мультифакторная производительность	Выпуск продукции труд + машины и оборуд		Выпуск продукции труд + капитал + энергия

Общая производи- тельность	Выпуск продукции
	Все вложения, используемые для их производства

Факторы, влияющие на производительность: капитал, технология, методы и средства, качество, маркетинг, организация, менеджмент.

Для повышения производительности нужно учитывать и макроэкономические факторы окружающей среды, которые могут способствовать или препятствовать повышению производительности. Сюда относятся правительственная политика, экономическая и социальная стратегия и направления их осуществления, деловой цикл и международная конкуренция, окружающая природная среда, географические и климатические особенности, демографические структурные и социальные изменения.

Особенности внешней среды прямого воздействия, такие, как акционеры, конкуренты, поставщики, потребители и др. в некоторой степени могут учитываться и регулироваться организацией.

Эффективность использования человеческих ресурсов фирмы характеризует производительность труда, которая определяется количеством продукции, произведенной в единицу рабочего времени или затратами труда на единицу произведенной продукции или выполненной работы. Основными показателями производительности труда на уровне предприятия являются показатели выработки (В) и трудоемкости (Тр) продукции.

Выработка измеряется количеством продукции, произведенной в единицу рабочего времени или приходящейся на одного среднесписочного работника или рабочего в год (квартал, месяц). Это наиболее распространенный и универсальный показатель производительности труда.

Различают три метода определения выработки: натуральный, стоимостный (денежный) и трудовой.

Выработка в натуральном или стоимостном выражении определяется по формуле:

$$\text{Выработка} = \frac{\text{Объем произведенной продукции}}{\text{Среднесписочная численность работников (или рабочих)}} \quad (47)$$

Наиболее наглядно и объективно характеризует производительность труда показатель выработки в натуральном выражении – в тоннах, метрах, штуках и других натуральных показателях. Достоинство этого метода заключается в том, что он дает более точный и объективный результат о производительности труда. Недостаток этого метода заключается в том, что он может быть применен только на тех предприятиях, которые выпускают однородную продукцию. Кроме того, исчисленная по этому методу выработка не позволяет сравнивать производительность труда предприятий различных отраслей промышленности.

Наибольшее распространение получил стоимостный метод определения выработки.

Показатели выработки зависят не только от метода измерения объема производства, но и от единицы измерения рабочего времени. Выработка может быть определена на один отработанный человеко-час (часовая выработка), на один отработанный человеко-день (дневная выработка) или на одного среднесписочного работника в год, квартал или месяц (годовая, квартальная или месячная выработка).

Трудовой метод определения выработки называют еще методом нормированного рабочего времени. Выработка при этом определяется в нормо-часах. Данный метод применяется преимущественно на отдельных рабочих местах, в бригадах, на участках, а также в цехах при выпуске разнородной и не завершенной производством продукции.

Преимущество показателя трудоемкости состоит в том, что он позволяет судить об эффективности затрат живого труда на разных стадиях изготовления конкретного вида продукции не только по предприятию в целом, но и в цехе, на участке, рабочем месте, т. е. проникнуть в глубину выполнения того или иного вида работ, чего нельзя сделать с помощью показателя выработки, исчисленного в стоимостном выражении.

Трудовой метод позволяет планировать и учитывать производительность труда на всех стадиях производственного процесса, увязывать и сопоставлять трудозатраты отдельных участков (цехов) и рабочих мест с показателями производительности труда в целом по предприятию, а также уровни трудовых затрат на разных предприятиях при производстве одинаковой продукции.

Трудоемкость – это затраты рабочего времени на производство единицы продукции, измеряемая в человеко-часах:

$$Tn = \frac{\text{Количество отработанного времени}}{\text{Объем произведенной продукции}} \quad (48)$$

Рост производительности труда - главный фактор повышения эффективности бизнеса. Производительность труда-показатель плодотворности целесообразной деятельности людей. Законы экономики труда любого общества с частной собственностью на средства производства, утверждают, что эффективность применения наемного труда зависит от его производительности.

Величина предпринимательского дохода зависит от удельной величины инвестиций в персонал на единицу конечной бизнес - продукции (то есть зарплатоемкости конечной продукции) и от затрат живого труда на единицу конечной бизнес - продукции (то есть трудоемкости конечной продукции).

При планировании производительности труда на предприятии могут быть использованы различные методы. Наиболее распространенным из них является метод планирования производительности труда по факторам. При этом методе расчет производится путем определения экономии рабочего времени или численности работающих по всем факторам роста производительности труда в соответствии с их типовой классификацией.

Экономия затрат по каждому фактору определяется сопоставлением затрат труда (численности работающих) на плановый объем продукции при старых (базовых) и новых (плановых) условиях производства.

После расчета экономии устанавливается плановая численность и определяется рост производительности труда на предприятии.

Для оценки потенциала предприятия необходимо, помимо анализа бизнес-процессов, уметь анализировать и оценивать относительно самостоятельные подсистемы, такие, как материально-техническая, кадровая, организационная, управления, сбыт и реализация, инвестиционно-финансовая.

Для обоснованных решений менеджерам необходима информация о ходе бизнес-процесса в их организации, выраженном в количественных показателях и оценках, а для этого необходимо уметь производить измерение показателей, используя их в последующем анализе производительности.

При измерении производительности различают:

- 1) статические коэффициенты – отношение измерителя продукции к измерителю затрат за фиксированный промежуток времени (месяц, квартал, год);
- 2) динамические коэффициенты – отношения статических коэффициентов за сравниваемые промежутки времени.

Динамические показатели отражают, таким образом, изменение производительности во времени.

Также различают следующие типы измерителей производительности:

- частные факторные – показывают изменение производительности по какому-то одному из факторов;
- многофакторные – изменение по нескольким факторам;
- совокупные факторные – измерение идет по всем видам затрат.

Таким образом, измерение производительности – отбор измерителей для затрат и продукции, установление отношений измерителя продукции к измерителю затрат.

Производительность труда может быть выражена в абсолютном значении в виде показателя уровня производительности труда и в относительном – в виде процента роста ее к предыдущему периоду.

Рассмотрим три основных этапа формирования главных показателей экономики труда: производительность труда, трудоемкость и зарплатоемкость продукции.

1. Первый этап - терминологическая ясность данной группы показателей для взаимопонимания линейных и функциональных менеджеров на всех иерархических уровнях производственных отношений.

2. Второй этап - создание механизма измерения показателя производительности труда, на трех уровнях:

- ✚ рабочее место;
- ✚ структурное подразделение;
- ✚ компания в целом.

3. Третий этап - формирование комплексной системы управления повышением производительности труда.

*Первый этап.* Производительность труда включает экстенсивную и интенсивную составляющую. Пример: на производство продукции (услуги) затрачивается рабочее время, то есть экстенсивная величина. Но единица времени очень условный показатель, так как в эту "единицу" может быть затрачено разное количество "жизненной энергии", то есть разная интенсивность. Однако известно, что интенсивность труда может возрастать, увеличивая выработку, а производительность труда, при этом, расти не будет. Если условно допустить, что интенсивность неизменна, то объектом анализа становится трудоемкость продукции. Чем ниже трудоемкость продукции, тем больше продукции можно выработать в единицу времени. Тогда показатель роста производительности труда, выраженный трудоемкостью продукции, может служить универсальным и надежным измерителем эффективности управления персоналом.

Экономическая цель повышения производительности труда - нахождение конкретных путей роста производительности труда, за счет снижения трудоемкости работ. Практика повышения производительности труда имеет три варианта постановки стратегии управления персоналом:

Первый, наиболее распространенный вариант - увеличить выпуск продукции за конкретное время. При этом численность персонала остается прежней, либо темпы роста численности, должны быть ниже темпов роста объемных показателей.

*Второй, менее распространенный в бизнесе вариант* - выпуск продукции оставить на прежнем уровне, при сокращении численности персонала. В этом варианте уменьшаются затраты труда, измеряемого рабочим временем, на выпуск определенного количества продукции.

*Третий, совсем не распространенный вариант*, можно сказать вариант будущего - выпуск продукции уменьшить (по требованию рынка), а численность сократить. При этом процент сокращения численности должен превышать процент снижения выпуска продукции.

Алгоритм решения задач, в каждом из вариантов - нахождение конкретных путей роста производительности труда, за счет снижения трудоемкости работ. Социальная цель - выражается в росте прибыли или маржинального дохода, инвестируемого частично в компенсационный пакет персонала.

Резерв роста производительности труда - это положительная разница между фактическими и нормативными затратами труда. Реализация резервов происходит в результате внедрения мероприятий по совершенствованию технического, организационного и социального уровней Компании. Внедрение мероприятий невозможно без затрат материальных, финансовых и трудовых ресурсов. Следовательно, возможности Компании в реализации резервов ограничены величиной этих ресурсов.

*Второй этап.* Приступая к рассмотрению второго этапа, а именно механизма измерения уровня производительности труда, определимся с методами измерения. Производительность труда измеряется в тех же единицах, что и конечная продукция. В свою очередь, продукция компаний, независимо от видов бизнеса, может измеряться в трех видах:

- в натуральных показателях (шт., тоннах, метрах);

- в стоимостном (денежном) исчислении;
- в единицах затраченного труда (нормо-часах, человеко - часах).

Наиболее простой и достоверный метод. Его применение обусловлено выпуском однородной продукции (монопроизводством). Дополнительной трудностью может являться учет изменений объемов незавершенного производства. Может найти широкое применение на уровне рабочего места и подразделения. На уровне Компании, его применение ограничено.

Условно-натуральный - разновидность первого метода. Монопроизводство группы однородной продукции (нефтепродукты, металлургия, продукты питания и пр.)

Эффективность применения ограничена видами бизнеса, специализирующимися на реализации продукции одного назначения, но различающейся по каким-либо признакам.

*Стоимостной метод.* Конечная продукция измеряется в денежном эквиваленте. Наиболее распространенный и доступный метод. Этот метод универсален для всех видов бизнеса.

*Трудовой метод.* Объем выработанной продукции измеряется в неизменных нормо-часах. Метод возможно использовать только при хорошо отлаженной нормативной базе.

Таким образом, какой бы метод не избрала компания, уровень производительности труда измеряется двумя путями:

Во-первых, с помощью выработки продукции, которая определяется как частное дроби, в числителе которой объем продукции, в знаменателе - среднесписочная численность.

Во-вторых, с помощью трудоемкости продукции, которая рассчитывается как частное дроби, в числителе которой объем фактических трудовых затрат коллектива, в знаменателе - объем продукции за данный период. Этот показатель всегда имел и имеет широкое распространение в развитых странах.

*Третий этап.* Измерение абсолютного уровня производительности труда, это лишь первый шаг. Более сложная и трудоемкая работа заключается в оценке динамики изменения уровня производительности труда и выявлении факторов и условий, влияющих на рост показателя. Алгоритм решения задач, в каждом из вариантов - нахождение конкретных путей роста производительности труда, за счет снижения трудоемкости работ.

Производительность – наиболее важная характеристика, сравнительно показывающая, насколько эффективно работает организация или предприятие: как она использует ресурсы, какова система ее управления, насколько целесообразна ее организационная структура, какова квалификация ее работников и их мотивация к труду, какие технологии и методы работы она использует, как организовано ее взаимодействие, в том числе информационное, и многое другое.

Вместе все это как бы определяет возможности, потенциал организации и ее затраты на свою деятельность. Производительность на всех уровнях организации является критически важным фактором для того, чтобы организация могла выжить и добиться успехов в условиях конкуренции. Потенциальный потре-

битель, у которого есть свобода выбора, естественно предпочтет продукцию более производительной организации просто потому, что она имеет более высокую ценность. Большой объем продаж дает более производительной организации больше денег для того, чтобы вложить их в ресурсы, лучшее оборудование, лучшие заводы, лучшую технологию, что может способствовать в дальнейшем повышению производительности.

С точки зрения зарубежных ученых на производительность влияют следующие составляющие:

- информация: обо всем, что относится к людям, средствам, методам и мероприятиям по сбору, хранению, обработке и распределению данных для удовлетворения потребностей организаций при участии во внешних связях;
- материальное снабжение: мероприятия, связанные с участием в товарном потоке от поставщика до организации и от организации к покупателю;
- возможности маркетинга: мероприятия, ускоряющие путь продукции и услуг от производителя к потребителю (реклама, распределение, торговля, планирование и т. д.);
- управление людскими ресурсами: система правил, мер, процедур, связанная с персоналом организации.

Управление производительностью представляет собой процесс стратегического и оперативного планирования, контроля, реализации и коррекции плана повышения производительности через вмешательство в процессы преобразования, труда или принятия решений.

Процесс управления производительностью включает следующие этапы:

- + измерение и оценка производительности; контроль и планирование повышения производительности на основе информации, полученной в процессе измерения и оценки;
- + реализация процесса повышения производительности;
- + измерение и оценка результатов повышения производительности.

## 5.5 Факторы, влияющие на производительность труда

Для анализа производительности, выявления путей ее повышения нужно рассмотреть те факторы, которые влияют на производительность, обеспечивая ее более высокий уровень.

Знание факторов, умение определять их влияние на эффективность позволяют воздействовать на уровень принятых показателей посредством управления факторами, создать программу и механизм поиска резервов.

Исходя из задач анализа бизнес-процессов важное значение имеет классификация факторов на внутренние и внешние.

Внутренними основными факторами являются факторы, определяющие результаты работы организации;

Внешние факторы- это те, которые не зависят от деятельности предприятий как объектов, но количественно определяют уровень использования производственных и финансовых ресурсов данного предприятия.

На производительность влияют следующие факторы:

- ✚ капитал;
- ✚ технология
- ✚ методы и средства
- ✚ качество
- ✚ людские ресурсы
- ✚ разработка продукции
- ✚ маркетинг
- ✚ организация
- ✚ менеджмент

Немаловажную роль для производительности играют макроэкономические факторы окружающей среды. На бизнес-процессы организации влияют факторы внешней среды косвенного воздействия и факторы внешней среды прямого воздействия.

К факторам внешней среды косвенного воздействия относятся:

- ✚ правительственная политика
- ✚ экономическая и социальная стратегия и направление их осуществления;
- ✚ деловой цикл и международная конкуренция;
- ✚ окружающая природная среда;
- ✚ географические и климатические особенности;
- ✚ демографические;
- ✚ структурные и социальные изменения.

К факторам внешней среды прямого воздействия относятся:

- ✚ акционеры;
- ✚ конкуренты;
- ✚ торговые предприятия;
- ✚ правительственные органы;
- ✚ поставщики;
- ✚ потребители;
- ✚ общественные организации;
- ✚ местные органы;
- ✚ цели среды.

Политические, правовые и законодательные внешние факторы тесно переплетены между собой, т.к. законодательство регламентирует практические бизнес-процессы, правовые решения принимаются судебными органами. Законодательство и регуляционно-правовые акты отражают существующую политическую обстановку, следовательно, они обладают потенциалом для оказания влияния на принятие решений.

Экономические и конкурентные факторы влияют как на решения и действия работников предприятий, так и на решения и действия покупателей.

Правительство законодательным путем осуществляет контроль за деятельностью существующих монополий и слияниями с целью сведения к минимуму негативного их влияния на интересы потребителей. Это социальный фактор.

Социальные тенденции - факторы являются долгосрочными, так как социальные изменения должны достаточно четко проявиться, чтобы предоставить возможность для динамичных бизнес-процессов.

В анализ преимуществ (П) и недостатков (Н) фирмы, а также возможностей (В) и угроз (У) – отсюда название ПНВУ – входят следующие факторы: тенденции показателей фирмы, ресурсы, возможности оценки влияния преимуществ и недостатков фирмы в соответствии с возможностями и угрозами.

Основными внутренними факторами являются цели, задачи, организация, технология и кадры, финансовые ресурсы, структура затрат труда, материалов, энергии; структура организации и управления; инвестиции; персонал, его специальные и технологические навыки.

По степени устойчивости (сопротивлению изменениям) внутренние факторы классифицируются на объектные и системные.

К объектным факторам повышения производительности относятся:

- а) сам продукт (его функциональность, дизайн, качество);
- б) производство;
- в) технология;
- г) оборудование;
- д) материалы;
- е) энергия.

Объектные факторы повышения производительности связаны как с самим продуктом, его потребительной стоимостью, так и с производительностью оборудования, устранением «узких мест» в производстве, технологическими нововведениями, мероприятиями, направленными на уменьшение потребления материалов и энергоресурсов, управление материальными запасами и развитие системы снабжения сырьем, материалами и комплектующими.

К системным факторам относятся:

- + персонал;
- + организация;
- + уровнево - иерархическая структура;
- + система и стиль управления.

Системные факторы, как правило, многоаспектны. Так, основной системный фактор – персонал требует внимания в двух аспектах: мотивация и удовлетворенность работой.

Факторы организации связаны с гибкостью в принятии решений, динамичностью в развитии и т.д.

Факторы управления играют особую роль в увеличении производительности, т.к. именно на них возлагается ответственность за эффективное использование всех ресурсов в организации.

Основные факторы, влияющие на повышение производительности бизнес-процессов, могут быть сгруппированы по их уровню:

- + мегаэкономические (мировая система, система взаимоотношений между странами и блоками);
- + макроэкономические (характер среды, система регулирования);
- + мезоэкономические (отрасль, регион, система формирования производственно-финансовых комплексов);
- + микроэкономические (организация, фирмы, взаимоотношения между ними, внутри них);

✚ наноэкономические (физические лица – работники организаций, потребители, особенности их экономического поведения).

Доминантными в поведении и развитии организаций с позиций повышения производительности, являются микроэкономические и, особенно, наноэкономические факторы, обобщенно формирующие «экономику физических лиц».

Для расчета роста производительности труда на предприятии принята следующая классификация факторов ее роста:

1. Технический прогресс, включающий механизацию и автоматизацию производственных процессов и внедрение передовой технологии на базе нового оборудования и на действующем оборудовании; модернизацию действующего оборудования; изменение конструкции изделий, качества сырья, применение новых видов материалов и топлива; повышение качества продукции.

2. Улучшение организации производства, труда и управления, в том числе: увеличение норм и зон обслуживания; изменение специализации производства; совершенствование управления производством (укрупнение цехов, переход на бесцеховую структуру и т. п); сокращение потерь рабочего времени; снижение брака и отклонений от нормативных условий работы.

3. Влияние природных условий: залегание угля, нефти, торфа, железной руды и другого минерального сырья; содержание полезного компонента в рудах; изменение глубины разработки и др.

4. Изменение объема производства и относительное уменьшение численности ППП (рабочих, руководителей, специалистов и служащих).

5. Изменение структуры производства и прочие факторы, в том числе: изменение удельного веса полуфабрикатов и кооперированных поставок; изменение доли продукции разной трудоемкости; изменение доли различных методов производства, способов добычи полезных ископаемых; изменение доли вновь осваиваемой продукции.

В практической работе все факторы находятся в тесном взаимодействии. Однако аналитическая и исследовательская работа строится на вычленении каждого фактора в отдельности, то есть определении степени влияния фактора на уровень и динамику производительности труда. Кроме перечисленных факторов, в некоторых случаях, необходимо учитывать объективные условия, в которых эти факторы работают. Например, природно-климатические условия, изменение политической ситуации, форс-мажорные обстоятельства на финансовом рынке и прочее. Знание модели зависимости уровня производительности труда, от того или иного фактора, позволяет не только вскрыть резервы развития, но и привязать их к ресурсной составляющей на конкретный период времени.

## **КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ**

1. Что такое воспроизводство трудовых ресурсов?
2. Назовите источники формирования трудовых ресурсов.
3. Что такое трудоспособное население и оно из каких групп состоит?

4. С помощью каких показателей характеризуется изменение состава и структуры трудовых ресурсов предприятия?
5. Какими методами осуществляется нормирование труда?
6. Как определяется структурная характеристика персонала предприятия и что она характеризует?
7. Для каких целей определяется среднесписочная численность работников предприятия?
8. Что такое производительность труда, и она, какими показателями определяется?
9. Назовите стратегии управления персоналом для повышения производительности труда
10. Какие факторы влияют на производительность труда?

## ГЛАВА 6 ОПЛАТА ТРУДА РАБОТНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТЕПРИИМСТВА

### 6.1 Сущность, структура и функции оплаты труда

*Заработная плата* – это основная часть средств, направляемых на потребление, представляющая собой долю дохода (чистую продукцию), зависящую от конечных результатов работы коллектива и распределяющуюся между работниками в соответствии с количеством и качеством затраченного труда, реальным трудовым вкладом каждого и размером вложенного капитала.

В Трудовом кодексе Республики Казахстан даны следующие определения понятий «заработная плата» и «оплата труда».

«*Заработная плата* – вознаграждение за труд в зависимости от квалификации работника, сложности, количества, качества и условий выполняемой работы, а также выплаты компенсационного и стимулирующего характера».

«*Оплата труда работников* – это система отношений, связанных с обеспечением работодателем обязательной выплаты работнику вознаграждения за его труд в соответствии с настоящим кодексом и иными нормативными правовыми актами Республики Казахстан, а также соглашениями, трудовым, коллективным договорами и актами работодателя». Можно сказать и так, что заработная плата – это часть издержек на производство и реализацию продукции, идущая на оплату труда работников предприятия.

В экономической теории существует две основных концепции определения природы заработной платы:

а) заработная плата есть цена труда. Ее величина и динамика формируются под воздействием рыночных факторов и в первую очередь спроса и предложения;

б) заработная плата – это денежное выражение стоимости товара «рабочая сила» или «превращенная форма стоимости товара рабочая сила». Ее величина определяется условиями производства и рыночными факторами – спросом и предложением, под влиянием которых происходит отклонение заработной платы от стоимости рабочей силы.

На рынках рабочей силы продавцами выступают работники определенной квалификации, специальности, а покупателями – предприятия, фирмы. Ценой рабочей силы является базовая гарантированная заработная плата в виде окладов, тарифов, форм сдельной и повременной оплаты. Спрос и предложение на рабочую силу дифференцируется по ее профессиональной подготовке с учетом спроса со стороны ее специфических потребителей и предложения со стороны ее обладателей, то есть формируется система рынков по отдельным ее видам.

Купля-продажа рабочей силы происходит по трудовым контрактам (договорам), которые являются главными документами, регулирующими трудовые отношения между работодателем и наемным работником.

Необходимо также различать номинальную и реальную заработную плату. Номинальная заработная плата или доход выражает общую сумму денег, полученных работником за свой затраченный труд, выполненную работу, оказанную услугу или отработанное время. Она определяется действующей ставкой заработной платы или ценой рабочей силы за единицу времени работы.

Реальная заработная плата – это количество товаров и услуг, которое можно приобрести на номинальную зарплату.

Общий уровень оплаты труда на предприятии может зависеть от следующих основных факторов:

- ✚ результатов хозяйственной деятельности предприятия, уровня его рентабельности;

- ✚ кадровой политики предприятия;

- ✚ уровня безработицы в регионе, области, среди работников соответствующих специальностей;

- ✚ влияния профсоюзов, конкурентов и государства;

- ✚ политики предприятия в области связей с общественностью.

В современных условиях, в целях стимулирования труда работников, оплата труда не является единственным источником дохода работника. Общий доход работника включает следующие виды выплат: заработную плату по тарифным ставкам и окладам, дополнительные льготы и компенсации, стимулирующие надбавки и премии, социальные выплаты, дивиденды и др. Соотношение между этими элементами образует структуру доходов, или заработной платы, отдельных сотрудников и всей организации.

Структура заработной платы в той или иной организации определяется на основе микроэкономического анализа уровня оплаты труда работников, существующих доплат, затрат и результатов труда персонала, производительности и рентабельности труда, а также условий на региональном рынке труда, в частности, равновесия спроса и предложения на рабочую силу и т.д.

Структура доходов на предприятиях нашей страны определяется соотношением трёх основных составляющих: тарифных ставок и окладов, доплат и компенсаций, надбавок и премий. Тарифные ставки и оклады определяют величину оплаты труда в соответствии с его сложностью и ответственностью при нормальных условиях работы и соответствующих затратах рабочей силы.

Доплаты и компенсации устанавливаются как возмещение дополнительных затрат рабочей силы при существующих отклонениях условий труда. Надбавки и премии предусматриваются для стимулирования высокой творческой активности персонала, повышения качества работы, производительности труда и эффективности производства и за высокое качество продукции устанавливаются в зависимости от полученной совокупной прибыли или общего дохода предприятия к тарифной ставке.

Премии предусмотрены за качественное и своевременное выполнение производственных заданий, а также за личный творческий вклад работников в конечные результаты производства.

Социальные выплаты включают частичную или полную оплату расходов персонала по следующим видам: транспорт, медицинская помощь, отпуск и

выходные дни, питание во время работы, обучение работников, страхование жизни, загородные поездки, материальная помощь и т.д.

Заработная плата выполняет несколько функций.

Для работника заработная плата есть доход, который он получает в обмен на свой труд на предприятии предпринимателя. Естественно, что работник заинтересован в увеличении этого дохода за счет как роста цены труда на рынке труда, так и приложения больших трудовых усилий для получения большего заработка. Определенный интерес у работника имеется также и к тому, чтобы добиваться менее жестких норм трудовых затрат в процессе потребления труда под управлением и контролем работодателя, с тем чтобы при прочих равных условиях добиваться большего заработка при тех же трудовых усилиях или того же заработка при относительно меньших трудовых усилиях. Как доход заработная плата должна гарантировать воспроизводство труда, поэтому эту функцию заработной платы нередко называют *воспроизводственной*.

Воспроизводственная функция состоит в обеспечении возможности воспроизводства рабочей силы на социально-нормальном уровне потребления, т.е. в определении такого абсолютного размера ЗП, который позволяет осуществить условия нормального воспроизводства рабочей силы. Отсюда и исходное значение данной функции, ее определяющая роль по отношению к другим. Это особенно актуально в настоящее время, когда почти все вопросы оплаты труда сводятся в основном к возможности обеспечения достойного уровня жизни. В случае, когда зарплата по основному месту работы не обеспечивают работнику и членам его семьи нормальное воспроизводство, возникает проблема дополнительных заработков. Реализация их вне предприятия (фирмы) может вызвать не только позитивные, но и негативные последствия. Работа на два-три фронта чревата истощением трудового потенциала, снижением профессионализма, ухудшением трудовой и производственной дисциплины и т.д.

Для предпринимателя заработная плата всегда есть расход, и он стремится к его минимизации в расчете на единицу продукции путем как более рациональной загрузки работника в течение рабочего времени, так и более эффективной организации труда и производства, повышения его технического уровня, а также более жесткого нормирования труда. Как расход заработная плата должна гарантировать получение нужного работодателю результата, побуждая работника к определенной активности. Эту функцию заработной платы принято называть *стимулирующей*. При покупке труда работодатель также стремится достигнуть более выгодных для себя «ставок заработной платы». Поскольку в современных условиях «цена труда» стала сложным понятием, работодатель стремится минимизировать в расчете на единицу продукции все виды издержек на рабочую силу, а не только заработную плату.

Стимулирующая функция заработной платы важна с позиций руководства фирмы: нужно побуждать работника к трудовой активности, к максимальной отдаче, повышению эффективности труда. Этой цели служит установление размеров заработков в зависимости от достигнутых каждым результатов труда. Отрыв оплаты от личных трудовых усилий работников подрывает трудовую основу заработной платы, ведет к ослаблению стимулирующей функции ЗП, к превра-

щению ее в потребительскую функцию и гасит инициативу и трудовые усилия человека.

Реализация стимулирующей функции осуществляется руководством фирмы через конкретные системы оплаты труда, основанные на оценке результатов труда и связи размера фонда оплаты труда (ФОТ) с эффективностью деятельности фирмы.

Статусная функция зарплаты предполагает соответствие статуса, определяемого размером заработной платы, трудовому статусу работника. Под "статусом" подразумевается положение человека в той или иной системе социальных отношений и связей. Трудовой статус — это место данного работника по отношению к другим работникам, как по вертикали, так и по горизонтали. Отсюда размер вознаграждения за труд является одним из главных показателей этого статуса, а его сопоставление с собственными трудовыми усилиями позволяет судить о справедливости оплаты труда. Здесь требуется гласная разработка (при обязательном обсуждении с персоналом) системы критериев оплаты труда отдельных групп, категорий персонала с учетом специфики предприятия, что должно быть отражено в коллективном договоре (контрактах). Например, можно заложить распространенный РКС принцип трехступенчатости: 1) критерии экономической эффективности всего предприятия; 2) аналогичные критерии для отдельных подразделений; 3) индивидуализированные критерии, играющие большую стимулирующую роль (личный трудовой вклад, коэффициент трудового участия, "заслуги" и т.п.). Главная проблема состоит в том, чтобы найти наиболее целесообразное сочетание коллективизма в работе, необходимого для успешной деятельности фирмы, и индивидуализма в заработной плате.

Статусная функция важна, прежде всего, для самих работников, на уровне их притязаний на зарплату, которую имеют работники соответствующих профессий в других фирмах, и ориентация персонала на более высокую степень материального благополучия. Для реализации этой функции нужна еще и материальная основа, которая воплощается в соответствующей эффективности труда и деятельности фирмы в целом.

Регулирующая функция заработной платы воздействует на соотношение между спросом и предложением рабочей силы, на формирование персонала (численности работников и профессионально-квалификационного состава) и степень его занятости. Эта функция выполняет роль баланса интересов работников и работодателей. Объективной основой реализации этой функции является принцип дифференциации оплаты труда по группам работников, по приоритетности деятельности или другим основаниям (признакам), т.е. выработка определенной политики установления уровня оплаты труда различных групп (категорий) работников в конкретных условиях производства. Это является предметом регулирования трудовых отношений между социальными партнерами на взаимоприемлемых условиях и отражается в коллективном договоре.

Указанный принцип успешно может быть использован только в случае, если учитывается механизм ценообразования на рынке труда и связанное с ним поведение субъектов рыночных отношений. Специфика товара "рабочая сила" требует разграничивать понятия "цена рабочей силы" и "цена труда".

*Цена рабочей силы* — это денежное выражение ее стоимости, отражающей по сегментационным признакам уровень затрат, необходимых на воспроизводство рабочей силы с учетом спроса и предложения на рынке труда. Цена рабочей силы может быть базой для формирования политики дифференциации затрат на предприятии, а также при установлении договорных условий оплаты труда конкретного работника, нанимаемого работодателем.

*Цена труда* — это денежное выражение различных качеств труда, она позволяет соизмерять количество труда с его оплатой. Единицей измерения может быть цена часа труда, которая является производной величиной от цены рабочей силы, определяя условия оплаты труда работника по результатам его текущей деятельности в условиях действия механизма внутреннего рынка труда на предприятии. Цены на различные виды труда принимают форму расчетных тарифных ставок (должностных окладов). Устанавливая цену конкретного вида труда, предприятие регулирует оплату труда с тем, чтобы, с одной стороны, не занижить ее уровень (иначе, уйдут квалифицированные кадры), а с другой стороны, не завесить цену, чтобы продукция фирмы была конкурентоспособной не только по потребительским качествам, но и по цене товара (продукции, услуги). В противном случае может снизиться объем реализации (продаж, выручки), что отразится на спросе рабочей силы, ее занятости и т.д.

Производственно-долевая функция заработной платы определяет меру участия живого труда (через заработной платы) в образовании цены товара (продукции, услуги), его долю в совокупных издержках производства и в издержках на рабочую силу. Эта доля позволяет установить степень дешевизны (дороговизны) рабочей силы, ее конкурентоспособность на рынке труда, ибо только живой труд приводит в движение овеществленный труд (как бы он велик не был), а значит, предполагает обязательное соблюдение низших границ стоимости рабочей силы и определенные пределы повышения зарплаты. В этой функции воплощается реализация предыдущих функций через систему тарифных ставок (окладов) и сеток, доплат и надбавок, премий и т.д., порядок их исчисления и зависимость от фонда оплаты труда .

Производственно-долевая функция важна не только для работодателей, но и для работников. Некоторые системы бестарифной оплаты труда и другие системы предполагают тесную зависимость индивидуальной заработной платы от фонда оплаты труда и личного вклада работника. Внутри предприятия фонда оплаты труда отдельных подразделений может строиться на аналогичной зависимости (через коэффициент трудового вклада (КТВ) или другим способом).

На основе принципов организации и функций заработной платы создается организационная система оплаты труда на предприятии.

## **6.2 Формы и системы оплаты труда**

Предприятия самостоятельно разрабатывают и утверждают формы и системы оплаты труда, тарифные ставки и оклады на предприятиях могут использоваться в качестве ориентиров для дифференциации оплаты труда в зависимо-

сти от профессии, квалификации работников, сложности условий выполняемых ими работ.

*Система оплаты* – это определенная взаимосвязь между показателями, характеризующими меру (норму) труда и меру его оплаты в пределах и сверх норм труда, гарантирующая получение работником заработной платы в соответствии с фактически достигнутыми результатами труда (относительно нормы) и согласованной между работником и работодателем ценой его рабочей силы.

Тарифная система - это совокупность нормативов, при помощи которых осуществляется дифференциация и регулирование уровня заработной платы различных групп и категорий работников в зависимости от его сложности /1/. К числу основных нормативов, включаемых в тарифную систему и являющихся, таким образом, ее основными элементами, относятся тарифные сетки и ставки, тарифно-квалификационные справочники.

*Тарифная система* включает следующие элементы: тарифную ставку; тарифную сетку; тарифные коэффициенты и тарифно-квалификационные справочники.

*Тарифная ставка* – это размер оплаты за труд определенной сложности, произведенного в единицу времени (час, день, месяц). Тарифная ставка всегда выражается в денежной форме, и ее размер возрастает по мере увеличения разряда.

*Тарифная сетка* представляет собой совокупность квалификационных разрядов и соответствующих этим разрядам тарифных коэффициентов.

Тарифные сетки по оплате труда - это инструмент дифференциации оплаты труда в зависимости от его сложности (квалификации) /1/. Они представляют шкалу соотношений в оплате труда различных групп работников, включают количество разрядов и соответствующих им тарифных коэффициентов.

При разработке Единой тарифной сетки за основу приняты следующие принципы ее построения:

– определение исходной базы на уровне не ниже минимальной заработной платы, нарастание ставок оплаты по разрядам, обеспечивающим материальную заинтересованность работников в труде высокой квалификации.

– тарифная сетка базируется на сопоставлении сложности трудовых функций различных групп и категорий персонала, конкретных должностных обязанностей работников и их образовательного уровня.

– условия, тяжесть, напряженность труда, значимость сферы его приложения, региональные особенности, количественные и качественные параметры результатов труда должны учитываться посредством других элементов заработной платы, оп отношению к которым тарифная ставка как оплата нормы труда является основой формирования всего заработка.

– группировка профессий рабочих и служащих по признаку общности выполняемых работ. Категория рабочих с позиции общности функций представлена в ЕТС одной группой

- в категории служащих производственных и непроизводственных отраслей выделены блок должностей, сгруппированных по принципу межотраслевого единства: технические исполнители, специалисты, руководители
- тарификация профессий рабочих и служащих, т.е. отнесение их к разрядам по оплате, производится по признаку сложности выполненных работ.

Таблица 6.1 Единая тарифная сетка работников всех отраслей экономики РК

	Разряды ЕТС									
	1	2	3	4	5	6	...	19	20	21
Тарифный коэффициент	1,0	1,07	1,15	1,24	1,33	1,43	...	3,67	3,94	4,24
Тарифная ставка										

Тарифные сетки имеют следующие характеристики: диапазон тарифной сетки, количество разрядов, абсолютное и относительное возрастание тарифных коэффициентов.

Диапазон сетки образует соотношение тарифных коэффициентов крайних размеров.

Абсолютное возрастание тарифных коэффициентов представляет собой разницу между тарифными коэффициентами смежных разрядов.

Относительное возрастание тарифных коэффициентов представляет собой отношение большего коэффициента к меньшему минус 1, выраженное в процентах.

Тарифную ставку, соответствующую тому или иному разряду, получают путем умножения тарифной ставки 1-го разряда на тарифный коэффициент соответствующего разряда. Размеры тарифных ставок могут устанавливаться или в виде фиксированных однозначных величин, или в виде «веток», определяющих предельные значения.

*Разряд работ* – это уровень сложности работ, который устанавливается на основе квалификационных характеристик профессий рабочих, путем сопоставления содержания выполняемой работы с соответствующими работами – аналогами, описанными в квалификационных характеристиках, а в необходимых случаях и с перечнем примеров работ, дополнительно разработанными работодателем.

*Сложность труда* – объективная характеристика процесса труда со стороны его содержания, которое обуславливает соответствующие требования к квалификации работника, необходимой для выполнения работ, отличительный признак квалификационного труда, его сущность, определяется наличием творческих элементов, повышенной ответственности и функций руководства в работе. Показателями уровня сложности работ и квалификации работников являются квалификационные разряды, категории. *Квалификационный разряд* характеризует уровень квалификации работы, т.е. степень ее сложности. Простые ра-

боты относятся к низшим разрядам сетки, сложные – к высшим. Квалификационный разряд также характеризует уровень квалификации работника, отражающий сложность выполняемых им работ. Каждому разряду соответствует тарифный коэффициент, который показывает во сколько раз тарифная ставка соответствующего разряда выше ставки 1 разряда.

Для тарификации работ и присвоения тарифно-квалификационных разрядов предназначены тарифно-квалификационные справочники, в которые включены тарифно-квалификационные характеристики: они содержат требования, предъявляемые к тому или иному разряду работника соответствующей профессии, к его практическим и теоретическим знаниям, к образовательному уровню, описанию работ, наиболее часто встречающихся по профессиям и квалификационным разрядам.

Единый тарифно-квалификационный справочник работ и профессий рабочих и Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих применяются работодателями и предназначены для установления сложности определенных видов работ, установления квалификационных требований к работникам и присвоения квалификационных разрядов в соответствии с тарифно-квалификационными характеристиками, определения правильных наименований профессий рабочих и должностей служащих.

*Должность* – структурная единица работодателя, на которую возложен установленный правовыми актами круг должностных полномочий и должностных обязанностей.

*Профессия* – основной род занятий, трудовой деятельности человека, подтверждаемый соответствующими документами об образовании.

*Условия труда* - это условия оплаты, охраны и нормирования труда, режима работы, возможность и порядок совмещения профессий (должностей), технические, гигиенические, производственно-бытовые условия, а также иные по оптимизации сторон условия индивидуального трудового и коллективного договоров.

Тарифно-квалификационные характеристики профессий рабочих по разрядам состоит из трех разделов: «Характеристика работ», «Должен знать», «Примеры работ».

В разделе «*Характеристика работ*» содержится описание основных, наиболее типичных для данной профессии и данного разряда работ, которые должен уметь выполнять рабочий. Описание этих работ дается в разделе выполняемых рабочим трудовых функций, из которых складывается процесс труда подготовительных операций к непосредственному ведению технологического процесса, операций по уходу за оборудованием и обслуживанию рабочего места, действий рабочего по непосредственному ведению технологического процесса с указанием его параметров, стадий и кратких технических характеристик.

В разделе «*Должен знать*» излагаются основные требования к квалификации рабочего, необходимой для качественного выполнения работ, приведенных в разделе «Характеристика работ», то есть. Знание свойств предметов труда, технологических и конструктивных особенностей орудий труда, последова-

тельности и стадий технологического процесса, технической и технологической документации, а также требования к специальным знаниям рабочего, обусловленные спецификой и сложностью выполняемых работ.

В разделе «Примеры работ» приводится перечень работ, наиболее типичных для данной профессии и данного разряда работ.

Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих, являющийся общим для различных видов экономической деятельности, разрабатывается и утверждается приказом уполномоченного государственного органа по труду.

Квалификационная характеристика каждой должности состоит из трех разделов. В разделе «Должностные обязанности» содержатся основные трудовые функции, которые могут быть полностью или частично поручены работнику, занимающему данную должность с учетом технологической однородности и взаимосвязанности работ, позволяющих обеспечить оптимальную специализацию служащих.

В разделе «Должен знать» содержатся основные требования, предъявляемые к работнику в отношении специальных знаний, а также знаний законодательных и нормативных правовых актов, положений, инструкций и других материалов, методов и средств, которые работник должен применять при выполнении должностных обязанностей. В разделе «Требования к квалификации» определены уровень профессиональной подготовки работника, необходимый для выполнения предусмотренных обязанностей, и требования к стажу работы.

В квалификационных характеристиках должностей приведен перечень основных, наиболее распространенных работ. Конкретный перечень должностных обязанностей работников устанавливается внутренними организационно-распределительными документами - должностными инструкциями, которые разрабатываются и утверждаются в установленном порядке.

Форма заработной платы – это тот или иной класс систем оплаты труда, сгруппированных по признаку основного показателя учета результатов труда при оценке выполненной работником работы с целью его оплаты.

Результаты труда, а соответственно и нормы труда, могут находить своё отражение в самых различных показателях: отработанном рабочем времени, количестве изготовленной продукции (выполненной работы), уровне использования производственных ресурсов, производительности труда. Эти показатели могут иметь натуральные, стоимостные или условные (условно-натуральные) измерители, они могут характеризовать как индивидуальные, так и групповые (коллективные) результаты труда.

Существуют две основные формы заработной платы: повременная и сдельная.

Повременная – форма оплаты труда, при которой заработная плата работнику начисляется по установленной ставке или окладу за фактически отработанное время.

Сдельная – форма оплаты труда за фактически выполненный объём работы (изготовленную продукцию) на основании действующих расценок за единицу работы.

В настоящее время традиционными формами оплаты труда являются повременная и сдельная, довольно широко используемые в практике предприятий. Вместе с тем, если раньше превалировала оплата по сдельным системам, то сейчас на частных (малых) предприятиях все больше используется повременная оплата (окладные системы)

Выбор той или иной формы обычно обуславливается особенностями технологии и организации производства, форм организации труда и обеспечения рабочей силой. Все эти факторы характеризуют формы оплаты труда, в основном, с точки зрения технических условий и возможностей разграничения сферы их применения. Действительно, главным признаком размежевания двух форм является возможность количественного измерения производительности труда как отношения объема продукции в натуральном выражении к затратам рабочего времени.

В настоящее время наблюдается отход от сдельной оплаты в сторону повременных систем. В практике применяются различные подходы, стимулирующие высокопроизводительную работу в условиях повременной оплаты за счет использования методов, присущих сдельной оплате. В этом случае применяются поощрительные системы, в большей степени присущие повременной оплате.

Существует также целый ряд условий, при которых целесообразно применять ту или иную форму оплаты труда.

Условия применения сдельной оплаты труда: наличие количественных показателей работы, непосредственно зависящих от конкретного работника; возможность точного учета объемов выполняемых работ; возможность у рабочих конкретного участка увеличить выработку или объем выполняемых работ; необходимость на конкретном производственном участке стимулировать рабочих в дальнейшем увеличении выработки продукции или объемов выполняемых работ; возможность технического нормирования труда.

Сдельную оплату труда не рекомендуется выполнять в том случае, если ее применение ведет к ухудшению качества продукции; нарушению технологических режимов; ухудшению обслуживания оборудования; нарушению требований техники безопасности; перерасходу сырья и материалов. Условия применения повременной оплаты труда: отсутствие возможности увеличения выпуска продукции; производственный процесс строго регламентирован; функции рабочего сводятся к наблюдению за ходом технологического процесса; функционирование поточных и конвейерных типов производства со строго заданным ритмом; увеличение выпуска продукции может привести к браку или ухудшению ее качества.

При повременной оплате мерой труда выступает отработанное время, а заработок рабочему начисляется в соответствии с его тарифной ставкой или окладом за фактически отработанное время.

Повременная и сдельная формы заработной платы имеют свои разновидности, которые принято называть системами.

Повременная форма оплаты труда применяется при невозможности или нецелесообразности установления количественных параметров труда; при этой

форме оплаты труда работник получает заработную плату в зависимости от количества отработанного времени и уровня его квалификации. Различают следующие разновидности повременной формы оплаты труда: простая повременная, повременно-премиальная, окладная, контрактная.

Заработная плата при простой повременной системе начисляется по тарифной ставке работника данного разряда за фактически отработанное время. Может устанавливаться часовая, дневная, месячная тарифная ставка.

Заработная плата работника за месяц ( $Z_{п.м.}$ ) при установленной часовой тарифной ставке работника данного разряда ( $T_ч$ ) определяется по формуле:

$$Z_{п.м.} = T_ч \times Ч_ф, \quad (49)$$

где,  $Ч_ф$  – фактически отработанное количество часов в месяце.

Заработная плата рабочего за месяц при дневной тарифной ставке определяется аналогично.

При месячной оплате расчет заработной платы осуществляется исходя из твердых месячных окладов (ставок), числа рабочих дней, фактически отработанных работником в данном месяце, а также планового количества рабочих дней согласно графику работы на данный месяц.

Организации могут применять почасовую и поденную формы оплаты труда как разновидности повременной оплаты труда. В этом случае заработок работника определяется путем умножения часовой (дневной) ставки оплаты труда на число фактически отработанных часов (дней). Как правило, по таким формам оплачивается труд персонала вспомогательных и обслуживающих подразделений организации, а также лиц, работающих на условиях совместительства.

*Повременно-премиальная система оплаты труда* – представляет собой сочетание простой повременной оплаты труда с премированием за выполнение количественных и качественных показателей по специальным положениям о премировании работников.

При *окладной* системе оплата труда производится не по тарифным ставкам, а по установленным месячным должностным окладам. Система должностных окладов используется для руководителей, специалистов и служащих. Должностной месячный оклад – абсолютный размер заработной платы, устанавливаемый в соответствии с занимаемой должностью. Окладная система оплаты труда может предусматривать элементы премирования за количественные и качественные показатели.

Переменная часть заработной платы включает такие элементы, как доплаты и надбавки. По своей природе они близки именно к этой части заработной платы, но по периодичности отличаются от должностного оклада или тарифной ставки. Каждый элемент заработной платы выполняет свои функции. Доплаты и надбавки связаны, как правило, с особыми условиями работы. Они носят относительно стабильный характер и персонафицированы, т. е. установлены для конкретного человека.

В настоящее время применяется около 50 видов наиболее распространенных доплат и надбавок компенсационного характера. К ним относятся доплаты: за работу в вечернее и ночное время; за сверхурочную работу; за работу в выходные и праздничные дни; и др.

Месячный оклад каждой категории работающего может быть дифференцирован в зависимости от уровня квалификации, ученого звания, степени и т.д. в соответствии с положением о профессии (должности).

Руководящие, инженерно-технические работники и служащие за результаты финансово-хозяйственной деятельности могут премироваться из прибыли предприятия по утвержденным предприятием положениям.

Оплата труда руководителей государственных предприятий должна оговариваться в трудовом договоре (контракте), поэтому она получила название контрактной.

Недостатком повременной системы оплаты труда является то, что должностной оклад не в состоянии учесть различия в объемах работ, выполненных работниками одной профессии и квалификации.

*Сдельная система оплаты труда* применяется, когда есть возможность учитывать количественные показатели результата труда и корректировать его путем установления норм выработки, нормы времени, нормированного производственного задания. При сдельной системе оплаты труда работников оплата осуществляется по сдельным расценкам в соответствии с количеством произведенной продукции. Основой сдельной оплаты труда является сдельная расценка за единицу продукции, работ, услуг, которая определяется по формулам:

$$P_{сд} = T_{ст} / N_{выр} \quad (50)$$

где  $T_{ст}$  – тарифная ставка выполняемой работы (час, сменная), тенге;

$N_{выр}$  – норма выработки соответственно за час работы, смену, ед. продукции;

$P_{ед}$  – расценка.

Если установлена норма времени, сдельная расценка определяется по формуле:

$$P_{сд} = T_{ст} \times N_{вр}, \quad (51)$$

где  $N_{вр}$  – норма времени на изготовление продукции, работ, услуг.

Сдельная расценка, а соответственно и сдельная форма оплаты труда, может быть индивидуальной и коллективной.

В зависимости от способа подсчета заработка при сдельной оплате различают несколько форм оплаты труда.

Прямая сдельная система оплаты труда – когда труд работников оплачивается по сдельным расценкам непосредственно за количество произведенной продукции (операций) по следующей формуле:

$$Z_{ед} = P_{ед} \times B, \quad (52)$$

где  $Z_{ед}$  – сдельный заработок, тенге

$P_{ед}$  – сдельная расценка, тенге

$B$  – количество произведенной продукции, ед.

Она может применяться там, где увеличение выпуска продукции зависит в основном от рабочего, где труд исполнителя нормируется, где на первый план выдвигается необходимость расширения производства и услуг. Эта система недостаточно стимулирует работника повышать качество продукции, экономно расходовать производственные ресурсы.

*Сдельно-премиальная* – когда оплата труда включает премирование за перевыполнение норм выработки, достижение определенных качественных показателей: сдачу работ с первого предъявления, отсутствие брака, рекламации, экономии материалов. Она служит основой мотивации работников в улучшении как количественных, так и качественных результатов труда.

При сдельно-премиальной оплате труда работающему сверх заработка по прямым сдельным расценкам выплачивается премия за выполнении и перевыполнение заранее установленных количественных и качественных показателей работы.

*Косвенно-сдельная* применяется для оплаты труда вспомогательных рабочих (наладчиков, комплектовщиков и др.). Размер их заработка определяется в процентах от заработка основных рабочих, труд которых они обслуживают:

При косвенно-сдельной оплате расценка определяется исходя из тарифной ставки нормируемого объекта основных работ, которых обслуживает косвенный сдельщик:

$$P_k = \frac{T_c}{Q},$$

(53)

где,  $P_k$  – косвенная сдельная расценка, тенге

$T_c$  – тарифная ставка, тенге

$Q$  – нормируемый объем основных работ косвенного работника, которых обслуживает косвенный сдельщик.

Эта система мотивирует заинтересованность работника в улучшении обслуживания производственных процессов, рациональном использовании ресурсов и т.д.

*Аккордная* – когда совокупный заработок определяют за выполнение тех или иных стадий работы или за полный комплекс выполняемых работ. Разновидностью аккордной формы является оплата труда работников, которые не со-

стоят в штате предприятия и выполняют работы по заключенным договорам гражданско-правового характера. Аккордная оплата труда стимулирует выполнение всего комплекса работ с меньшей численностью работающих и в более короткие сроки.

*Коллективная сдельная* – когда заработок каждого работника поставлен в зависимость от конечных результатов работы всей бригады, участка и т.д.

При этой системе бригадные сдельные расценки определяются по одной из следующих формул:

$$P_{\text{б}} = \sum T_c \cdot N_{\text{вр}} \quad \text{или} \quad P_{\text{б}} = \frac{\sum T_c}{N_{\text{выр}}}, \quad (54)$$

где,  $P_{\text{б}}$  – бригадная сдельная расценка, тенге

$T_c$  – тарифная ставка разряда выполняемой работы, тенге

$N_{\text{вр}}$  – норма времени;

$N_{\text{выр}}$  – бригадная норма выработки.

Общий сдельный заработок бригады определяется по формуле:

$$Z_{\text{б}} = \sum P_{\text{б}} \cdot Q. \quad (55)$$

*Сдельно-прогрессивная* оплата труда предусматривает начисление заработной платы следующим образом:

за объём работы в пределах трудовой нормы – по стабильной расценке;

за объём работы, превышающий нормы выработки – по повышенным расценкам.

Применение сдельно-прогрессивной оплаты труда эффективно в тех случаях, когда требуется стимулировать быстрый рост объёма работы (продукции, оборота, услуг), например, на новом предприятии или на новом рынке. Однако при перевыполнении норм труда, здесь может быть утрачена обоснованная связь роста заработной платы с ростом производительности труда. Расчет заработка при сдельной системе оплаты труда осуществляется по документам о выработке.

Среди других форм оплаты надо отметить **бестарифную модель**, она направлена на совершенствование организации и стимулирования труда. Она синтезирует в себе основные преимущества повременной и сдельной оплаты труда и обеспечивает гибкую увязку размеров заработной платы с результатами деятельности предприятия и отдельных работников. Она основана на полной зависимости заработной платы работника от конечных результатов работы трудового коллектива и оценки труда работника. Её сущность заключается в том, что каждому работнику коллектива присваивается определенный квалификационный уровень, который не образует оклада.

Эта модель может применяться:

- а) на основе постоянного коэффициента квалификационного уровня работника;
- б) на основе постоянного и текущего коэффициентов квалификационного уровня.

В первом случае работнику устанавливается единый постоянный коэффициент квалификационного уровня, который отражает его вклад в результат работы коллектива. Во втором случае постоянный коэффициент устанавливается в соответствии с основными результатами труда работника с учётом его квалификации, производительности труда, отношения к работе, а текущий коэффициент учитывает особенности труда в данном периоде времени.

### **6.3 Бестарифная система оплаты труда**

*Бестарифная система* оплаты труда ставит заработок работника в полную зависимость от конечных результатов работы коллектива, к которому относится работник. При этой системе не устанавливается твердого оклада или тарифной ставки. Применение такой системы целесообразно лишь в тех ситуациях, когда есть реальная возможность учесть результаты труда работника при общей заинтересованности и ответственности каждого коллектива.

Есть ряд правил, которые помогут предприятию вкладывать средства в сотрудников наиболее эффективно.

*Правило первое.* Денежное вознаграждение должно напрямую зависеть от результатов работы сотрудников, достижения поставленных перед ними задач. Несмотря на кажущуюся простоту и очевидность этого правила, выполнить его не всегда легко. Такая связь между результатами и оплатой бывает непосредственной только лишь при сдельной форме оплаты труда, введение которой возможно обычно лишь на немногих должностях или для внештатных сотрудников. В других системах оплата труда функцию дифференциации заработной платы выполняет премия.

Не для всех категорий сотрудников можно легко установить критерии оценки их труда. Например, для менеджера по продажам, для бригады строителей легко установить критерии оценки труда, то для секретаря, администратора, бухгалтера выявить их достаточно сложно. Хотя результаты их работы в не меньшей степени зависят от их старания и приложенных усилий. Для оценки результатов труда каждого сотрудника необходимо попытаться выделить основную задачу сотрудника и критерии ее выполнения, а также использовать не индивидуальные, а коллективные премии.

*Правило второе.* Изменение заработной платы в пределах 10 процентов неэффективно для стимулирования, не принесут заметной отдачи ни предприятию, ни работникам. Следовательно, правила определения величины премии должны быть такими, чтобы повышение результативности труда работника за определенное, существенное для предприятия значение вознаграждалось значительными денежными суммами. И наоборот, ощутимое для предприятия снижение результативности труда работника лишало бы его значительных денежных сумм.

*Правило третье.* Денежное вознаграждение должно быть тесно связано с работой во времени, т.е. необходимо сократить время между получением результата и выплатой премии.

В большинстве компаний сегодня принято деление зарплаты на постоянную и переменную части. При этом поиск оптимального соотношения между фиксированным окладом и премиями становится сложной задачей, которую каждая компания приходится решать индивидуально на основе общих принципов поощрения сотрудников.

Размер базового оклада сотрудников сегодня принято определять на основе системы грейдов. Грейд – это разряд, определяемый тем, какое значение данная позиция имеет в общей структуре компании и насколько работник, ее занимающий, влияет на достижение корпоративной цели. Он гарантирует получение сотрудником заработной платы в соответствии с принятой в компании сеткой грейдов. Работник может изменить свой грейд и соответственно уровень оплаты, если повысит квалификацию, увеличит объем работы или расширит круг обязанностей.

Подтверждение и пересмотр грейда проводится по результатам аттестации. Окончательная коррекция системы грейдов проводится на основании исследований среднестатистических зарплат в данном секторе бизнеса.

Общепринятой считается схема соотношения между постоянной и переменной частями зарплаты, при которой доля переменной части увеличивается с ростом должностной позиции. Чем выше должность человека, тем больше его привлекает возможность увеличить переменную часть дополнительными выплатами, которые он получает в зависимости от достигнутых им результатов. У сотрудников внизу иерархической лестницы должны быть самая большая фиксированная составляющая.

Рассмотрим разновидности бестарифной системы оплаты труда.

*Гибкая многокомпонентная бестарифная система оплаты труда*

При этой системе заработная плата состоит из двух частей: постоянной  $ZП_{\text{пост}}$  и переменной  $ZП_{\text{перем}}$ . Постоянная часть представляет собой оплату за стоимость затраченного труда, а переменная часть – оплату за результаты труда и включает в себя итоги труда самого работника, итоги работы подразделения, работы смежной службы или всей организации (если функции работника оказывают на них существенное влияние).

У каждого работника комбинация параметров и компонентов зарплаты индивидуальна, соответствует его функциональным обязанностям и показателям, на которые он должен оказывать реальное влияние и за которые несет ответственность.

*Заработная плата (оклад)* устанавливается в соответствии со стоимостью работника на целевом рынке труда. По сути, *заработная плата* — оплата за компетенцию, т.е. за знания, умение, личностные качества и потенциал работника, а не только за занимаемую должность.

Упорядочить, систематизировать величину заработной платы и ее соотношения как внутри подразделения, так и по всему предприятию можно по «*Сетке соотношений в оплате труда на предприятии*».

Сетка сокращает количество категорий должностей до пяти, а квалификационных групп до 10-12, что существенно смягчает проблему дисбаланса заработной платы внутри подразделения и между ними, т.е. системно упорядочивает плановые зарплаты по всему предприятию. Более того, имея информацию о среднерыночных зарплатах только ключевых сотрудников, Сетка поможет «от обратного» установить (уточнить) зарплату всего персонала, что существенно сокращает затраты при анализе ситуации на рынке труда.

Соотношение между постоянной и переменной частями зарплаты Доля переменной части зарплаты зависит от значимости функций работника, т.е. степени его влияния на итоги выполнения основных показателей производственно-хозяйственной деятельности (ПХД) предприятия, его подразделений или личных планов: чем больше значимость функций, тем больше доля. Работники в соответствии с влиянием их функций на конечные результаты распределяются условно на три категории:

- категория «А»: функции непосредственно влияют на результаты производственно-хозяйственной деятельности (высшее руководство, ведущие менеджеры и специалисты основных подразделений). Доля переменной части в зарплате составляет 60-80%;
- категория «В»: функции косвенно (опосредованно) влияют на результаты производственно-хозяйственной деятельности (специалисты основных подразделений, руководители и ведущие специалисты функциональных, вспомогательных подразделений). Доля переменной части в зарплате составляет 30-60%;
- категория «С»: функции практически не влияют на результаты производственно-хозяйственной деятельности. Задача персонала — качественное выполнение строго регламентированных функций (бухгалтеры, нормировщики, работники складов, секретари, ремонтный и другой обслуживающий персонал). Доля переменной части колеблется от 0 до 30%.

Размер постоянной части заработной платы за затраченный труд (ЗПТ) зависит от его доли в заработной плате (окладе) и пропорционален величине отработанного времени, в т.ч. с учётом надбавок за сверхурочные часы.

Для каждого сотрудника, а точнее, для каждой должности, выбирается своя структура заработной платы, призванная установить оптимальную и понятную связь заработной платы с результатами, на которые он влияет и за которые несёт ответственность в соответствии со своими функциями.

Структура гибкой бестарифной многокомпонентной зарплаты

Примеры структур заработной платы:

- у руководителя высшего звена управления критерием оценки труда являются результаты работы предприятия:

$$\text{Месячная зарплата} = \text{ЗПТ} + \text{ЗПС}; \quad (56)$$

- у руководителя технической службы, кроме оплаты за отработанное время (ЗПТ), могут быть Итоги работы своей службы (ЗПО) и функционально связанного с ним производственного подразделения (ЗПС):

$$\text{Месячная зарплата} = \text{ЗПТ} + \text{ЗПО} + \text{ЗПС}; \quad (57)$$

- у менеджеров по продажам, рабочих основных специальностей: Итоги выполнения личных планов (ЗПЛ) и планов своего подразделения:

$$\text{Месячная зарплата} = \text{ЗПТ} + \text{ЗПЛ} + \text{ЗПО}; \quad (58)$$

- у разработчиков новой техники и технологии, проектировщиков, журналистов и других профессий, для которых главное — качественный конечный результат, нужно вычленив творческую составляющую работы и выработать критерии личной результативности:

$$\text{Месячная зарплата} = \text{ЗПТ} + \text{ЗПЛ}; \quad (59)$$

- у бухгалтера, системного администратора, диспетчера, секретаря, т.е. у сотрудников, задача которых — выполнение качественно и в срок определённых повторяющихся функций — оплата затраченного труда: Месячная зарплата = ЗПТ.

*Долевая оплата* предусматривает определение заработка работника в форме его доли в объеме продаж .

Недостатками этого метода являются:

1. *Процент устанавливается субъективно*, по рыночным аналогам, без достаточной привязки к бизнес-процессам фирмы.

2. *Объем продаж и трудоемкость сделок, как правило, не имеют между собой ничего общего*. При практически одинаковых затратах времени и усилий величина оборота может существенно отличаться:

- крупные сделки непомерно и незаслуженно поднимают заработную плату;

- при мелких продажах менеджер так же незаслуженно теряет в зарплате, и руководству приходится искусственно увеличивать процент, подгонять его под плановую зарплату;

- при сезонных колебаниях продаж зарплата также не соответствует затраченному труду: на пике продаж она незаслуженно велика, в неблагоприятные периоды она несправедливо мала.

3. Продавцы при оплате процентом не заинтересованы в продаже мелких товаров, работать с новыми клиентами.

4. Размеры доходов предприятий одной сферы отличаются от другой в разы или даже на порядок, поэтому ставить зависимость зарплаты от дохода не всегда целесообразно.

5. Как поступать, если продажи были в определенной мере подготовлены не продавцом, а руководителем?

Значит, необходимо ограничить максимальный уровень зарплаты и ввести принцип рентабельности зарплаты (опережение темпов роста результатов относительно темпов роста зарплаты).

При многофункциональных, «разнотоварных» продажах наиболее оптимальное решение: платить нужно не от объема выручки (оборота), а за выполнение установленного руководителем задания, состоящего, как правило, из нескольких критериев, т.е. платить опять-таки за комплексный результат выполнения комплексного плана:

- количество сделок, продаж, клиентов;

- продажа как крупного, так и мелкого ассортимента;

- реализация приоритетных сегодня видов товаров-услуг;
- активизация работы с определёнными группами клиентов или на новых рынках;
- и т.д.

*"Вилки" соотношений оплаты труда разного качества (ВСОТРК).*

В основе этой модели бестарифной системы оплаты труда установлены «вилки» коэффициентов соотношений в оплате труда разного качества, значения которых определены с учетом квалификации, профессионального уровня, должности и значимости различных категорий работников.

Особенностью этой системы является установление соотношений в оплате труда работников различных категорий  $K_i$  в виде "вилок" с широким диапазоном, что дает возможность сократить количество премиальных положений, усложняющих расчеты, и в то же время широко использовать индивидуальный подход к стимулированию эффективности труда. При распределении работников по конкретным квалификационным группам, установлении им размеров и диапазона «вилок» коэффициентов соотношений в оплате труда разного качества за основу берется единая развернутая сетка соответствующих показателей коэффициентов соотношений.

Конкретное значение коэффициента соотношений в оплате труда  $K_i$  для работника определяется по итогам работы за месяц по индивидуальным критериям и показателям, учитывающим его фактический трудовой вклад в конечные результаты работы предприятия. Для отражения фактического вклада работника в общие результаты могут применяться: сокращение случаев возврата недоброкачественной продукции, рекламаций; отсутствие претензий к изделиям, работам, услугам со стороны потребителей; экономия сырья, материалов, топливно-энергетических ресурсов; выполнение смежных операций и др. Каждый работник должен четко знать, за какие достижения и упущения в работе и в каком размере значение его коэффициента соотношения  $K$  может увеличиться или уменьшиться. Например, условиями повышения размера  $K$ , а значит и заработка работника могут быть: применение передовых методов труда, эффективное использование оборудования, оснастки, рациональное использование рабочего времени и др. Механизм определения и корректировки  $K_i$  для каждого работника (или группы работников) регламентируется Положением о бестарифной системе оплаты труда на предприятии.

Фактическая заработная плата конкретного работника на предприятиях, использующих эту систему оплаты, определяется по формуле:

$$ЗП_i = \frac{K_i * T_i * ФОТ}{\sum_{i=1}^n (K_i * T_i)} \quad (60)$$

где,  $ЗП_i$  - размер заработной платы  $i$ -го работника;

$K_i$  – коэффициент соотношений в оплате труда для конкретного работника, показывающий, во сколько раз оплата труда  $i$ -го работника выше минимальной;

$T_i$  – количество рабочего времени, отработанного конкретным работником за месяц (в часах),

$n$  – общая численность работников предприятия,

ФОТ - объем средств, предназначенных на оплату труда.

"Вилки" между крайними соотношениями в оплате их труда рекомендуются устанавливать такими, чтобы стимулировать труд различной сложности и в то же время не допускать необоснованной дифференциации в оплате труда В качестве примера приведен возможный вариант построения сетки ВСОТРК (табл. 6.2).

Таблица 6.2 Единая развернутая сетка коэффициентов соотношений в оплате труда работников разного качества

(Рабочие Служащие Техники всех специальностей Специалисты всех направлений Работники творческого труда Руководители производственных подразделении (мастера, начальники отделов, цехов) Директора предприятий организаций ).

Квалификационные группы работников "Вилки" соотношений в оплате труда

I	II	III	IV	V	VI	VII
1,0-1,4	1,41-20	2,01-2,8	2,81-4,0	4,01-5,5	5,51-7,0	7,01-8,5

Рассмотрим пример расчета  $K$  и заработной платы конкретного работника. Начальник цеха входит в VI квалификационную группу, которой соответствует «вилка» коэффициента соотношений в оплате труда в диапазоне 5,51-7,0 (среднее значение 6,25).

Допустим, в июле 2017 г. Цех выполнил задание по объему и номенклатуре производства (+0,1), были снижены издержки производства (+0,2). Однако, в этом же месяце допущены нарушения производственно-технологического порядка (-0,1). В этом случае  $K$  начальника цеха будет равен:  $6,25+0,1+0,2-0,1=6,45$ , а его заработная плата (при месячном ФОТ =100000 тыс тг. и сумме произведений  $K_i * T_i$  всех работников предприятия = 10000) составит:

$$ЗП = 6,3 * \frac{100000}{10000} = 63 \text{ тыс. тг}$$

*Оплата труда устанавливаемая исходя из сумм торговой выручки, дохода от реализации работ или услуг в малом предпринимательстве*

В этих случаях на выплату работникам направляются суммы дохода (прибыли) предприятия, остающиеся за вычетом арендной платы за помещение, оборудование, транспортные средства и т.п.; налогов; процентов за банковский кредит; компенсации убытков от брака, утери или хищения материальных цен-

ностей; перечисления части выручки (прибыли) в резерв на расширение производства; сумм, предназначенных к использованию на коллективные нужды.

Таким образом, распределению подлежит остаток прибыли (общего дохода по результатам деятельности предприятия), предназначенный для личного потребления.

*Договорная система оплаты*, при которой предприниматель, нанимая работника, договаривается с ним о конкретной сумме оплаты за определенную работу. Она может выполняться с помощью средств труда работника. Например, при транспортном обслуживании на своем автомобиле оплата устанавливается в тенге за 1 км пробега, с пассажира или с тонны груза.

При такой системе оплаты труда работник менее защищен от произвола предпринимателя, поскольку величина оплаты не основана на объективных расчетах.

*Контрактная оплата* предусматривает размер и условия оплаты труда на основе трудового договора между работодателем и нанимаемым работником. Уровень заработной платы определяется не только квалификацией и другими качествами работника, но и соотношением спроса и предложения.

Разновидностью бестарифной системы оплаты труда является *рейтинговая система оплаты труда*. Она учитывает вклад работников в результаты деятельности предприятия и основана на долевом распределении фонда оплаты труда. Рейтинговая система предусматривает учет следующих компонентов: образовательного уровня, опыта работы, умения работника использовать в конкретной деятельности свои знания и опыт. Для того, чтобы увязать заработную плату с результатами труда, определяется цена рейтинга (путем деления фонда оплаты труда на сумму рейтингов всех работников). Распределение заработанного производственным или управленческим подразделением фонда оплаты труда осуществляется пропорционально комплексной оценке (рейтингу), характеризующей работника, результаты и качество труда.

*Долевая система оплаты труда*. Этот вид оплаты труда ставит заработок работника в полную зависимость от конечных результатов работы всего рабочего коллектива, к которому принадлежит работник.

По данной системе заработная плата всех работников от руководителя до рабочего представляет собой долю работника в фонде оплаты труда в зависимости от различных критериев.

Величина заработной платы каждого работника зависит:

- 1) от квалификационного уровня работника;
- 2) от коэффициента трудового участия (КТУ);
- 3) от фактически отработанного времени.

Каждому работнику присваивается свой квалификационный уровень. Он определяется как частное от деления фактической заработной платы труда работника за прошедший период на сложившийся на предприятии минимальный размер заработной платы за тот же период.

Каждому работнику присваивается относительно постоянный коэффициент, комплексно отражающий его квалификацию и в общих чертах размер трудового вклада в общие результаты труда.

Кроме квалификационного коэффициента, каждому члену трудового коллектива присваивается коэффициент трудового участия в текущих конкретных результатах деятельности в рамках той работы, оплату которой нужно произвести.

При этом расчет суммы, которая будет начислена работнику за эту работу, будет прямо зависеть от этих коэффициентов - постоянного и коэффициента трудового участия - и от размера фонда заработной платы, начисленной по результатам общей работы коллектива. То есть, каждый работник получит свою долю от общей оплаты.

## **КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ**

1. Как называется форма оплаты труда, при которой заработок рассчитывается в зависимости от оплаты труда за единицу и от количества произведенной продукции?

2. Количество товаров и услуг, которое можно приобрести на номинальную зарплату, как называется?

3. Назовите основные элементы тарифной системы оплаты труда.

4. Определенная взаимосвязь между показателями, характеризующими меру (норму) труда и меру его оплаты в пределах и сверх норм труда, гарантирующая получение работником заработной платы в соответствии с фактически достигнутыми результатами труда (относительно нормы) и согласованной между работником и работодателем ценой его рабочей силы – это

- a) система оплаты труда
- b) тарифная система оплаты труда
- c) форма оплаты труда
- d) бестарифная система оплаты труда

5. Тот или иной класс систем оплаты труда, сгруппированных по признаку основного показателя учета результатов труда при оценке выполненной работником работы с целью его оплаты – это:

- a) форма оплаты труда
- b) система оплаты труда
- c) тарифная система оплаты труда
- d) бестарифная система оплаты труда
- e) структура оплаты труда

6. Как определяется размер заработной платы при повременной форме оплаты труда?

7. Совокупность квалификационных разрядов и тарифных коэффициентов, с помощью которых устанавливается зависимость заработной платы работников от их квалификации. Как это называется?

8. Объясните сущность заработной платы, назовите ее основные функции.

## ГЛАВА 7 ИЗДЕРЖКИ ПРОИЗВОДСТВА И РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТЕПРИИМСТВА

### 7.1 Задачи и основные признаки классификации затрат

Классификация любых объектов или явлений проводится всегда в целях их изучения, т.е. представляет собой один из методов познания. Классификация представляет собой деление изучаемых объектов или явлений на определенные группы и выявление закономерных связей между ними. Классификация затрат предприятия очень важна, т.к. она лежит в основе организации учета и анализа производственных затрат, калькулирования себестоимости продукции, т.е. определяет систему управления затратами в целом.

Существует обширная классификация затрат.

*По функциям деятельности* предприятия в системе управления производством затраты подразделяются на:

- снабженческо-заготовительные;
- производственные;
- коммерческо-сбытовые;
- организационно-управленческие.

Деление затрат по функциям деятельности позволяет в планировании и учете определять величину затрат по местам их возникновения (центрам затрат) и центрам ответственности.

*По экономической роли* в процессе производства продукции затраты подразделяются на основные и накладные.

Основными называются затраты, непосредственно связанные с технологическим процессом производства: сырье и материалы, топливо и энергия на технологические цели, расходы на оплату труда производственных рабочих и др.

Накладные расходы образуются в связи с организацией, обслуживанием производства и управлением им. Они состоят из комплексных общепроизводственных и общехозяйственных расходов. Величина этих расходов зависит от структуры управления подразделениями, цехами и предприятиями.

*По способу включения* в себестоимость продукции затраты подразделяются на прямые и косвенные.

*Прямые затраты* связаны с производством определенного вида продукции и могут быть, на основании данных первичных документов, прямо и непосредственно отнесены на ее себестоимость. Это расходы сырья и основных материалов, заработная плата рабочих и др.

*Косвенные затраты* связаны с выпуском нескольких видов продукции, например, затраты по управлению и обслуживанию производства. Они включаются в себестоимость конкретных изделий с помощью специальных расчетов распределения. Выбор базы распределения обуславливается особенностями ор-

ганизации и технологии производства и устанавливается отраслевыми инструкциями по планированию, учету и калькулированию себестоимости продукции.

*По составу* затраты подразделяются на одноэлементные и комплексные.

*Одноэлементными* называются затраты, состоящие из одного элемента, - материалы, заработная плата, амортизация и др. Эти затраты независимо от их места возникновения и целевого назначения не делятся на различные компоненты.

*Комплексными* называются затраты, состоящие из нескольких элементов, например, цеховые и общезаводские расходы, в состав которых входит заработная плата соответствующего персонала, амортизация зданий и другие одноэлементные затраты.

Для определения и оценки себестоимости продукции целесообразно увязать учет затрат по видам и местам возникновения с учетом затрат по их носителям: видам продукции, работ, услуг.

Разделение затрат на производственные и расходы периода основано на том, что в себестоимость продукции должны включаться только производственные затраты. Они, как необходимые, формируют производственную себестоимость изделий и используются для расчета себестоимости единицы продукции. Затраты периода не являются необходимыми для производства продукции и не учитываются при определении себестоимости единицы продукции. Они используются для обеспечения процесса реализации продукции и функционирования предприятия как хозяйственной единицы и непосредственно списываются на уменьшение прибыли от реализации продукции.

*Производственные затраты* включают в себя:

- прямые материальные затраты;
- прямые расходы по оплате труда с отчислениями на социальные нужды;
- потери от брака;
- производственные накладные расходы.

Производственные накладные расходы состоят из расходов по эксплуатации производственных машин и оборудования и цеховых расходов.

*Расходы периода* подразделяются на:

- общие и административные;
- расходы по реализации продукции;
- расходы по процентам.

К ним относится существенная часть общей массы расходов на управление, обслуживание производства, сбыт продукции, которая, зависит не от объема производства и продаж, а от организации производственно-коммерческой деятельности, деловой политики администрации, продолжительности отчетного периода, структуры предприятия и других факторов.

Важное значение при калькулировании себестоимости и оценке готовой продукции имеет группировка затрат в зависимости от времени их возникновения и отнесения на себестоимость продукции. По данному признаку затраты подразделяются на:

- а) текущие;
- б) расходы будущего периода

К *текущим* относятся расходы по производству и реализации продукции данного периода. Они принесли доход в настоящем и потеряли способность приносить доход в будущем.

*Расходы будущего периода* – это затраты, произведенные в текущем отчетном периоде, но подлежащие включению в себестоимость продукции, которая будет выпускаться в последующие отчетные периоды (например, расходы на освоение вводимых в эксплуатацию цехов, производств, на подготовку и освоение новых видов продукции на действующих предприятиях). Такие затраты должны принести доход в будущем.

*По объектам учета затрат* обычно выделяют два основных метода калькуляции затрат:

- позаказный метод;
- попроцессный метод.

На предприятии, выпускающем множество видов продукции или выполняющем множество видов работ по заказам, где каждый заказ индивидуален в своем роде и требует конкретных затрат труда, материалов и накладных расходов, затраты на выполнение каждого заказа должна подсчитываться отдельно. Такая система сбора учета затрат называется позаказной калькуляцией затрат.

Попроцессный (попередельный) метод используется для установления средней себестоимости партии одинаковых единиц затрат за период времени.

Единственной возможностью является суммирование всех затрат предприятия (или расходов центров затрат, входящих в состав предприятия) за определенный период времени и деление этих расходов на общее количество изделий, произведенных за этот период, для получения среднего показателя затрат производства в расчете на единицу продукции.

Обычно производство продукции предприятия включает более одного производственного процесса. Метод калькуляции затрат производства по процессам учитывает это путем открытия отдельных «счетов процессов», для каждого процесса и накопления всех затрат по процессу на этих счетах.

По мере производства изделия этап выхода продукции одного процесса становится этапом ввода для другого, и это отражается в счетах процессов таким образом, что суммарные затраты производства, относящиеся ко всем производимым единицам затрат до момента учета их в качестве готовых изделий, можно легко определить в любое время.

## **7.2 Классификация затрат по экономическим элементам и статьям калькуляции**

Затратами на производство лучше всего управлять в местах потребления ресурсов, т.е. там, где протекает производственный процесс или его обслуживание. В связи с этим при группировке затрат решающее значение приобретает такие объекты управления ими, как операционные и географические сегменты, места возникновения затрат, центры затрат, центры ответственности.

Для целей управления затраты на предприятии наиболее часто группируют по двум признакам:

- экономическим элементам;
- калькуляционным статьям себестоимости.

*Классификация по экономическим элементам.* Группировка затрат по экономическим элементам предусматривает объединение отдельных затрат по признаку их однородности, безотносительно к тому, на что и где они израсходованы.

Группировка затрат по экономическим элементам представляет собой величину текущих издержек производства или обращения, произведенных организацией за данный отчетный период независимо от того, закончено ли изготовление продукта, выполнена ли работа. Значимость данной классификации возрастает по мере создания предпосылок для разделения учетной системы предприятий на финансовую (бухгалтерскую) и внутреннюю (производственную, управленческую) подсистемы.

На всех промышленных предприятиях при формировании затрат по обычным видам деятельности используют следующие элементы затрат:

1. Материальные затраты
2. Заработная плата персонала предприятия
3. Отчисления на социальные нужды
4. Амортизация основных производственных фондов
5. Прочие расходы

*В состав элемента материальных затрат* включаются стоимость сырья и материалов, покупных комплектующих изделий и полуфабрикатов, использованных для производства продукции, работ и услуг производственного характера, выполненных сторонними организациями за вычетом стоимости возвратных отходов. К материальным затратам относят также стоимость топлива, энергии, вспомогательных материалов, запасных частей, инвентаря и хозяйственных принадлежностей и других материальных ценностей, израсходованных на производственные и хозяйственные нужды. К этому элементу относят также затраты на вспомогательные материалы, израсходованные на упаковку произведенной продукции, материальные ценности, израсходованные на другие производственные и хозяйственные нужды, износ малоценных и быстроизнашивающихся предметов.

*К элементу «Заработная плата персонала предприятия»* относятся затраты по оплате труда штатного и внештатного персонала, выплаты компенсирующего характера, связанные с режимом работы и условиями труда, оплата очередных и дополнительных отпусков, выплаты стимулирующего характера, премии за производственные результаты, оплата за неотработанное время, доплата за совмещение должностей.

*Отчисления на социальные нужды* осуществляются по определенным нормам от суммы оплаты труда, включаемых в затраты на производство продукции, работ и услуг.

В экономический элемент *«Амортизация основных производственных фондов»* включается сумма амортизационных отчислений на полное восстановление основных средств, нематериальных активов, доходных вложений и материальных ценностей.

К экономическому элементу «Прочие затраты» относятся затраты, которые не вошли в предыдущие экономические элементы. К ним относятся платежи по процентам за кредит банков в пределах норм установленных законодательством, командировочные расходы, представительские расходы, расходы на рекламу, расходы на подготовку кадров и др.

Группировка затрат по экономическим элементам является объектом финансового учета и показывает, что именно израсходовано на производство продукции, каково соотношение отдельных элементов в общей сумме затрат. Она позволяет определять и анализировать структуру текущих издержек производства и обращения. Для проведения такого рода анализа необходимо рассчитать удельный вес того или иного элемента в общей сумме затрат.

Группировка затрат по экономическим элементам используется при составлении сметы затрат на производство по предприятию, цехам или другим объектам управления затратами. В ней количественно отражается, сколько и каких затрат будет или фактически произведено. Она, однако, не показывает назначения производственных затрат, их связи с результатами производства и целесообразности.

Для исчисления себестоимости отдельных видов продукции производственные предприятия используют группировку затрат *по статьям калькуляции*.

Калькулирование себестоимости продукции (работ, услуг) – это исчисление величины затрат, приходящихся на единицу (выпуск) продукции. Ведомость, в которой производится расчет на единицу продукции, называется калькуляцией.

Номенклатуру статей каждое предприятие может устанавливать для себя самостоятельно с учетом своих специфических потребностей. Их примерный перечень установлен отраслевыми инструкциями по учету и калькулированию себестоимости продукции.

Все затраты предприятия, подлежащие включению в себестоимость готовой продукции (работ, услуг) включаются в себестоимость отдельных видов произведенной продукции, выполненных работ и оказанных услуг.

В наиболее общем виде номенклатура статей калькуляции выглядит следующим образом:

1. Сырье и основные материалы
2. Вспомогательные материалы
3. Возвратные отходы (вычитаются)
4. Вспомогательные материалы
5. Топливо и энергия на технологические цели
6. Расходы на оплату труда производственных рабочих
7. Отчисления на социальные нужды
8. Расходы на подготовку и освоение производства.
9. Расходы на эксплуатацию технологического оборудования.
10. Цеховые расходы.
11. Общие и административные расходы
12. Расходы по реализации продукции

### 13. Проценты по кредитам

В статье «*Сырье и основные материалы*» отражается стоимость приобретаемых со стороны основных материалов с учетом транспортных расходов, покупных материалов, используемых в процессе производства продукции.

В статью «*Вспомогательные материалы*» включаются расходы на закупку вспомогательных материалов, используемых в процессе изготовления продукции для обеспечения нормального технологического процесса.

Из затрат на материалы, включаемых в себестоимость продукции, исключается стоимость возвратных отходов.

Под отходами производства понимаются остатки сырья, материалов или полуфабрикатов, образовавшиеся в процессе превращения исходного материала в готовую продукцию, полностью или частично утратившие потребительские качества исходного сырья.

Отходы подразделяются на возвратные и невозвратные. Возвратными, используемыми в производстве, считаются отходы, которые могут быть потреблены самим субъектом для изготовления основного или вспомогательного производства. Возвратными, неиспользуемыми в производстве, считаются отходы, которые могут быть потреблены самим субъектом лишь в качестве материалов, топлива на другие хозяйственные нужды или реализованы на сторону. Безвозвратными считаются отходы, которые не могут быть использованы в производстве.

*Заработная плата основных производственных рабочих.* В эту статью включаются заработная плата основных рабочих за фактически выполненную работу, начисленная исходя из сдельных расценок, тарифных ставок и должностных окладов в соответствии с принятыми субъектом формами и системами оплаты труда, выплаты компенсирующего характера, связанные с режимом работы и условиями труда, оплата очередных и дополнительных отпусков, премии за производственные результаты.

*Отчисления на социальные нужды* – это отчисления на социальные нужды от заработной платы основных рабочих.

*Расходы на подготовку и освоение производства* – расходы на освоение новых предприятий и цехов, на подготовку и освоение новых видов продукции и новых технологических процессов.

Конкретный перечень подготовительных работ и порядок включения в себестоимость затрат, связанных с их проведением, устанавливаются учетной политикой субъекта.

В состав расходов на подготовку и освоение производства новых видов продукции и новых технологических процессов не включаются затраты, связанные с частичным возмещением конструкции изделий, модернизацией отдельных деталей, узлов и частичным пересмотром технологического процесса.

Затраты, связанные с освоением новых видов продукции, относятся к расходам будущих периодов и включаются в себестоимость продукции по частям в течение установленного срока с момента начала их серийного или массового выпуска, исходя из сметы этих затрат и количества продукции, выпускаемой в этот период времени.

*Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования* включают затраты на содержание, амортизацию и ремонт производственного и подъемно-транспортного оборудования, цехового транспорта, рабочих мест, а также амортизацию, и затраты на восстановление инструментов и приспособлений.

В статью «*Цеховые расходы*» относятся затраты на содержание аппарата управления цеха и прочего цехового персонала, сумма амортизации зданий, сооружений и инвентаря цехов, содержание и ремонт зданий, сооружений и инвентаря цехов.

*Общие и административные расходы* связаны с общим руководством, расходами общехозяйственного и административного назначения и к ним относятся:

- затраты на содержание аппарата управления и персонала в обслуживающих производствах и хозяйствах;
- расходы на содержание и обслуживание технических средств управления, узлов связи, средств сигнализации и других технических средств управления, не относящихся к производству;
- затраты, связанные с использованием услуг связи;
- расходы на командировки административного персонала управления;
- конторские, типографские, почтово-телеграфные и телефонные расходы;
- представительские расходы;
- оплата услуг банка;
- оплата консультационных (аудиторских), информационных услуг;
- амортизация, ремонт зданий, сооружений общеадминистративного назначения;
- прочие управленческие расходы.

*Расходы по реализации* включают следующие затраты:

- заработная плата работников отдела сбыта, отчисления от заработной платы работников отдела сбыта, командировочные расходы, амортизационные отчисления и расходы по содержанию основных средств, используемых при реализации готовой продукции и другие;
- транспортировка грузов до пункта отправления, погрузочно-разгрузочные работы;
- затраты, связанные с хранением продукции;
- расходы по изучению рынков сбыта и продвижению товара на рынок, расходы на разработку и издание рекламных изделий, участие в выставках, ярмарках и другие расходы.

*Расходы по процентам.* К таким расходам относятся:

- оплата процентов по кредитам банков;
- оплата процентов по кредитам поставщиков;
- расходы по выплате процентов по аренде имущества и прочие.

В представленной номенклатуре себестоимости с 1 по 10 статьи образуют производственную себестоимость, которые непосредственно связаны с производством продукции.

Общие и административные расходы, расходы по реализации продукции, расходы по процентам (статьи 11-13) относятся к расходам периода.

В отличие от затрат на производство продукции эти расходы не зависят от объема производства и определены как постоянные расходы, не связанные с конкретными видами реализованной продукции или услуг, отсюда их целесообразнее исчислять по периодам времени, а не основе объемов продукции.

Расходы периода списываются в том отчетном периоде, в котором они произведены, и не переносятся на последующие периоды в остатках нереализованной продукции и незавершенного производства. Эти вопросы важны, в частности, для принятия обоснованных решений в ценовой политике субъекта.

### 7.3 Классификация затрат с точки зрения управления ими

В практической деятельности руководителю производственного предприятия приходится принимать множество управленческих решений, как, например:

- выпуск какой продукции продолжать или прекратить;
- производить или покупать комплектующие изделия;
- какую установить цену на продукцию;
- покупать ли новое оборудование;
- менять ли технологию и организацию производства и др.

Для достижения желаемых результатов необходимо пользоваться информацией о затратах, используя различные методы их группировки и обобщения.

В этих условиях важное значение имеет группировка затрат *по отношению к объему производства*. По данному признаку затраты подразделяются на постоянные и переменные.

*Постоянные затраты не зависят от динамики объема производства и продаж продукции*, то есть не изменяются при изменении объема производства.

Однако постоянные затраты, рассчитанные на единицу продукции, изменяются при изменении объема производства.

*Переменные затраты зависят от объема и изменяются прямо пропорционально изменению объема производства* (или деловой активности) компании. По мере его повышения растут и переменные затраты, и наоборот (например, заработная плата производственных рабочих, изготавливающих определенный вид продукции, *затраты сырья и материалов*).

К постоянным (условно-постоянным) издержкам гостиничного хозяйства относят затраты, не зависящие от изменения величины гостиничного продукта (величины выручки от реализации услуг гостиницы). Эти затраты снижаются на единицу продукции и услуг с ростом их объема. Большинство эксплуатационных расходов гостиницы по своему характеру являются постоянными. К ним относятся: отчисления на амортизацию, аренду, оплата труда, отчисления и затраты на ремонт основных средств и другие.

Под переменными (условно-переменными) понимают издержки, общая величина которых находится в непосредственной зависимости от величины гостиничного продукта. Они изменяются в зависимости от объема услуг гостиницы, причем пропорционально объему услуг, регрессивно или прогрессивно. К ним относятся: расходы на воду, стирку белья, транспортные услуги, расходы

на электроэнергию, рекламу, затраты на выдачу туристам необходимых предметов гостеприимства.

По способу отнесения на себестоимость затраты подразделяют на прямые и косвенные. Прямые затраты характерны тем, что могут быть непосредственно отнесены на себестоимость услуг.

Затраты, отнесенные к косвенным, распределяются по подразделениям, видам деятельности пропорционально показателю выручки от реализации продукции и услуг. К косвенным статьям в калькуляции относятся общеэксплуатационные и управленческие расходы.

Переменные затраты, рассчитанные на единицу продукции, представляют собой постоянную величину.

Кроме того, существуют *смешанные затраты*, которые содержат как постоянный, так и переменный компоненты. Часть этих затрат изменяется при изменении объема производства, а другая часть не зависит от объема производства и остается фиксированной в течение отчетного периода. Например, месячная плата за телефон включает постоянную сумму абонентской платы и переменную часть, которая зависит от количества и длительности междугородних телефонных разговоров.

В процессе принятия управленческих решений руководитель должен обладать достаточной информацией, которая сулила бы выгоду предприятию от производства того или иного вида товара. В этих условиях особую значимость приобретает разделение затрат на следующие виды:

- 1) альтернативные (вмененные);
- 2) дифференциальные;
- 3) безвозвратные;
- 4) инкрементные;
- 5) маржинальные;
- 6) релевантные.

Затраты, обусловленные отказом от одного товара в пользу другого, называют *альтернативными (вмененными) затратами*. Они означают упущенную выгоду, когда выбор одного действия исключает появление другого действия. Альтернативные затраты возникают в случае ограниченности ресурсов. Если ресурсы не ограничены, вмененные издержки равны нулю.

*Дифференциальные затраты* – это величина, на которую отличаются затраты при рассмотрении двух альтернативных решений. Например, рассматриваются два альтернативных места для строительства нового производственного цеха. Если будет выбран район «А», ежегодные затраты по его содержанию предположительно составят 800 тыс. тенге., если район «В» – 600 тыс. тенге. Дифференциальные затраты по содержанию производственного цеха составят 200 тыс. тенге (800 - 600).

*Безвозвратные затраты* – это такие затраты, которые были сделаны в прошлом в результате ранее принятого решения. Следовательно, они не могут повлиять на будущие затраты и не могут быть изменены никаким настоящим или будущим действием. Примером таких затрат может быть первоначальная стоимость закупленных материалов и оборудования. Несмотря на то, что при-

обретенные ресурсы не используются сейчас, затраты на их приобретение не могут быть изменены никакими будущими действиями.

*Инкрементные затраты* являются дополнительными и возникают в случаях производства какой-то партии продукции дополнительно. Например, если в результате какого-то решения увеличиваются постоянные затраты (выплачивается премия за сверхурочные работы), то эти затраты называют инкрементными. Если принятое решение о дополнительном выпуске не влечет за собой увеличения абсолютной суммы постоянных затрат, то инкрементные затраты равны нулю.

*Маржинальные затраты* – это дополнительные затраты, когда производится еще одна единица продукции. Такие затраты рассчитываются не на весь выпуск, а на единицу продукции.

Маржинальные затраты обычно различны при разных объемах производства. Они уменьшаются с увеличением выпуска продукции.

В зависимости от специфики принимаемых решений затраты подразделяются на релевантные и нерелевантные.

*Релевантными* (т.е. существенными, значительными) затратами можно считать только те затраты, которые зависят от рассматриваемого управленческого решения. В частности, затраты прошлых периодов не могут быть релевантными, поскольку повлиять на них уже нельзя. В то же время, вмененные затраты (упущенная выгода) релевантны для принятия управленческих решений.

В целях контроля и регулирования уровня затрат применяется их следующая классификация: регулируемые и нерегулируемые; эффективные и неэффективные; контролируемые и неконтролируемые.

*По степени регулируемости затраты подразделяются на полностью, частично и слабо регулируемые.*

Полностью регулируемые затраты возникают, прежде всего, в сферах производства и распределения. Это затраты, зарегистрированные по центрам ответственности и величина их зависит от степени регулирования со стороны менеджера. Частично регулируемые затраты, имеют место главным образом в НИОКР, маркетинге и обслуживании клиентов. Слабо регулируемые затраты возникают во всех функциональных областях.

Степень регулируемости затрат зависит от специфики конкретного предприятия: применяемой технологии, организационной структуры, корпоративной культуры и других факторов. Поэтому универсальной методики классификации затрат по степени регулируемости не существует – ее можно разработать только применительно к конкретному предприятию.

Оценка управленческой деятельности строится и на классификации затрат на *эффективные и неэффективные*.

*Эффективные* – это затраты, в результате которых получают доходы от реализации тех видов продукции, на выпуск которых были произведены эти затраты. *Неэффективные* – это расходы непроизводительного характера, в результате которых не будут получены доходы, так как не будет произведен продукт. Неэффективные расходы – это потери на производстве. К ним относят по-

тери от брака, простоев, недостачи незавершенного производства и материальных ценностей, порча материалов и др.

Важное значение в управлении затратами имеет система контроля, которая обеспечивает полноту и правильность действий в будущем, направленных на снижение затрат и рост эффективности производства. Для обеспечения системы контроля за затратами их разделяют на контролируемые и неконтролируемые.

*Контролируемые* – это затраты, которые поддаются контролю со стороны субъектов управления. По своему составу они отличаются от регулируемых, так как имеют целевой характер и могут быть ограничены какими-то отдельными расходами.

*Неконтролируемые* – это затраты, не зависящие от деятельности субъектов управления.

Для того, чтобы система контроля затрат на предприятии была эффективной, необходимо вначале выделить центры ответственности, где формируются затраты, классифицировать затраты, а затем воспользоваться системой управленческого учета затрат. В результате руководитель предприятия получит возможность своевременно выделять «узкие места» в планировании, формировании затрат и принимать соответствующие решения.

Теоретическая база классификации затрат очень хорошо проработана, этим вопросам посвящено много специальной литературы по управленческому учету, написано много учебников. Предлагаемые учеными подходы к классификации затрат носят рекомендательный характер, и каждое предприятие самостоятельно решает как классифицировать свои затраты.

Однако отчетность о себестоимости для внутренних нужд отмечается чрезвычайной детализацией с целью показа издержек производства, в первую очередь по сферам ответственности, затем по изделиям и по статьям затрат.

Каждый предприниматель разрабатывает свою структуру калькуляции, лишь бы она отвечала требованиям строгого и точного учета издержек фирмы и не встречала особых возражений со стороны налоговых органов.

Под *калькулированием себестоимости* следует понимать не только исчисление фактической себестоимости единицы произведенной продукции, но и другие работы по исчислению себестоимости:

- продукции, работ, услуг вспомогательных производств, потребленных основным производством;
- промежуточных продуктов (полуфабрикатов) подразделений основного производства, используемых на последующих стадиях производства;
- продукции подразделений предприятия для выявления результатов их деятельности;
- всего выпуска предприятия;
- выпуска и соответственно единицы вида готовой продукции и полуфабрикатов собственного производства (выполненных работ или оказанных услуг и т.д.), реализуемых на сторону.

Калькуляция себестоимости необходима для определения цены единицы продукции, соизмерения затрат предприятия с результатами его производ-

ственно-хозяйственной деятельности, определения уровня эффективности работы предприятия и других целей.

*Объектами калькулирования*, например, в гостинице могут быть:

- гостиничный номер;
- единица услуги;
- блюдо, напиток;
- предоставление помещения для деловых встреч, выставок, банкетов и

т.п.

На предприятиях общественного питания, в том числе в ресторанах, объектом калькулирования являются:

- блюдо;
- кондитерское изделие;
- коктейли;
- напиток и т.д.

*Калькуляционная единица* должна соответствовать единице измерения, принятой в отраслевом стандарте и производственной деятельности предприятия в натуральном выражении.

Для предприятий гостиничного бизнеса в качестве объекта калькулирования (носителя затрат) необходимо использовать вид услуг. Гостиница оказывает разнообразные услуги. Поэтому необходимо калькулировать себестоимость не только услуги проживания, но и каждой из услуг, предоставляемых гостиницей, не только с целью определения величины затрат, связанных с оказанием той или иной услуги, но и для управления ими. Калькулирование себестоимости услуг по видам позволит гостиницам прогнозировать экономические последствия целесообразности дальнейшего оказания тех или иных услуг, установление оптимальных (снижения, повышения) цен на услуги. Достижение этой цели поможет классификация гостиничных услуг, позволяющая создать базу для систематизации затрат в учете предприятий гостиничного бизнеса:



Рисунок 7.1 – Классификация гостиничных услуг

Статьи калькуляции себестоимости услуг в гостиницах могут включать следующие расходы:

- расходы на содержание аппарата управления гостиничного хозяйства
- затраты на оплату труда
- начисления от суммы оплаты труда;
- расходы на содержание зданий и помещений - данная статья используется, если аппарат управления территориально обособлен, при этом состав расходов соответствует цеховым расходам);
- расходы на содержание зданий и территорий;
- амортизация (износ) основных средств
- износ оборотных средств хозяйственного назначения – столовое и постельное белье, спецодежда, спецобувь, предметы гигиены и т.п.;
- резерв на ремонт основного капитала;
- текущий ремонт и техническое обслуживание основного капитала;
- электроэнергия;
- водоснабжение и канализация;
- отопление;
- стирка белья, услуги прачечных;
- телефонизация, радиовещание и интернет.

- прочие расходы по содержанию зданий и территорий: эксплуатационные материалы; оплата услуг по вывозу мусора; дезинфекция и дезинсекция; технадзор за лифтовым хозяйством; охрана труда; транспортные расходы;
- сборы, налоги, отчисления.

Перечень статей калькуляции для ресторанов аналогичен.

На предприятиях общественного питания себестоимость блюд, полуфабрикатов, продуктов собственного производства формируется исходя из затрат на сырье, используемое при их производстве. Таким образом, для сферы общественного питания под калькуляцией следует понимать формирование продажной стоимости блюда.

Определить стоимость готового блюда, помимо расчетного способа, можно на основании распоряжения руководителя. Расчетный способ достаточно трудоемкий, но, не смотря на это, некоторые организации не хотят от него отказываться. Для того, что бы определить себестоимость готовых блюд, необходимо знать не только стоимость используемого сырья, но и количество сырья.

В себестоимость готовых блюд включаются так же расходы, которые организация несет при их изготовлении. Они определяются как нормы естественной убыли. Себестоимость продукции общественного питания зависит на прямую, от рыночной стоимости продукции, поскольку закупочная цена продукции играет важную роль в расчете средств на закупку сырья.

*Под методом учета затрат на производство и калькулирования себестоимости* продукции обычно понимают совокупность приемов организации документирования и отражения производственных затрат, обеспечивающих определение фактической себестоимости продукции и необходимую информацию для контроля за этим процессом.

Выбор метода калькулирования себестоимости продукции связан с технологией производства, его организацией, особенностями выпускаемой продукции.

В основе классификации методов – объекты учета затрат на производство, объекты калькулирования и способы контроля за себестоимостью. При всем многообразии их можно сгруппировать по двум основным направлениям: объектам учета затрат и по оперативности контроля за затратами.

*По объектам учета затрат* обычно выделяют два основных метода калькуляции затрат:

- позаказный метод;
- попроцессный метод;
- нормативный метод.

По оперативности контроля существуют методы учета затрат в процессе производства продукции и методы учета и калькулирования прошлых затрат.

Остановимся на трех основных методах, предусмотренных в типовых методических рекомендациях по планированию, учету и калькулированию себестоимости продукции.

Основными методами учета затрат и калькулирования себестоимости продукции являются *позаказный и попроцессный* методы, остальные системы калькулирования, как правило, представляют собой разновидности названных ме-

тодов. В управленческом учете объединены отечественные простой (попроцессный) и попередельный методы в один, который переводится как «попроцессное калькулирование» (process-costing), кроме того, существенных различий между содержанием «процесса» и «передела» практически не существует.

Рассмотрим подробнее каждый из указанных методов.

*Позаказный метод калькулирования затрат.*

При позаказной калькуляции объектом калькулирования является отдельный заказ, отдельная работа, которая выполняется в соответствии с особыми требованиями заказчика, и срок исполнения каждого заказа относительно небольшой. Работа обычно проводится на заводе или в мастерской, где заказ проходит через ряд операций в качестве непрерывно определяемой единицы.

Этот метод применяется там, где каждая единица затрат отличается от любой другой единицы затрат, и хотя определенные заказы время от времени повторяются, желательно всякий раз, когда эти затраты возникают, определять их заново.

Сдельная работа характеризуется большим разнообразием заказов клиентов, выполняемых в производственной мастерской или на заводе. Рабочие работают на производственном оборудовании над серией заказов в течение непродолжительных периодов времени, что требует наличия надежной системы производственного планирования и контроля.

Затраты аккумулируются на индивидуальной основе для каждого заказа, выполняемого на заводе.

Материалы, используемые для выполнения каждого заказа, должны учитываться по соответствующим требованиям на отпуск материалов, выписываемым либо мастером, отвечающим за выполнение заказа, либо отделом производственного контроля.

Время, затраченное на каждый заказ, учитывается в позаказных цеховых нарядах или табелях учета времени лицами, выполняющими работу, и оценивается отделом калькуляции затрат, который вносит соответствующие данные в карточку учета затрат.

На каждый заказ начисляется своя доля производственных накладных расходов завода по мере прохождения заказа через различные производственные центры затрат предприятия. Начисление проводится на основе predetermined баз распределения.

*Попроцессный метод.*

Попроцессный (попередельный) метод используется для установления средней себестоимости партии одинаковых единиц затрат за период времени.

Этот метод применяется в тех случаях, когда практически невозможно установить расходы, связанные с отдельными единицами затрат (как это происходит при использовании метода позаказной калькуляции), из-за непрерывного характера процесса производства. Примером единицы продукции, подходящей под определение калькуляции по процессам, является тонна нефти на нефтеперерабатывающем заводе. Нефть перерабатывается непрерывно, и каждая тонна имеет те же характеристики, что и предыдущая. Невозможно установить точные затраты на определенные тонны, прошедшие цикл переработки.

В тех случаях, когда используется метод калькуляции затрат производства по процессам, все производимые единицы продукции предназначены для создания запасов.

Единственной возможностью является суммирование всех затрат предприятия (или расходов центров затрат, входящих в состав предприятия) за определенный период времени и деление этих расходов на общее количество изделий, произведенных за этот период, для получения среднего показателя затрат производства в расчете на единицу продукции.

Обычно производство продукции предприятия включает более одного производственного процесса. Метод калькуляции затрат производства по процессам учитывает это путем открытия отдельных «счетов процессов», для каждого процесса и накопления всех затрат по процессу на этих счетах.

По мере производства изделия этап выхода продукции одного процесса становится этапом ввода для другого, и это отражается в счетах процессов таким образом, что суммарные затраты производства, относящиеся ко всем производимым единицам затрат до момента учета их в качестве готовых изделий, можно легко определить в любое время.

Метод *попартионной калькуляции* затрат сочетает элементы как позаказной, так и попроцессной калькуляции затрат. Партия определяется как количество одинаковых единиц затрат (как при калькуляции затрат производства по процессам), рассматриваемое в качестве заказа (как при позаказной калькуляции затрат) отдельно от всех других заказов или процессов, выполняемых предприятием.

#### *Нормативный метод.*

Задачей нормативного метода учета затрат на производство являются своевременное предупреждение нерационального расходования материальных, трудовых и финансовых ресурсов. В основе своей он содержит технически обоснованные расчетные величины затрат рабочего времени, материальных и денежных ресурсов на единицу продукции, работ, услуг. Нормы производственных затрат отражают технический и организационный уровень развития предприятия, влияют на его экономику и на конечный результат деятельности. Отклонения от норм показывают, как соблюдаются технология изготовления продукции, нормы расхода сырья, материалов, затрат труда и т.д. Они делятся на положительные, означающие экономию в затратах, и отрицательные, вызывающие их увеличение.

Расчеты фактической себестоимости осуществляются по следующей формуле:

$$\mathbf{Фс = Нс \pm Он \pm Ин,} \quad (61)$$

Где  $\mathbf{Фс}$  — фактическая себестоимость;

$\mathbf{Нс}$  — нормативная себестоимость;

$\mathbf{Он}$  — отклонения от норм (экономия или перерасход);

$\mathbf{Ин}$  — изменения норм (в сторону их увеличения или уменьшения).

Таким образом, можно определить основные элементы нормативного метода учета затрат производства:

- составление нормативных калькуляций по изделиям с учетом изменений норм на начало текущего месяца;
- отдельный учет затрат производства по нормам и отклонениям от норм;
- учет изменений норм, составление отчетных калькуляций;
- анализ фактически произведенных затрат, выявление и устранение причин отклонений от норм.

Нормативный метод учета обеспечивает оперативность и возможность предварительного контроля производственных затрат и фактически удовлетворяет все требования управленческого учета, что говорит о назначении учетной информации и её важности. Нормативный метод соответствует широко применяемой на Западе системе «стандарт-кост» («standart-cost»), которая состоит из стандартов (норм) на затраты материалов, труда, накладных расходов и разработанных на их основе стандартных калькуляций.

Рассмотрим метод учета затрат на производство по системе «Директ-костинг».

Директ-костинг – система управленческого (производственного) учета, возникшая и развивающаяся в условиях рыночной экономики. В нашей стране распространена система учета и калькулирования полной себестоимости. При методе директ-костинг учитывается ограниченная (усеченная) себестоимость, в которую включаются только прямые (переменные) расходы, а доля постоянных расходов списывается непосредственно на счет реализации.

Рассмотрим отличие учета по элементам от учета полных затрат:

- учет по видам затрат (здесь отсутствуют принципиальные особенности);
- учет затрат по местам возникновения (организовывается с разделением на постоянную/переменную части, причем как учет плановых затрат и их отклонений от фактических);
- учет по носителям затрат (постоянные затраты не распределяются между носителями и только переменные относят на носители);
- учет результатов по носителям затрат (переменные затраты на единицу вычитают из цены изделия и на основе разности исчисляют брутто-прибыль);
- учет результатов за период (общую выручку за период сравнивают с величиной переменных затрат, а общую сумму постоянных затрат за период относят на тот период, в котором она возникла).

Систему «директ-костинг» нельзя определенно отнести ни к методам учета затрат на производство, ни к методам калькулирования. Возможность ее применения в практике отечественных предприятий предполагает интеграцию в единую систему управленческого (производственного) учета методов учета затрат на производство, калькулирования себестоимости продукции, учета производственных результатов, анализа затрат и результатов и принятия управленческих решений. Именно эти элементы являются составными частями западной системы управленческого (производственного) учета «директ-костинг».

Свойственное для западной организации учета разделение общей бухгалтерии на управленческую (производственную) и финансовую не характерно для

отечественной практики. Директ-костинг на Западе может применяться при обоих вариантах связи производственной и финансовой бухгалтерии. Поэтому его можно использовать при существующей на наших предприятиях единой системе бухгалтерского учета.

На отечественных предприятиях хорошо налажен учет затрат по местам их возникновения (участкам, бригадам, цехам, производственным подразделениям). Дополнение этого учета классификацией затрат по месту их возникновения на постоянные и переменные повысит аналитичность производственного учета, причем без особых трудозатрат.

Калькулирование на уровне прямых (переменных) расходов, осуществляемое в системе «директ-костинг», значительно повышает точность калькуляций, поскольку в этом случае в них включаются только расходы, непосредственно связанные с производством данного изделия, и себестоимость изделия не искажается в результате косвенного распределения большого количества постоянных расходов. Это ведет к сокращению объема учетно-калькуляционных работ и увеличению сроков, периодичности составления фактических отчетных калькуляций до одного раза в квартал или даже в год.

Нормативные калькуляции изделий по переменным затратам – один из элементов интеграции директ-костинга и нормативного учета, положительно влияющий на оперативность и аналитичность производственного учета.

Планирование, учет и калькуляция себестоимости услуг предприятий гостеприимства определяются рядом факторов, которые можно подразделить на внутренние и внешние. К внешним факторам можно отнести: экономическую ситуацию в стране; государственную налоговую политику; систему ценообразования; наличие или отсутствие конкуренции; инфляцию; валютный курс; стоимость услуг других отраслей; особенности эксплуатационной деятельности. Основными особенностями эксплуатационной деятельности гостиничного хозяйства являются: строго локальный характер услуг, отсутствие незавершенного производства по основной деятельности; постоянная зависимость эксплуатационной деятельности от потребления его услуг; неравномерность эксплуатационной деятельности, обусловленная неравномерностью потребления услуг по месяцам, дням, неделям, что значительно усложняет организацию эксплуатационной деятельности и отражается на себестоимости и других экономических показателях; отсутствие пропорциональной зависимости эксплуатационных затрат от конечного результата деятельности, измеряемого количеством использованных мест (некоторые эксплуатационные затраты находятся в пропорциональной зависимости от разных натуральных показателей); непосредственная зависимость качества обслуживания проживающих от организации труда и эксплуатационной деятельности, развития материально-технической базы, что отражается в росте стоимости основного капитала.

Внутренние факторы, влияющие на издержки предприятия гостеприимства, можно подразделить на экономические и организационные. К экономическим факторам относятся: порядок начисления амортизации; эксплуатационная программа гостиницы; производственная программа предприятия общественного питания; формы и системы оплаты труда; система премирования работни-

ков; эффективность и производительность труда; величина гостиничного продукта, система показателей товарооборота и другие. К организационным факторам относятся: тип и категория гостиницы; тип предприятия общественного питания; качество номерного фонда; развитие материально-технической базы; организация труда работников предприятия, концепция ресторана; рекламная политика, система ценообразования и другие.

## **КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ**

1. По какому признаку осуществляется группировка затрат на:
  - снабженческо-заготовительные;
  - производственные;
  - коммерческо-сбытовые;
  - организационно-управленческие.
2. По какому признаку осуществляется классификация затрат на переменные и постоянные.
3. Какие затраты осуществляются в интересах многих подразделений и которые невозможно отнести на продукт?
4. Как изменяются постоянные расходы с изменением объема производства?
5. Что представляет собой калькуляция продукции?
6. Средства на оплату труда работников любого предприятия:
  - а) относятся к издержкам предприятия
  - в) формируется за счет средств бюджета
  - с) формируется из доходов от реализации продукции
  - д) формируется за счет валового дохода
  - е) формируется за счет прибыли
7. Что представляет собой смета затрат на производство продукции ?
8. Что такое безвозвратные, вмененные, принимаемые в расчет затраты?
9. Чем отличается рентабельность продаж от рентабельности продукции?

## **ГЛАВА 8 ПЛАНИРОВАНИЕ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТЕПРИИМСТВА**

### **8.1 Функции, задачи и организация планирования**

В современных условиях устойчивость и успех любого хозяйствующего субъекта может обеспечить только эффективное планирование его экономической деятельности. Планирование функционирует в таких сферах, как планирование деятельности отдельной хозяйственной единицы и планирование хозяйственных отношений. Планирование, как центральное звено управления, охватывает систему принципов, методов, форм и приемов регулирования рыночного механизма в области использования ограниченных ресурсов с целью повышения конкурентоспособности хозяйственного субъекта.

Сущность планирования в условиях рыночной заключается в научном обосновании на предприятиях предстоящих экономических целей их развития и форм хозяйственной деятельности, выбора наилучших способов их осуществления, на основе наиболее полного выявления требуемых рынком видов, объемов и сроков выпуска товаров, выполнения работ и оказания услуг и установления таких показателей их производства, распределения и потребления, которые при полном использовании ограниченных производственных ресурсов могут привести к достижению прогнозируемых в будущем качественных и количественных результатов. С помощью планирования руководители предприятий обеспечивают направление усилий всех работников, участвующих в процессе производственно-хозяйственной деятельности, на достижение поставленных целей.

Рыночное планирование на предприятии служит основой современного маркетинга, производственного менеджмента и в целом всей экономической системы хозяйствования.

План – это документ, отражающий систему взаимосвязанных решений, направленных на достижение желаемого результата.

План содержит такие этапы, как: цели и задачи; пути и средства их реализации; ресурсы, необходимые для выполнения поставленных задач; пропорции, т.е. поддержание пропорциональности между отдельными элементами производства; организацию выполнения плана и контроль.

Планирование внутрипроизводственной деятельности является на предприятии важной функцией управления производством. Общие функции управления непосредственно относятся к плановой деятельности предприятий, а они в свою очередь служат их основой. Это обоснование цели, формирование стратегии, планирование работы, проектирование операций, организация процессов планирования, координация планов, мотивация плановой деятельности, контроль планов, оценка результатов, изменение планов и т.п.

Основные экономические, организационные, управленческие и социальные функции предприятия должны быть в процессе планирования его развития тесно связаны с избранной хозяйственной деятельностью и достаточно полно отражаться как в краткосрочных, так и в долгосрочных планах.

Планирование на предприятии должно служить основой организации и управления производством, являться нормативной базой для выработки и принятия рациональных организационных и управленческих решений. Во внутри-производственном плане, как и в любом другом, отдельные части или функции объединяются в единую комплексную систему социально-экономического развития предприятия.

Планирование на предприятии – это взаимосвязанная научная и практическая деятельность людей, предметом изучения которой выступает система свободных рыночных отношений между трудом и капиталом в ходе производства, распределения и потребления материальных и духовных ценностей.

В современном отечественном производстве функции планирования на предприятиях определяют не только основной предмет планово-экономической деятельности, но и главным образом объект этого планирования.

Методология планирования на предприятиях охватывает совокупность теоретических выводов, общих закономерностей, научных принципов, экономических положений, современных требований рынка и признанных передовой практикой методов разработки планов.

Методика планирования характеризует состав применяемых на том или ином предприятии методов, способов и приемов обоснования конкретных плановых показателей, а также содержание, форму, структуру и порядок разработки плана.

Процесс разработки комплексного плана социально-экономического развития является для каждого предприятия весьма сложным и трудоемким предметом деятельности и поэтому должен осуществляться в соответствии с принятой технологией планирования. Она регламентирует общепризнанный порядок, установленные сроки, необходимое содержание, требуемую последовательность процедур составления различных разделов плана и обоснование его показателей, а также регулирует механизм взаимодействия производственных подразделений, функциональных органов и плановых служб и совместной повседневной деятельности.

Методология, методика и технология плановой деятельности на предприятиях в наиболее полной мере определяют в целом предмет планирования.

Общим или итоговым предметом плановой деятельности на предприятиях служат проекты планов, которые носят различные названия: комплексный план, заказ-наряд, бизнес-план и другие.

К задачам планирования как к процессу практической деятельности относятся:

- *формулирование* состава предстоящих плановых проблем, определение системы ожидаемых опасностей или предполагаемых возможностей развития предприятия;

- *обоснование* выдвигаемых стратегий, целей и задач, которые планирует осуществить предприятие в предстоящий период, проектирование желаемого будущего организации;

- *планирование* основных средств достижения поставленных целей и задач, выбор или создание необходимых средств для приближения к желаемому будущему;

- *определение* потребности ресурсов, планирование объемов и структуры необходимых ресурсов и сроков их поступления;

- *проектирование* внедрения разработанных планов и контроль за их выполнением.

В планировании обоснование принимаемых решений и прогноз ожидаемых результатов опираются на теоретические положения и принципы, а также практические данные и факты. Теория планирования использует такое предположение, что каждое предприятие будет стремиться к повышению совокупной прибыли, обоснованию планов предприятия по выбору вида выпускаемой продукции, набору требуемой рабочей силы, закупкам необходимых ресурсов для организации производства определенного количества товаров и получению максимальной прибыли.

В изучении экономического поведения производителей и потребителей находят свое применение два взаимосвязанных метода научных исследований. Первый называется индуктивным и предполагает создание экономических теорий и принципов на основе сбора и анализа фактов. Второй - дедуктивный, или гипотетический, он означает формирование новых экономических принципов, положений, начиная с уровня теории, которая затем с помощью фактов подтверждается или опровергается. В рыночном планировании дедукция и индукция – не противостоящие, а взаимодополняющие методы экономических исследований, которые являются ориентиром при сборе и систематизации эмпирических данных. Следовательно, современная экономическая теория и научные методы исследования, прежде всего анализ и синтез, служат фундаментом планирования на предприятии и перспективного прогнозирования развития предприятий.

Конечным результатом планирования является ожидаемый экономический эффект, определяющий в общем виде степень достижения заданных плановых показателей, социально-экономических и других целей. Сравнение планируемого и фактического эффекта является основанием для оценки достигнутых конечных результатов, но и степени научной разработанности применяемых методов планирования на предприятии.

Быстрые темпы роста и постоянное совершенствование экономики современного Казахстана всем хорошо известны. Однако очень немногим субъектам хозяйствования удастся вести дело так, что им можно просто позавидовать. Успех деятельности предприятия во многом зависит от тщательно продуманной политики, хорошо разработанного плана действий.

Не все фирмы пользуются официально принятыми системами планирования, а те, что пользуются, не всегда делают это хорошо, несмотря на то, что внутрифирменное планирование сулит целый ряд выгод. В их числе системное осмысливание ситуации, более четкая координация усилий всего предприятия, более точная постановка задач и прочее. Все это должно привести к повышению конкурентоспособности предприятия и росту его прибыли.

Процесс планирования начинается с постановки общих целей, что дает возможность выбрать направление работы. Цели являются категорией долгосрочного планирования. Они получают свою конкретизацию в постановке краткосрочных задач.

Содержание внутрифирменного планирования как функции управления крупной промышленной фирмой состоит в обоснованном определении основных направлений и пропорций развития производства с учетом материальных источников его обеспечения и спроса рынка. Сущность планирования проявляется в конкретизации целей развития всей фирмы и каждого подразделения в отдельности на установленный период; определении хозяйственных задач, средств их достижения, сроков и последовательности реализации; выявлении материальных, трудовых и финансовых ресурсов, необходимых для решения поставленных задач.

Таким образом, назначение планирования как функции управления состоит в стремлении заблаговременно учесть по возможности все внутренние и внешние факторы, обеспечивающие благоприятные условия для нормального функционирования и развития предприятий, входящих в фирму. Оно предусматривает разработку комплекса мероприятий, определяющих последовательность достижения конкретных целей с учетом возможностей наиболее эффективного использования ресурсов каждым производственным подразделением и всей фирмой. Поэтому планирование призвано обеспечить взаимоувязку между отдельными структурными подразделениями фирмы, включающими всю технологическую цепочку: научные исследования и разработки, производство и сбыт. Эта деятельность опирается на выявление и прогнозирование потребительского спроса, анализ и оценку имеющихся ресурсов и перспектив развития хозяйственной конъюнктуры. Отсюда вытекает необходимость увязки планирования с маркетингом и контролем с целью постоянной корректировки показателей производства и сбыта вслед за изменениями спроса на рынке.

Планирование – это основной инструмент жизнедеятельности предприятия. Планирование – это прежде всего процесс выработки цели и принятие решений нацеленные на достижение цели в перспективном периоде.

Если предприятие ставит цель и принимает решение без предварительных расчетов, без планирования, это обусловлено большим риском.

*Основными функциями планирования являются:*

- предвидение перспективы развития предприятия на будущее;
- более рациональное использование всех ресурсов предприятия
- снижения риска банкротства
- ориентирование предприятия на своевременное обновление и модернизация продукции, повышения ее качества, а также на эффективное проведение научно-технической политики
- повышение эффективности производства и другие.

Первыми самым существенным решением при планировании будет выбор цели предприятия. Осознание целей и их четкая постановка сложный и ответственный момент предпринимательской деятельности. Здесь мало интуиции и

даже таланта, нужны знания и информация, нужен тщательный анализ, рациональный расчет.

Хорошо поставленная цель – половина предпринимательского успеха.

Осознание целей деятельности предприятия начинается с анализа текущего положения дел. Это так называемый ситуационный анализ, в ходе которого собирается и изучается информация об условиях, в которых предстоит действовать предприятию - об отрасли и регионе, рыночной среде, конкурентах и потребителях.

Экономическая ситуация развивается по-разному, как в отраслях, так и в регионах.

Отдельные отрасли, как электроника, информатика, биотехнология развиваются бурно, другие спокойно, третьи же наоборот угасают. Ясно, что приоритетными для бизнеса являются динамичные, как правило, новые отрасли.

В отдельных регионах экономический процесс развивается бурно, а в других регионах наблюдается застой. Предприниматели уходят из стагнирующих регионов и пробиваются к процветающим.

Тип конкуренции (свободная конкуренция или монополистический тип конкуренции).

Внешняя среда предприятия многогранна, изменчива и неоднозначна. Множество факторов воздействуют или могут воздействовать в будущем на предприятие.

Анализ внешней среды представляет собой процесс, посредством которого контролируют внешние по отношению к организации факторы, чтобы определить возможности и угрозы для фирмы.

Угрозы и возможности с которыми сталкивается предприятие, можно выделить в следующие области:

1) *Экономические факторы.* Текущее и прогнозируемое состояние экономики может иметь драматическое влияние на цели организации. Некоторые факторы в экономической среде должны постоянно диагностироваться и оцениваться. Среди них темпы инфляции и дефляции, уровни занятости, международный платежный баланс, налоговая ставка и другие

2) *Политические факторы.* Руководство должно следить за нормативными документами местных органов, правительства для финансирования долгосрочных вложений, политическая ситуация в пределах и за пределами страны

3) *Рыночные факторы.* Изменчивая внешняя среда представляет собой область постоянного беспокойства для организаций. В анализ рыночной внешней среды входят многочисленные факторы: изменяющиеся демографические условия, жизненные циклы различных изделий, легкость проникновения на рынок, уровень конкуренции в отрасли

4) Технологические факторы

5) Международные факторы

6) и другие.

При анализе внешней среды предприятие может создать перечень опасностей и возможностей, с которыми она сталкивается в этой среде.

Отношения предприятия с внешней средой не бывают стабильными. Меняется среда, меняется и внутреннее состояние предприятия. Появляются новые технологии, новые виды продукции, меняются потребности и запросы покупателей, появляются новые конкуренты. Изменяются цены и т.д.

Задача предприятия заключается в соответствии его деятельности внешней среде и целенаправленного воздействия на нее в целях своих интересах.

После анализа внешней среды руководство должно провести анализ и оценку сильных слабых сторон организации.

К внутренней среде предприятия относятся:

1) Маркетинг

а) Доля рынка и конкурентоспособность. Желаемая доля рынка в % к его общей емкости является существенной целью, которая устанавливается и контролируется высшим руководством.

в) Разнообразие и качество ассортимента продукции

с) рыночные исследования и разработки

д) эффективный сбыт, реклама и продвижение товара

е) прибыли

2) Финансы. Анализ финансового состояния может выявить уже имеющиеся и потенциальные внутренние слабости, а также относительное положение предприятия в сравнении с его конкурентами.

3) Производство

4) Человеческие ресурсы

5) другие

Выявляя сильные и слабые стороны на основе учета предполагаемых изменений внешней среды предприятие определяет какие цели достижимы, а какие нет. Оно должно делать то, что соответствует его техническим возможностям, накопленному опыту.

После того, как собрана информация о внешней среде, текущем положении и общих возможностях предприятия, можно переходить к определению цели деятельности предприятия.

Постановка цели. Общая цель предприятия очевидно - получение прибыли.

Следующим этапом является моделирование деятельности предприятия.

## **8.2 Система планов на предприятии и их взаимосвязь**

В хозяйственной практике отечественных предприятий общепризнано выделяются две основные системы или вида рыночного планирования: технико-экономические и оперативно-производственные.

Технико-экономическое планирование предусматривает разработку целостной системы показателей развития техники и экономики предприятия в их единстве и взаимозависимости как по месту, так и по времени действия. В ходе данного этапа планирования обосновываются оптимальные объемы производства на основе учета взаимодействия спроса и предложения на продукцию и услуги, выбираются необходимые производственные ресурсы и устанавливаются

ются рациональные нормы их использования, определяются конечные финансово-экономические показатели и т.п.

Оперативно-производственное планирование является следствием технико-экономического и представляет собой его последующие развитие и завершение. На данном этапе устанавливаются текущие производственные задания отдельным цехом, участком и рабочим местом, осуществляются разнообразные организационно-управленческие воздействия с целью корректировки процесса производства.

Система планов на предприятии может быть систематизирована по таким основным классификационным признакам как:

1) *по содержанию* следует выделить: технико-экономические, оперативно-производственные, организационно-технические, социально-трудовые, снабженческо-сбытовые, финансовые, бизнес-планирование, стратегическое, программное и другие;

2) *по уровню управления* в зависимости от числа линейных звеньев на предприятии различают такие виды, как корпоративное и заводское – на высшем уровне управления. На среднем уровне применяется цеховая система планирования, на нижнем – производственная, которая охватывает участки, бригады и рабочее место;

3) *по методам обоснования* находят применение системы рыночного, индикативного и административного или централизованного планирования;

4) *по времени охвата* планирование бывает краткосрочным или текущим (один год, квартал, декада или неделя), среднесрочным в пределах (1-3 лет) и долгосрочным или перспективным (от 3 до 10 лет);

5) *по сфере применения* планирование подразделяется на межцеховое, внутрицеховое, бригадное и индивидуальное;

6) *по стадиям разработок* планирование бывает предварительным, на этапе которого разрабатываются проекты планов, и окончательным;

7) *по степени точности* планирование бывает уточненным и укрупненным. Точность планов в основном зависит от применяемых методов, нормативных материалов, сроков планирования и от уровня квалификации разработчиков планов;

8) *по типам целей* планирование может быть оперативным, тактическим, стратегическим и нормативным.

*Тактическое планирование* заключается в обосновании задач и средств, необходимых для достижения заранее установленных или традиционных целей (например, завоевать лидерство на рынке сбыта продукции).

*Стратегическое планирование* включает выбор и обоснование средств, задач и целей для достижения заданных или текущих для предприятия результатов.

*Нормативное планирование* требует открытого и обоснованного выбора средств, задач, целей и идеалов. Оно не имеет установленных границ или фиксированного горизонта. В таком планировании решающую роль играет правильный выбор идеала или миссии предприятия.

В зарубежной науке и практике в планировании будущего корпорации принято выделять четыре основных вида ориентации или технологии составления планов.

По классификации Р.Л. Ансоффа, планирование бывает реактивным, инактивным, преактивным и интерактивным.

*Реактивное планирование* базируется на анализе предшествующего опыта и истории развития производства и чаще всего опирается на старые организационные формы и сложившиеся традиции. Такое планирование рассматривает производственные проблемы по отдельности, а не как соответствующую систему, и потому не учитывает взаимодействие целого и его отдельных частей. Кроме того, оно основывается на ошибочном представлении, что если избавиться от ненужного, то получится требуемый результат. Это планирование начинает менеджер низшего звена с перечня того, что нужно предусмотреть для предстоящих изменений. Затем разрабатывается проект отыскания и устранения причины недостатков, производится оценка затрат и результатов по каждому проекту и устанавливаются нужные приоритеты. Далее отбирается проект, предполагающий обычно расходование больших ресурсов, чем требуется в реальных условиях. Отобранный проект плана передается непосредственному руководителю, который после своей корректировки направляет его на следующий уровень управления. Передача проекта продолжается до тех пор, пока сводные планы не достигают высшего уровня управления, где происходит окончательный выбор варианта, знаменующий завершение аналитического процесса разработки внутрифирменного плана. Реактивное планирование, ориентированное на прошлое, очень часто приводит к вытеснению продуктов и услуг этих корпораций не только с внешнего, но и внутреннего рынка, поскольку другие фирмы лучше планируют и осваивают конкурентоспособную продукцию.

*Инактивное планирование* ориентируется на существующее положение предприятия и не предусматривает как возвращения к прежнему состоянию, так и продвижения вперед. Его основными целями являются выживание и стабильность производства. Свой стиль, традиции и правила инактивные организации ценят выше, чем экономичность или эффективность планово-производственной деятельности. Лучше всех существуют те предприятия с инактивным стилем управления, у которых выживание не зависит от продуктивности труда. Много примеров инактивного планирования можно найти на государственных предприятиях, в административных учреждениях, бюджетных организациях, а также в отделах обслуживания и функциональных службах различных предприятий (фирм). Инактивное планирование, ориентированное на настоящее, не способствует экономическому росту и развитию отечественных предприятий.

*Преактивное планирование* направлено на осуществление непрерывных изменений в различных сферах деятельности предприятий (фирм). В своем стремлении к лучшему преактивисты опираются на все достижения науки и техники, широко применяют эксперимент и прогнозирование, но мало используют накопленный опыт. Такое планирование состоит из прогнозирования будущего и подготовки к нему и осуществляется на предприятиях «сверху вниз».

Начинается оно с прогнозирования внешних условий, затем формулируются важнейшие цели предприятия и его стратегия как целостная программа их достижения. Основная трудность преактивного планирования вытекает из того факта, что чем дальше в будущее проникает прогноз, тем больше вероятная ошибка. Поэтому эффективная подготовка возможна в лучшем случае для относительно близкого будущего. Следовательно, преактивное планирование, основанное на прогнозах, может быть эффективным лишь для относительно короткого периода.

*Интерактивное планирование* заключается в проектировании желаемого будущего и изыскании путей его построения. Такое планирование поэтому скорее сосредотачивается на повышении результативности со временем, его цель максимизировать свою способность обучаться и адаптироваться или развиваться. Ускорение социально-экономических изменений делает обучение и адаптацию ключевыми моментами интерактивного планирования. Ни одну проблему как для экономики или общества в целом, так и для отдельного предприятия (фирмы) нельзя решить навсегда или надолго, и поэтому по мере ускорения изменений период действия планово-управленческих решений сокращается. Более того, решение одной проблемы создает новые, иногда и более трудные, чем решенные. Прогресс экономической науки, например, определяется в равной степени переходом как от простых проблем к сложным, так и от сложных решений к простым. Интерактивное планирование, ориентированное на взаимодействие прошлого, настоящего и будущего, направлено на повышение уровня индивидуального, организационного и общественного развития предприятия и всей страны и улучшение качества жизни людей.

Содержание рыночного планирования на предприятиях определяется такими взаимосвязанными внешними и внутренними факторами, как потребители и поставщики, объект и система показателей, методы и технология составления планов и т.п.

Всякое планирование как процесс практической деятельности включает обычно несколько этапов или стадий, основное назначение которых состоит в следующем:

*формулирование* состава предстоящих плановых проблем, определение системы ожидаемых опасностей или предполагаемых возможностей развития предприятия или фирмы;

*обоснование* выдвигаемых стратегий, целей и задач, которые планирует осуществить предприятие в предстоящий период, проектирование желаемого будущего организации;

*планирование* основных средств достижения поставленных целей и задач, выбор или создание необходимых средств для приближения к желаемому будущему;

*определение* потребности ресурсов, планирование объемов и структуры необходимых ресурсов и сроков их поступления;

*проектирование* внедрения разработанных планов и контроль за их выполнением.

Приведенный порядок планирования широко распространен на американских фирмах. На отечественных предприятиях также применяется подобная технология планирования, содержащая три основных этапа практической деятельности:

- 1) составление планов, принятие решений о будущих целях организации и способах их достижения;
- 2) организация выполнения плановых решений, оценка реальных показателей деятельности предприятия;
- 3) контроль и анализ конечных результатов, корректировка фактических показателей и совершенствование деятельности предприятия.

Правильный выбор вида, содержания и технологии внутрихозяйственного планирования на российских предприятиях имеет существенное значение не только для обоснования целей и планов, но и повышения эффективности производства и качества производимых товаров и услуг, выхода на внешний рынок.

### **8.3 Принципы и методы планирования**

Планирование деятельности является на каждом предприятии наиболее важной функцией производственного менеджмента. В планах отражаются все принятые управленческие решения, содержатся обоснованные расчеты объемов производства и продаж продукции, проводится экономическая оценка затрат и ресурсов, а также конечных результатов производства. В ходе составления планов руководители всех звеньев управления намечают общую программу своих действий, устанавливают главную цель и результат совместной работы, определяют участие каждого отдела или работника в общей деятельности, объединяют отдельные части плана в единую экономическую систему, координируют работу всех составителей планов и вырабатывают решение о единой линии трудового поведения в процессе выполнения принятых планов.

*Принцип планирования* – основные исходные положения, правила формирования, обоснования и организации разработки плановых документов.

Впервые общие принципы планирования сформулированы А. Файолем. В качестве основных требований к разработке программы действий или планов предприятия им были сформулированы пять принципов:

- *принцип необходимости планирования* означает повсеместное и обязательное применение планов при выполнении любого вида трудовой деятельности. Этот принцип особенно важен в условиях свободных рыночных отношений, поскольку его соблюдение соответствует современным экономическим требованиям рационального использования ограниченных ресурсов на всех предприятиях;

- *принцип единства планов* предусматривает разработку общего или сводного плана социально-экономического развития предприятия, то есть все разделы годового плана должны быть тесно увязаны в единый комплексный план. Единство планов предполагает общность экономических целей и взаимодей-

ствие различных подразделений предприятия на горизонтальном и вертикальном уровнях планирования и управления;

- *принцип непрерывности планов* заключается в том, что на каждом предприятии процессы планирования, организации и управления производством, как и трудовая деятельность, являются взаимосвязанными между собой и должны осуществляться постоянно и без остановки;

- *принцип гибкости планов* тесно связан с непрерывностью планирования и предполагает возможность корректировки установленных показателей и координации планово-экономической деятельности предприятия;

- *принцип точности планов* определяется многими факторами, как внешними, так и внутренними. Но в условиях рыночной экономики точность планов трудно соблюсти. Поэтому всякий план составляется с такой точностью, которую желает достичь само предприятие, с учетом его финансового состояния, положения на рынке и других факторов.

В современной практике планирования помимо рассмотренных классических широко известность имеют общеэкономические принципы.

1. *Принцип комплексности.* На каждом предприятии результаты экономической деятельности различных подразделений во многом зависят от уровня развития техники, технологии, организации производства, использования трудовых ресурсов, мотивации труда, доходности и других факторов. Все они образуют целостную комплексную систему плановых показателей, так что всякое количественное или качественное изменение хотя бы одного из них приводит, как правило, к соответствующим изменениям многих других экономических показателей. Поэтому необходимо, чтобы принимаемые плановые и управленческие решения были комплексными, обеспечивающими учет изменений как в отдельных объектах, так и в конечных результатах всего предприятия.

2. *Принцип эффективности* требует разработки такого варианта производства товаров и услуг, который при существующих ограничениях используемых ресурсов обеспечивает получение наибольшего экономического эффекта. Известно, что всякий эффект в конечном итоге заключается в экономии различных ресурсов на производство единицы продукции. Первым показателем планируемого эффекта может служить превышение результатов над затратами.

3. *Принцип оптимальности* подразумевает необходимость выбора лучшего варианта на всех стадиях планирования из нескольких возможных альтернатив.

4. *Принцип обоснованности.* План должен быть обоснованным исходя из наличия производственных мощностей, материальных, финансовых и трудовых ресурсов.

5. *Принцип научности* означает, что планирование должно осуществляться на научной основе, т.е. достоверной информации и научно обоснованных методах. Кроме того, этот принцип означает, что в планах должны использоваться самые последние достижения в науке и технике, в также передовые методы в организации производства и труда.

6. *Принцип детализации,* т.е. степени глубины планирования.

7. *Принцип простоты и ясности,* т.е. соответствия уровню понимания разработчиков и пользователей плана.

8. Целевая направленность осуществляется с учетом прошлого опыта, ныне действующего состояния и тенденции дальнейшего развития и ориентируется на высокие конечные результаты.

Следовательно, основные принципы планирования ориентируют предприятие на достижение наилучших экономических показателей. Многие принципы тесно взаимосвязаны и переплетены между собой. Некоторые из них действуют в одном направлении, например, эффективность и оптимальность. Другие, например гибкость и точность, в разных направлениях. Наряду с рассмотренными важнейшими принципами планирования большое значение в рыночной экономике имеют принципы участия и холизма в разработанном Р.Л. Ансоффом новом методе интерактивного планирования.

*Принцип участия* показывает активное воздействие персонала на процесс планирования. Он предполагает, что никто не может планировать эффективно для кого-то другого. Лучше планировать для себя – неважно насколько плохо, чем быть планируемым другими – неважно насколько хорошо. Смысл этого: увеличить свои желания и способности удовлетворить потребности как собственные, так и чужие. При этом главная задача профессиональных плановиков состоит в стимулировании и облегчении планирования другими для себя.

*Принцип холизма* состоит из двух частей: координация и интеграция.

Координация устанавливает, что деятельность ни одной части предприятия нельзя планировать эффективно, если ее выполнять независимо от остальных объектов данного уровня, а возникшие проблемы необходимо решать совместно.

Интеграция определяет, что планирование, осуществляемое независимо на каждом уровне, не может быть столь же эффективным без взаимосвязи планов на всех уровнях. Поэтому для ее решения необходимо изменение стратегии другого уровня.

Сочетание принципов координации и интеграции дает известный принцип холизма. Согласно ему, чем больше элементов и уровней в системе, тем выгодней планировать одновременно и во взаимозависимости. Эта концепция планирования «сразу всеми» противостоит последовательному планированию как сверху вниз, так и снизу вверх.

Существуют также такие принципы планирования, как централизованный, децентрализованный и комбинированный.

Методы планирования как составная часть методологии планирования представляет собой совокупность способов и приемов, с помощью которых обеспечивается разработка и обоснование плановых документов.

В зависимости от главных целей или основных подходов используемой информации, нормативной базы, применяемых путей получения и согласования тех или иных конечных плановых показателей принято различать следующие методы планирования: балансовые, экспериментальные, нормативные, балансовые, расчетно-аналитические, программно-целевые, отчетно-статистические, экономико-математические и другие.

1) Балансовый метод – основной в планировании, его использование обеспечивает необходимое соответствие потребности продукции и ресурсов для ее

производства, согласованности деятельности отдельных подразделений предприятия. Метод разработки балансов применяется при планировании сырья, основных материалов, трудовых ресурсов, доходов и расходов предприятия, при соизмерении затрат и результатов производства.

В зависимости от стадии разработки плана различают прогнозные, плановые и отчетные балансы: в зависимости от назначения – материальные, трудовые, финансовые балансы; в зависимости от вида плана – перспективные и текущие балансы.

2) Системный метод позволяет применять систему показателей для разно-сторонней оценки деятельности предприятия, экономической эффективности новой техники, качества продукции.

3) Экономико-математические методы получили широкое применение при реализации многочисленных задач при планировании производства. Важная роль принадлежит применению оптимизационных задач, решение которых позволяет выбрать оптимальное использование уровня производственных мощностей предприятия, расстановку рабочих, минимизации транспортных расходов, себестоимости производимой продукции и другие.

4) Метод экономического анализа применяется при определении показателей выполнения плана, выявлении резервов производства с целью их использования для повышения эффективности производства, при анализе эффективности отдельных направлений новой техники и т.д.

5) Матричный метод позволяет разработать экономико - математическую модель производства и реализации продукции. При этом разрабатываются математические зависимости показателей плана, выработки продукции по цехам и необходимых для этого ресурсов.

*Расчетно-аналитический* метод основан на расчленении выполняемых работ и группировке используемых ресурсов по элементам и взаимосвязи, анализе условий наиболее эффективного их взаимодействия и разработке на этой основе проектов планов.

*Экспериментальный* метод – это проектировка норм, нормативов и моделей планов на основе проведения и изучения замеров и опытов, а также учета опыта менеджеров, плановиков и других специалистов.

*Отчетно-статистический* метод состоит в разработке проектов планов на основе отчетов, статистики и иной информации, характеризующей реальное состояние и изменение характеристики деятельности предприятия.

В процессе планирования ни один из рассматриваемых методов не применяется в чистом виде.

## **8.4 Виды планирования**

В зависимости от содержания, целей и задач можно выделить следующие формы планирования и виды планов:

*Формы планирования* в зависимости от длительности планового периода:  
перспективное планирование (прогнозирование);  
среднесрочное планирование;

текущее (бюджетное, оперативное) планирование.

*Виды планов:*

1) в зависимости от содержания хозяйственной деятельности - планы НИОКР; производства; сбыта; материально-технического снабжения; финансовый план;

2) в зависимости от организационной структуры фирмы - планы производственного отделения; планы дочерней компании.

Уровень и качество планирования определяются следующими важнейшими условиями: компетентностью руководства фирмы на всех уровнях управления; квалификацией специалистов, работающих в функциональных подразделениях; наличием информационной базы и обеспеченностью компьютерной техникой.

Можно выделить некоторые характерные особенности планирования в зависимости от целей:

в американских компаниях главное - это объединение стратегий всех подразделений и распределение ресурсов;

в английских компаниях - ориентация на распределение ресурсов; в японских компаниях - ориентация на внедрение новшеств и повышение качества решений.

Планирование предполагает: обоснованный выбор целей; определение политики; разработку мер и мероприятий (образа действий); методы достижения целей; обеспечение основы для принятия последующих долгосрочных решений.

Планирование заканчивается перед началом действий по реализации плана. Планирование - это начальный этап управления, однако оно представляет собой не единственный акт, а процесс, продолжающийся до завершения планируемого комплекса операций.

Планирование направлено на оптимальное использование возможностей фирмы, в том числе наилучшее использование всех видов ресурсов и предотвращение ошибочных действий, могущих привести к снижению эффективности деятельности фирмы.

Планирование включает в себя определение:

- конечных и промежуточных целей;
- задач, решение которых необходимо для достижения целей;
- средств и способов их решения;
- требуемых ресурсов, их источников и способа распределения.

В зависимости от направленности и характера решаемых задач различают три вида планирования: стратегическое, или перспективное; среднесрочное; тактическое, или текущее (бюджетное).

*Стратегическое планирование* заключается в основном в определении главных целей деятельности фирмы и ориентировано на определение намечаемых конечных результатов с учетом средств и способов достижения поставленных целей и обеспечения необходимыми ресурсами. При этом разрабатываются также новые возможности фирмы, например, расширение производственных мощностей путем строительства новых предприятий или приобретения оборуду-

дования, изменение профиля предприятия или радикальное изменение технологии. Стратегическое планирование охватывает период в 10-15 лет, имеет отдаленные последствия, влияет на функционирование всей системы управления и основывается на огромных ресурсах.

*Текущее планирование* заключается в определении промежуточных целей на пути достижения стратегических целей и задач. При этом детально разрабатываются средства и способы решения задач, использование ресурсов, внедрение новой технологии.

*Представляет интерес следующее толкование терминов, связанных с планированием:*

*планомерность - это основа управления;*

*плановость - принцип управления;*

*планирование - важнейшая функция управления;*

*плановые задания - метод управления;*

*разработка и реализация плана - основное содержание процесса управления.*

Предприятия в современных условиях стали уделять все большее внимание развитию перспективного планирования как инструменту централизованного управления. Такое планирование, охватывающее период от 10 до 20 лет (чаще 10-12 лет), предусматривает разработку общих принципов ориентации фирмы на перспективу (концепцию развития); определяет стратегическое направление и программы развития, содержание и последовательность осуществления важнейших мероприятий, обеспечивающих достижение поставленных целей. Перспективное планирование помогает принимать решения по комплексным проблемам деятельности фирмы в международном масштабе:

определение направлений и размеров капиталовложений и источников их финансирования;

внедрение технических новшеств и прогрессивной технологии; диверсификация производства и обновление продукции; формы осуществления зарубежных инвестиций в условиях приобретения новых предприятий;

совершенствование организации управления по отдельным подразделениям и кадровой политике.

Перспективное планирование не может ориентировать фирму на достижение количественных показателей и поэтому обычно ограничивается разработкой лишь важнейших качественных характеристик, конкретизируемых в программах или прогнозах. Через них осуществляется координация перспективных направлений развития всех подразделений фирмы с учетом их потребностей и ресурсов. На основе программы разрабатываются среднесрочные планы, которые уже содержат не только качественные характеристики, но и количественные показатели, детализированные и конкретизированные с точки зрения выбора средств для реализации целей, намеченных в рамках перспективного планирования.

В системе перспективного планирования в зависимости от методологии и целей обычно различают долгосрочное планирование и стратегическое планирование.

В системе *долгосрочного планирования* используется метод экстраполяции, т.е. использование результатов показателей прошлого периода и на основе постановки оптимистических целей распространение несколько завышенных показателей на будущий период. Здесь делается расчет на то, что будущее будет лучше прошлого.

В системе долгосрочного планирования цели претворяются в программы действий, тактические планы и бюджеты (годовой план), планы прибылей, разрабатываемые для каждого из главных подразделений фирмы. Затем программы, тактические планы и бюджеты выполняются этими подразделениями и определяются отклонения фактических показателей от запланированных.

Системы долгосрочного планирования применяются в 70-80% крупнейших японских корпораций, где планирование организуется следующим образом:

- выбираются 5-10 ключевых стратегий и вокруг них формируется политика долгосрочного развития;

- одновременно принимаются среднесрочные планы для объединения стратегий в одно целое и увязки с распределением ресурсов;

- высшее руководство определяет цели каждому подразделению, а последнее разрабатывает количественные планы достижения этих целей методом "снизу вверх".

*Стратегическое планирование* ставит целью дать комплексное научное обоснование проблем, с которыми может столкнуться фирма в предстоящем периоде, и на этой основе разработать показатели развития фирмы на плановый период. В основу при разработке стратегического плана кладется:

- анализ перспектив развития фирмы, задачей которого является выяснение тенденций и факторов, влияющих на развитие соответствующих тенденций;

- анализ позиций в конкурентной борьбе, задача которого состоит в определении, насколько конкурентоспособна продукция фирмы на разных рынках и что фирма может сделать для повышения результатов работы

- в конкретных направлениях, если будет следовать оптимальным стратегиям во всех видах деятельности;

- выбор стратегии на основе анализа перспектив развития фирмы в различных видах деятельности и определение приоритетов по конкретным видам деятельности с точки зрения ее эффективности и обеспеченности ресурсами;

- анализ направлений диверсификации видов деятельности, поиск новых более эффективных видов деятельности и определение ожидаемых результатов.

При выборе стратегии необходимо иметь в виду, что новые стратегии как в традиционных отраслях, так и в новых сферах бизнеса должны соответствовать накопленному потенциалу фирмы.

Как видно из схемы, перспективы и цели связаны между собой для выработки стратегии. Текущие программы ориентируют оперативные подразделения в их повседневной работе по обеспечению текущей рентабельности; стратегические программы и бюджеты закладывают основы будущей рентабельности, что требует создания системы исполнения, построенной на управлении проектами.

Стратегический план выражен стратегией корпорации. В нем содержатся решения относительно сфер деятельности и выбора новых направлений. В нем могут перечисляться основные проекты и задаваться их приоритеты. Разрабатывается он на уровне высшего звена управления. Обычно стратегический план не содержит количественных показателей.

*Среднесрочные планы* чаще всего охватывают пятилетний срок как наиболее соответствующий периоду обновления производственного аппарата и ассортимента продукции. В них формулируются основные задачи на установленный период, например, производственная стратегия фирмы в целом и каждого подразделения (реконструкция и расширение производственных мощностей, освоение новой продукции и расширение ассортимента); стратегия сбыта (структура сбытовой сети и ее развитие, степень контроля над рынком и внедрение на новые рынки, проведение мероприятий, содействующих расширению сбыта); финансовая стратегия (объемы и направления капиталовложений, источники финансирования, структура портфеля ценных бумаг); кадровая политика (состав и структура кадров, их подготовка и использование); определение объема и структуры необходимых ресурсов и форм материально-технического снабжения с учетом внутрифирменной специализации и кооперирования производства. Среднесрочные планы предусматривают разработку в определенной последовательности мероприятий, направленных на достижение целей, намеченных долгосрочной программой развития.

Среднесрочный план обычно содержит количественные показатели, в том числе и в отношении распределения ресурсов. В нем приводятся детальные сведения в разбивке по продуктам, данные о капиталовложениях и источниках финансирования. Он разрабатывается в производственных отделениях.

*Текущее планирование* осуществляется путем детальной разработки (обычно на один год) оперативных планов для компании в целом и ее отдельных подразделений в международном масштабе, в частности, программ маркетинга, планов по научным исследованиям, планов по производству, материально-техническому снабжению. Основными звеньями текущего плана производства являются календарные планы (месячные, квартальные, полугодовые), которые представляют собой детальную конкретизацию целей и задач, поставленных перспективным и среднесрочным планами. Календарные планы производства составляются на основе сведений о наличии заказов, обеспеченности их материальными ресурсами, степени загрузки производственных мощностей и их использовании с учетом обусловленных сроков исполнения каждого заказа. В календарных планах производства предусматриваются расходы на реконструкцию имеющихся мощностей, замену оборудования, сооружение новых предприятий, обучение рабочей силы. В планы по сбыту продукции и предоставлению услуг включаются показатели по экспорту продукции, заграничному лицензированию, предоставлению технических услуг и обслуживанию.

Реализация оперативных планов осуществляется через систему бюджетов или финансовых планов, которые составляются обычно на год или на более короткий срок по каждому отдельному подразделению - центру прибыли, а затем консолидируются в единый бюджет, или финансовый план фирмы. Бюджет

формируется на основе прогноза сбыта (главным образом обеспеченности заказами и распределения ресурсов), что необходимо для достижения намеченных планом финансовых показателей (например, таких, как объем продаж, чистая прибыль и норма прибыли на инвестированный капитал). При его составлении прежде всего учитываются показатели, разработанные в перспективных или оперативных планах. Через бюджет осуществляется взаимосвязка между перспективным, текущим и другими видами планирования.

*Бюджет фирмы* представляет собой выражение оперативного плана в денежных единицах; он как бы увязывает оперативный и финансовый планы, давая возможность предвидеть конечный результат деятельности, т.е. размеры и норму прибыли. Составлением бюджетов занимаются обычно различные службы или специальные секторы. Особые комитеты, состоящие из высших администраторов, рассматривают уже готовый бюджет. Глава фирмы утверждает бюджет и несет ответственность за эффективность методов по его разработке. Основу бюджета составляет прогноз продаж и исчисление издержек производства. На основе прогноза продаж составляются планы производства, снабжения, запасов, научных исследований, капитальных инвестиций, финансирования, денежных поступлений. Бюджет фирмы охватывает все стороны ее деятельности и базируется на оперативных планах отделений и предприятий фирмы, поэтому он служит также средством координации работы всех звеньев фирмы.

Таблица 8.1 - Основные параметры и показатели по видам планирования в гостинице

Основные показатели по видам планирования			
Долгосрочное (стратегическое)	Среднесрочное	Текущее	Оперативно-Производственное
Наименование услуги	Перечень важнейшего ассортимента услуг	Перечень и количество всего ассортимента услуг	Детальный перечень и количество всего ассортимента услуг
Ориентировочная, подлежащая уточнению сумма затрат	Сумма расходования ресурсов по видам	Сумма расходования ресурсов по видам и ассортименту предоставляемых услуг	Детальные нормы расходования ресурсов по видам ассортимента предоставляемых услуг
Ориентировочные сроки исполнения	Календарные сроки исполнения	Точно установленные сроки исполнения	Суточные графики исполнения (уборка номеров)
Ответственные исполнители	Ответственные исполнители и соисполнители по этапам и видам работ	Подробный перечень исполнителей по этапам и видам работ и ассортименту услуг	Детальное распределение работ среди исполнителей
Эффективность достижение цели, окупаемость затрат	Превышение дохода над расходами (прибыль)	Сумма чистого дохода	Своевременность и полнота выполнения плана по ассортименту услуг

В результате планирования предполагает использование системы показателей, включающей количественные и качественные величины.

Этапы процесса планирования:

- определение локальных и глобальных целей предприятия ИГиТ;
- анализ внутренней и внешней среды;
- поиск альтернатив;
- составление прогноза и оценка наилучшей альтернативы;
- принятие решения, постановка плановых заданий;
- разработка плана.

В настоящее время не существует какой-то строгой, официально утвержденной методологии по составлению плана экономического развития предприятия РДГБ.

Вместе с тем примерная структура плана может состоять из следующих разделов:

1. План маркетинга.
2. Программа развития предприятия.
3. Финансовый план, включая план по доходам и издержкам.
4. Бюджет.
5. План по труду и кадрам.
6. План социального развития трудового коллектива.

### **План маркетинга на предприятии**

*Маркетинг* представляет собой процесс планирования и реализации замысла, производства, ценообразования, сбыта и продвижения товаров и услуг путем обмена, удовлетворяющего потребности отдельных лиц и организаций.

При составлении плана маркетинга необходимо опираться на следующие принципы:

1. Принцип «удовлетворения потребителя», основанный на учете потребностей и динамики рыночной конъюнктуры. Бизнес невозможен, если предприятие ориентировано только на прибыль, а не на удовлетворение потребителя и его потребностей.

2. Принцип «борьбы за потребителя». Суть этого принципа - борьба за потребителя, а не сбыт товаров. Товары и услуги в данном случае являются лишь средством для достижения цели, а не самой целью.

3. Принцип «максимального приспособления предоставления услуг к требованиям потребителя» ставит оказание услуг в функциональную зависимость от запроса рынка и требует предоставлять услуги в ассортименте и объеме, необходимых для потребителя.

В план маркетинга, как правило, включаются следующие вопросы:

- цели и стратегии маркетинга;
- ценообразование;
- схема сбыта услуг;
- методы стимулирования продаж и повторного обращения клиентов за услугами;
- реклама;

- формирование общественного мнения о предприятии и его услугах.

В комплекс маркетинговых мероприятий предприятия обычно входят:

- изучение потребителей услуг, их поведения на рынке;

- сегментирование рынка и выбор «ниши»;

- изучение конкурентов, анализ рыночных возможностей и установление доли рынка для предприятия;

- оценка возможности организации предоставления услуг предприятием, ожидаемых потребителем на рынке;

- определение требований к качеству предоставляемых услуг, контроль качества;

- разработка соответствующих методов ценообразования;

- анализ используемых форм и каналов сбыта;

- позиционирование и продвижение услуг;

- выбор стратегии рекламы.

Следует помнить, что такие мероприятия маркетинга, как «сегментирование», «позиционирование товара» и увеличение «доли рынка», являются основополагающими.

*Доля рынка* — это часть рынка отрасли, которая используется предприятием для продажи своих товаров и услуг.

*Сегментирование рынка* состоит в разделении общей совокупности потребителей на определенные группы покупателей (сегменты), различающиеся по целому ряду факторов (социальное положение, уровень доходов, профессия, семейное положение, возраст и т.д.) и имеющие сходные потребительские запросы и предпочтения.

*Позиционирование* — это мероприятия по продвижению товаров/услуг на рынок и обеспечению их конкурентоспособного положения. Это создание образа товара или услуги в сознании потребителя, отличного от продукции конкурентов.

План маркетинга определяет *требования к качеству предоставляемых услуг*. Организация работ по управлению качеством услуг в гостиничных предприятиях предполагает создание систем качества, соответствующих рекомендациям стандартов ИСО, и принятие необходимых мер по обеспечению их эффективного функционирования. Под созданием систем качества понимается разработка и внедрение стандартов в деятельность гостиничного предприятия. Система качества представляет собой совокупность структур, выполняющих функции управления и предоставления качественных услуг установленными методами. Разработка системы качества включает:

1. Определение процессов и структур гостиницы, включаемых в систему качества.

2. Описание бизнес-процессов и производственных функций структурами гостиницы для обеспечения требуемого качества.

3. Внедрение стандартов технического и функционального качества в деятельность гостиничного предприятия.

4. Создание необходимых нормативных документов для выполнения этих процессов и функций.

5. Организация контроля качества.

6. Совершенствование системы качества.

Одним из важнейших элементов плана маркетинга является *ценообразование*, выработка ценовой политики предприятия, которая заключается в установлении и изменении цен в зависимости от ситуации на рынке, что позволяет сохранять определенную долю рынка и получать прибыль.

Ценообразование является важнейшим элементом плана маркетинга. Цена товара может определяться исходя из:

- себестоимости услуг;
- цены конкурентов на аналогичные услуги;
- уникальных свойств услуги;
- цены, определяемой спросом на данную услугу.

На основе себестоимости обычно устанавливается минимально возможная цена услуги, соответствующая наименьшим издержкам производства. На основе анализа цен конкурентов определяется средний уровень цен на услугу. Максимально возможная цена устанавливается для услуг, отличающихся высоким качеством или уникальными свойствами. Цены, определяемые спросом или конъюнктурой рынка данных услуг, могут колебаться в широком диапазоне — от минимальных до максимальных.

Важным элементом плана маркетинга является *схема распространения услуг*, т.е. организация каналов сбыта. *Канал сбыта* — путь, по которому совершается процесс приобретения услуги потребителем.

*Уровень канала сбыта* — это любой посредник, выполняющий ту или иную работу по приближению товара к конечному потребителю.

*Методы стимулирования продаж (сбыта)* являются еще одним элементом плана маркетинга.

*Стимулирование сбыта* — это разнообразные действия, способствующие совершению покупки. К ним относятся:

- стимулирование потребителей;
- стимулирование сбытового аппарата, например турфирм;
- стимулирование собственного торгового персонала предприятия.

*Реклама* — еще один раздел плана маркетинга. Главной функцией рекламы является индивидуализация продукта, однако реклама — дорогостоящее мероприятие. Многообразие видов рекламы можно свести к пяти видам:

- информативная;
- избирательная (на определенный сегмент);
- сравнительная;
- напоминающая;
- подкрепляющая.

Задача *формирования общественного мнения* о предприятии и его услугах («паблик рилейшенз») также включается в план маркетинга. Эта задача решается путем формирования и поддержания благоприятного отношения к предприятию общественности, учреждений и организаций; презентаций и выставок; институциональной рекламы (престижной, фирменной, корпоративной); оказания консультативных услуг.

## 8.6 Программа развития предприятия

Производственная программа является основным ведущим разделом перспективного и текущего плана предприятия и определяется на основе объема продаж, номенклатуры и ассортимента, качества услуг, массы прибыли, уровня рентабельности, размера рыночной доли предприятия и т.п.

Разработка производственной программы осуществляется на основе изучения рынка специальным подразделением предприятия — службой маркетинга. После проведения маркетинговых исследований производственная программа, например в гостинице, разрабатывается в следующей последовательности:

1. Объем предоставления услуг по отдельным видам обосновывается расчетами балансов производственных мощностей (число номеров, посадочных мест, сервисное оборудование, инвентарь и т.д.) по подразделениям и гостиничному предприятию в целом.

2. Составляется план закупок дополнительного оборудования, мебели и инвентаря для обеспечения предоставления услуг.

3. Определяется объем поставок и составляется график снабжения расходными материалами, продовольственным сырьем и напитками для организации обслуживания.

4. Производственная программа планируется на 1—5 лет. На год устанавливается разбивка по кварталам и месяцам. Расчет производится в натуральных, условно-натуральных, трудовых и стоимостных показателях.

Производственные программы основных подразделений предприятия рассчитываются в обратном порядке от объема предоставляемых услуг и к потребности в сырье, расходных материалах, оборудовании и рабочей силе. Такой порядок позволяет взаимно согласовывать сроки и объемы предоставления услуг со сроками поставок сырья и материалов, установленными в производственной программе предприятия.

## 8.7 Финансовое планирование на предприятии

В структуре планов предприятия ИГ важное место отводится финансовому планированию, так как оно способно влиять на все стороны работы предприятия через выбор объектов финансирования, направление расходования денежных средств и обеспечивать рациональное использование трудовых, материальных и денежных ресурсов.

*Финансовое планирование* — это планирование действий по формированию и использованию финансовых ресурсов, которые обеспечивают взаимосвязь доходов и расходов на основании взаимоувязки показателей развития предприятия с источниками финансирования.

При составлении финансовых планов следует придерживаться следующих принципов:

- соответствия сроков;
- платежеспособности;

- рентабельности капиталовложений;
- сбалансированности рисков;
- приспособления к потребностям рисков;
- предельной рентабельности.

Финансовое планирование предполагает разработку: финансового плана (баланса доходов и расходов); платежного календаря; кассового плана и др.

*Цель финансового планирования* — обеспечение воспроизводственного процесса соответствующими по объему и структуре финансовыми ресурсами. В ходе финансового планирования выполняются следующие расчеты:

- планирование прибыли (доходов) и расходов предприятия;
- расчет потребности в собственных оборотных средствах;
- анализ и планирование денежных потоков;
- расчет необходимых финансовых ресурсов, а именно, объемов и структуры внутреннего и внешнего финансирования, резервов и объемов дополнительного финансирования, потребности в кредитных ресурсах;
- составление баланса доходов и расходов предприятия.

Финансовое планирование является составной частью стратегического, текущего и оперативного планирования. *Оперативное финансовое планирование* заключается в составлении платежного календаря, кассового плана и расчете потребности в краткосрочном кредите. Основой текущего финансового планирования является баланс доходов и расходов.

Примерное содержание разделов финансового плана можно представить следующими основными статьями доходов и расходов предприятия.

### **I. Доходы и поступления средств**

1. Доходы и поступления от реализации продукции, услуг.
2. Доходы и поступления от прочей реализации (основных средств, других активов).
3. Планируемые внереализационные доходы, в том числе:
  - доходы от долевого участия в уставном капитале других предприятий;
  - доходы, полученные по ценным бумагам;
  - доходы от хранения денежных средств на депозитных счетах в банках и других финансово-кредитных учреждениях;
  - доходы от сдачи имущества в аренду.
4. Амортизационные отчисления на полное восстановление основного капитала и по нематериальным активам.
5. Поступление средств от других предприятий, в том числе:
  - в порядке долевого участия в совместной деятельности;
  - по хоздоговорам на другие виды работ.
6. Поступления из внебюджетных фондов.
7. Прочие доходы.

### **II. Расходы и отчисления средств**

1. Расходы по основной деятельности.
2. Административно-хозяйственные расходы.

3. Амортизационные отчисления на полное восстановление основного капитала и по нематериальным активам.

4. Налоги, уплачиваемые из прибыли (по видам налогов).

### **III. Чистая прибыль и её использование**

1. Размер чистой прибыли, в том числе направляемый:

– на накопление (по направлениям использования);

– на потребление (по направлениям использования).

### **IV. Долгосрочные инвестиции.**

### **V. Прочие расходы.**

В финансовом плане предприятия в доходной части необходимо выделить средства, мобилизуемые посредством выпуска акций.

## **КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ**

1. Особенности планирования деятельности предприятий гостеприимства
2. Сущность и задачи планирования деятельности предприятия
3. Взаимосвязь системы планов на предприятии
4. Принципы и методы планирования
5. Виды планирования
6. Система планов гостиницы
7. Программа развития предприятия гостеприимства
8. Финансовое планирование на предприятии

## **ГЛАВА 9 СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РАЗМЕЩЕНИЯ И ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ**

### **9.1 Показатели деятельности гостиничного предприятия**

Деятельность гостиничных предприятий измеряется экономическими показателями, которые можно подразделить на:

- стоимостные и натуральные (в зависимости от единиц измерения);
- количественные и качественные;
- объемные (выраженные в абсолютных величинах) или удельные (выраженные в удельном весе показателя в общем объеме).

Все показатели, используемые для маркетингового анализа деятельности гостиничного предприятия, можно свести в систему: применяются

- показатели, характеризующие численность и структуру гостиничного персонала (численность персонала, количество персонала на одного гостя, норматив персонала на один тенге дохода и др.);

- показатели, характеризующие величину, структуру и динамику доходов гостиничного предприятия (средняя цена проданных номеров в сутки, средняя цена располагаемых номеров, темпы прироста дохода и др.);

- показатели, характеризующие величину, структуру и динамику затрат гостиничного предприятия (средняя себестоимость различных видов услуг с номера в сутки, средняя заработная плата персонала, соотношение постоянных и переменных расходов, общая себестоимость и др.);

- показатели, характеризующие деловую активность гостиничного предприятия (средний коэффициент загрузки номеров, среднее количество ежедневно готовых к сдаче номеров, среднее количество реализуемых за сутки номеров, средний суточный тариф проживания, средний коэффициент загрузки кроватей и др.);

- показатели, характеризующие спрос на услуги гостиничного предприятия (эластичность спроса, детерминанты спроса и др.);

- показатели, характеризующие ценовую политику гостиничного предприятия (средний суточный тариф номера, средний суточный тариф в среднем по отрасли, уровень цен по сравнению с конкурентами и др.);

- показатели, характеризующие конкурентоспособность товара (единичные показатели конкурентоспособности, групповые показатели конкурентоспособности, интегральный показатель конкурентоспособности (например, рейтинговая оценка));

- показатели, характеризующие эффективность деятельности гостиничного предприятия по оказанию услуг (рентабельность продаж, себестоимость, капиталотдача, доход на одного сотрудника, полученный доход к планируемому и др.);

- показатели, характеризующие результаты финансовой деятельности различных подразделений (средняя стоимость покупки одного клиента ресторана,

оборачиваемость мест в ресторане, объем продаж предприятий питания, объем продаж дополнительных услуги др.).

## **9. 2 Факторы, влияющие на показатели работы гостиничного предприятия**

На эффективность работы гостиничного хозяйства влияют следующие факторы:

- экономические — общее состояние экономики, средний доход на душу населения, уровень безработицы, обменный курс валюты, уровень налогообложения, банковский процент на кредиты, государственная поддержка и др.;

- социально-экономические — распределение населения по уровню доходов, уровень образования, образ жизни, возрастная структура, соотношение городского и сельского населения, инфраструктура, уровень преступности, развитие туризма и т.п.;

- законодательство — налоговое и трудовое законодательство, правила лицензирования, санитарно-гигиенические требования, правила пожарной безопасности, законы о правах потребителей и др.

Помимо перечисленных факторов на экономику гостиничного предприятия сильное влияние оказывает и ряд специфических факторов. Самым опасным сегодня является терроризм, который немедленно вызывает резкое снижение загрузки гостиниц в регионе, подвергнувшись нападению террористов.

К уменьшению числа бизнес-туристов в гостиницах приводят экономические кризисы, снижающие поток иностранных инвестиций и экспорт товаров в страну.

На загрузку гостиниц в курортных регионах влияют также быстро меняющаяся мода на отдых, трудности получения визы, условия работы транспортных компаний.

На экономические показатели гостиниц влияют и внутренние факторы система управления и контроля (особенно система контроля за издержками), уровень предоставляемых услуг, неправильно выбранная система тарифов, трудовые отношения в коллективе и некоторые другие факторы.

Поэтому руководство гостиниц должно уделять внимание улучшению условий труда персонала, сокращению текучести рабочей силы и улучшению общей атмосферы в трудовом коллективе.

Влияние любого из перечисленных факторов сказывается прежде всего на коэффициенте загрузки гостиницы. Это важнейший показатель работы гостиницы, определяющий ее рентабельность. В настоящее время в мире наблюдается постепенное снижение этого коэффициента. Это вызвано строительством новых отелей, благодаря чему предложение гостиничных услуг в целом превышает спрос на них.

Коэффициент загрузки изменяется в сезон он выше, в не сезон — ниже, в субботу и воскресенье — меньше, чем в будние дни; в праздники — меньше, чем в обычные дни и т. д. У каждой гостиницы коэффициент загрузки изменя-

ется во времени по-разному, и администрация должна применять соответствующие меры для выравнивания колебаний этого коэффициента.

### 9.3 Гостиничный продукт

Термин «гостиничный продукт» широко используется в практике индустрии гостеприимства. Использование этого термина позволяет подчеркнуть комплексный характер гостиничного обслуживания,

Чтобы воспользоваться услугами гостиничной индустрии, турист должен прибыть в гостиницу. Поэтому деятельность гостиничных предприятий в значительной степени зависит от места их расположения.

В свою очередь, от этого зависит размер затрат на оплату труда и на возможности сбыта гостиничных услуг. Как правило, к выбору места расположения гостиницы предъявляются такие требования, как досягаемость и близость.

При рассмотрении гостиничных услуг как продукта обычно выделяют три уровня.

- отдельные услуги и группы услуг;
- гостиничный продукт как комплекс услуг;
- расширенный продукт.

Отдельные услуги составляют первый уровень. Гостиничный продукт состоит из множества отдельных услуг: услуг горничных, кухни, портье, метрдотелей и т. д., которые составляют второй уровень.

К особенностям гостиничных услуг относятся:

1. неодновременность процессов производства и потребления;
2. ограниченная возможность хранения;
3. срочный характер;
4. широкое участие персонала в производственном процессе;
5. сезонный характер спроса;
6. взаимозависимость гостиничных услуги цели путешествия (поездки).

Неодновременность процессов производства и потребления характерна для гостиничных услуг, не связанных с присутствием клиента: уборка и подготовка номера к продаже, приготовление блюд питания. Исключением являются сервировка и подача блюд, которые частично осуществляются в присутствии клиента. Для гостиничного предприятия подобное разделение процессов является необходимостью. Непосредственному обслуживанию здесь должно предшествовать выполнение подготовительных услуг, предназначенных для того, чтобы в определенный момент удовлетворить возникший спрос.

Ограниченная возможность хранения связана с тем, что комплекс гостиничных услуг в целом не может быть сохранен для дальнейшей продажи. Если на текущие сутки гостиничный номер остается непроданным, то его невозможно продать дополнительно за эти сутки. Это же относится к услугам питания.

Срочный характер гостиничных услуг наряду с месторасположением является наиболее значимым при выборе гостиницы. Специфика гостиничных предприятий состоит в том, что проблемы, касающиеся обслуживания, должны

решаться быстро. Например, на оформление проживания туриста, оплату номера, получение ключей и т. д. в большинстве гостиниц отводится 10—15 минут.

Широкое участие персонала в производственном процессе — важная особенность гостиничных услуг. На многих гостиничных предприятиях разрабатываются стандарты обслуживания — комплекс обязательных для исполнения правил обслуживания клиентов, которые призваны гарантировать установленный уровень качества всех производимых операций. Такими стандартами определяются следующие критерии:

- время ответа на звонок о получении информации или бронировании (15, 20, 30 секунд);
- время оформления в службе размещения (5, 10, 15 минут);
- время, затрачиваемое на оказание конкретной услуги (например, багаж доставляется в номер не позднее 3 минут после заселения клиента;
- стирка и чистка личных вещей проживающих укладывается в сутки и т. д.);
- внешний вид и наличие униформы;
- знание персоналом иностранных языков.

Сезонный характер спроса на гостиничные услуги в значительной степени влияет на загрузку гостиниц. Для рынка гостиничных услуг характерны значительные колебания спроса в зависимости от времени года (большинство туристов отдыхают в летние месяцы), а также дней недели (деловые туристы размещаются в гостинице в будни).

Планирование эксплуатационной программы гостиниц

Результатом деятельности гостиницы является создание соответствующих условий для временного проживания в ней и предоставление проживающим комплекса платных и бесплатных дополнительных услуг.

Эксплуатационная программа гостиницы — предоставляемый гостиницей объем услуг в натуральном и стоимостном выражении.

Для номерного фонда гостиницы эксплуатационная программа в натуральном выражении — количество место-дней для проживания. От объема услуг зависят многие экономические показатели деятельности гостиниц, такие как выручка, себестоимость, платежеспособность, финансовая устойчивость и др.

В процессе составления эксплуатационной программы определяются основные показатели, которые позволяют дать реальную оценку возможностям использования номерного фонда гостиницы.

Единовременная вместимость определяется умножением количества номеров каждой категории на число мест в каждом из них;

Общее количество место-дней в гостинице определяется умножением показателя единовременной вместимости на число календарных дней года. Полученное количество место-дней характеризует максимальную пропускную способность гостиницы при 100 %-ном использовании всех гостиничных мест за период. На практике максимальная загрузка гостиницы невозможна потому, что возникают простои в связи с ремонтом, реконструкцией и по другим объективным причинам. Число место-дней простоев номеров вследствие проведения капитального ремонта определяется умножением вместимости номеров,

которые подлежат капитальному ремонту, на число дней, необходимых для его проведения. Из-за отсутствия нормативов число дней простоя может определяться делением человеко-часов, необходимых на весь ремонт, на среднюю продолжительность смены (8 ч) и умножением на численность работников, которые заняты капитальным ремонтом. Простои номеров во время текущего ремонта определяются на основе графиков его проведения и нормативного числа дней простоев каждой категории номеров соответствующей вместимости. Вследствие отсутствия нормативов простоев номеров из-за текущего ремонта в качестве исходной информации служат данные анализа фактического простоя номеров из-за текущего ремонта за предыдущий период.

Пропускная способность гостиницы определяется как разность между максимальной пропускной способностью гостиницы (общим количеством местодней) и количеством местодней пребывания в капитальном, текущем ремонте, реконструкции и в связи с другими объективными причинами. Этот показатель характеризует число мест, возможных для эксплуатации, с учетом технично допустимых простоев мест и других причин.

Для анализа использования номерного фонда рассчитывают коэффициент использования максимальной пропускной способности, или коэффициент вместимости гостиницы ( $K$ ), как отношение пропускной способности гостиницы к максимальной пропускной способности:

$$K_B = ПС / МПС, \quad (62)$$

где ПС — пропускная способность гостиницы; МПС — максимальная пропускная способность.

Среднее время проживания ( $B$ ) одного гостя является важным показателем эксплуатационной программы. Оно определяется следующим образом:

$$B = Ч / ЧГ \quad (63)$$

Об эффективности эксплуатации номерного фонда свидетельствует коэффициент использования номерного фонда, или коэффициент загрузки ( $K_s$ ), который рассчитывается делением количества оплаченных местодней на пропускную способность гостиницы.

Так же рассчитываются такие показатели, как средняя выручка с одного гостиничного места, средняя выручка с одного гостя, средняя стоимость гостиничного места. Средняя стоимость гостиничного места ( $СМ$ ) рассчитывается следующим образом:

$$СМ = B / (ЧГ * ПР_{ср}), \quad (64)$$

где  $B$  — выручка гостиницы (объем реализованных услуг);  $пр_{ср}$  — среднее время проживания одного гостя.

На показатели эксплуатационной программы гостиницы влияют следующие факторы:

- разрядность гостиницы;
- количество мест;
- структура номерного фонда по категориям;

- контингент гостей;
- продолжительность проживания;
- сроки проведения капитального и текущего ремонта;
- качество обслуживания;
- этап жизненного цикла услуги;
- программа маркетинговой коммуникации и др.

#### **9.4 Система показателей хозяйственной деятельности предприятий общественного питания**

Главным показателем в общественном питании является товарооборот предприятия питания, который состоит из реализации продукции собственного производства и продажи покупных товаров.

Продукция собственного производства— это пищевые продукты и полуфабрикаты, изготовленные на предприятиях питания либо подвергшиеся какой-либо обработке, а также блюда, горячие и холодные напитки, кулинарные, кондитерские, мучные изделия, полуфабрикаты и т. д.

По степени готовности продукцию собственного производства подразделяют на готовые блюда и кулинарные изделия и полуфабрикаты, которые требуют в дальнейшем дополнительной доработки.

В зависимости от форм потребления, назначения в питании человека продукцию собственного производства подразделяют на обеденную и прочую продукцию.

В обеденную продукцию включают блюда, реализуемые и потребляемые в залах, а также отпускаемые на дом, Из общего выпуска продукции собственного производства на долю обеденной продукции в ресторанах приходится 50—65%.

К прочей продукции собственного производства относят бутерброды, изделия, запеченные в тесте, горячие напитки, мороженое, безалкогольные напитки собственного производства, молочно-кислая продукция и т. п. , а также полуфабрикаты, изготовленные для продажи (мясные, рыбные, крупяные, овощные, очищенный картофель и др.), кондитерские, мучные изделия.

Продукция собственного производства учитывается и планируется в натуральных и стоимостных показателях.

Главным показателем и измерителем обеденной продукции является блюдо, то есть натуральный показатель. Количественный выпуск блюд характеризует объем производства и реализации обеденной продукции.

Учет прочей собственной продукции осуществляется в стоимостных показателях, лишь отдельные виды ее учитываются в штуках, стаканах, порциях, килограммах. Реализация продукции собственного производства потребителям в стоимостном выражении представляет товарооборот по продукции собственного производства, Удельный вес оборота продукции собственного производства зависит от типа предприятия питания (столовая, кафе, ресторан, закусочная, бар) и составляет от 45% до 90%.

К продаже покупных товаров относится реализация готовой продукции, не подвергавшейся какой-либо кулинарной обработки. Покупные товары поступают в готовом виде от других предприятий пищевой промышленности и отпускаются населению без какой-либо обработки (хлеб и хлебобулочные изделия, кондитерские изделия, консервы, реализуемые в банках, мороженое, фрукты, ягоды и т. п.). К покупным товарам относятся также некоторые изделия, не являющиеся продуктами питания (алкогольные напитки, пиво, безалкогольные напитки, табачные изделия, спички). Реализация покупных товаров в стоимостном выражении составляет оборот по покупным товарам.

Реализация продукции собственного производства и покупных товаров непосредственно потребителям через обеденные залы, буфеты, кулинарные магазины составляет розничный товарооборот предприятий питания. В его состав включается продажа:

- готовых изделий и полуфабрикатов собственной выработки (блюд, кулинарных, мучных кондитерских и хлебобулочных изделий) и покупных товаров, включая отпуск обедов на дом, а также через магазины, отделы кулинарии, палатки, киоски, развозную, разносную и другую торговую сеть, принадлежащую данному ресторану за наличный расчет;

- готовых изделий и полуфабрикатов собственной выработки юридическим лицам социального назначения и их обособленным подразделениям по безналичному расчету;

- готовых изделий и полуфабрикатов собственной выработки, покупных товаров рабочими служащим с последующим удержанием их стоимости из заработной платы;

- горячего питания работающим с последующим удержанием его стоимости из заработной платы;

- цветов, сувениров и других непродовольственных товаров.

В объем розничного товарооборота по полной продажной стоимости включается также стоимость товаров, выданных через торговую сеть (магазины, рестораны) работникам юридических лиц, в счет заработной платы.

В розничный товарооборот ресторанного хозяйства не включаются:

- бесплатная реализация готовых изделий и полуфабрикатов собственной выработки отдельным категориям населения (учащимся школ, пенсионерами т. д.), оплаченных органами социальной защиты;

- оптовая продажа полуфабрикатов, кулинарных и кондитерских изделий, других товаров торговыми организациями предприятиям, а также другим предприятиям общественного питания;

- стоимость возвращенной поставщиками тары;

- внутренний отпуск продукции и товаров в пределах организации питания (из кладовой в столовую, возврат товаров на базу или кладовую, между структурными подразделениями и т. п.);

- стоимость сырья заказчика (так называемое давальческое сырье);

- выручка за просмотр концертных программ, бильярдных, танцевальных, игровых залов, видеосалонов и других бытовых предприятий.

Отдельные предприятия продают готовую продукцию или полуфабрикаты другим предприятиям общественного питания и розничной торговли. В результате продукты питания не сразу поступают в сферу личного потребления, поэтому их товароборот является оптовым.

Оборот от реализации продукции собственного производства (розничная и оптовая продажа) и оборот от реализации покупных товаров образуют валовой товароборот общественного питания, который характеризует полный объем производственной и торговой деятельности предприятия общественного питания.

По отношению к валовому товаробороту планируются другие показатели: издержки производства и обращения, расходы на оплату труда, прибыль и др. Товароборот планируют и учитывают в розничных ценах, включая наценку общественного питания.



Рисунок 1 - Состав валового товароборота предприятия общественного питания

### **Производственная программа предприятия питания**

Производственная программа предприятия – это обоснованный план выпуска всех видов продукции собственного производства. Она включает показатели, характеризующие как общий объем выпуска продукции, так и ассортимент.

Производственная программа ПОП определяется планом-меню, в котором указывают наименование блюд и напитков. Для обеспечения разнообразия блюд и ритмичного снабжения предприятия план-меню составляют в нескольких вариантах.

План меню составляется с учетом графика реализации. На основании плана-меню составляется меню, которое находится в зале предприятия.

Блюда и закуски, включенные в меню, имеются в наличии в течение всего дня работы.

Производственная программа является основным ведущим разделом перспективного и текущего плана предприятия и определяется на основе объема продаж, номенклатуры и ассортимента, качества услуг, массы прибыли, уровня рентабельности, размера рыночной доли предприятия и т.п.

Разработка производственной программы осуществляется на основе изучения рынка специальным подразделением предприятия — службой маркетинга. После проведения маркетинговых исследований производственная программа, например в гостинице, разрабатывается в следующей последовательности:

5. Объем предоставления услуг по отдельным видам обосновывается расчетами балансов производственных мощностей (число номеров, посадочных мест, сервисное оборудование, инвентарь и т.д.) по подразделениям и гостиничному предприятию в целом.

6. Составляется план закупок дополнительного оборудования, мебели и инвентаря для обеспечения предоставления услуг.

7. Определяется объем поставок и составляется график снабжения расходными материалами, продовольственным сырьем и напитками для организации обслуживания.

8. Производственная программа планируется на 1—5 лет. На год устанавливается разбивка по кварталам и месяцам. Расчет производится в натуральных, условно-натуральных, трудовых и стоимостных показателях.

Производственные программы основных подразделений предприятия рассчитываются в обратном порядке от объема предоставляемых услуг и к потребности в сырье, расходных материалах, оборудовании и рабочей силе. Такой порядок позволяет взаимно согласовывать сроки и объемы предоставления услуг со сроками поставок сырья и материалов, установленными в производственной программе предприятия.

Правильное планирование работы производства обеспечивает ритмичную работу предприятия и своевременный выпуск кулинарной продукции. Оно позволяет установить задание для каждого работника предприятия с учетом наиболее полного использования возможностей производства. Оперативное планирование работы производства заготовочных и доготовочных предприятий состоит из следующих последовательных операций:

- разработка производственной программы исходя из товарооборота;
- подготовка производства;
- контроль за выполнением.

Производственная программа – это обоснованный план выпуска всех видов продукции собственного производства в виде полуфабрикатов, блюд, кулинарных и кондитерских изделий. План включает в себя объем выпуска и ассортимент продукции. Производственная программа заготовочных предприятий общественного питания составляется на основании заявок от доготовочной сети

и других предприятий и оформляется в виде наряд – заказа. Доставка кулинарной продукции из заготовочного предприятия в доготовочную и торговую сеть осуществляется, как правило, централизованно с использованием функциональных емкостей и специализированного транспорта в охлажденном, замороженном или горячем виде в зависимости от вида продукции.

Производственная программа общедоступных предприятий общественного питания составляется на основании потребительского спроса на продукцию с учетом типа, класса предприятия и ассортимента минимума и оформляется в виде меню, прейскурантов, карты вин (коктейльной карты, пивной карты и т.п.).

Производственной программой кондитерского цеха является наряд - заказ.

Предприятия общественного питания, обслуживающие постоянные контингенты потребителей (столовые при учебных заведениях, промышленных предприятиях и т.п.), разрабатывают плановое меню на неделю, декаду, месяц, в котором приводится ассортимент продукции. Наличие планового меню позволяет обеспечить разнообразие блюд по дням недели, избежать повторения, наладить четкую организацию снабжения сырьем и полуфабрикатами.

В столовых при учебных заведениях (училища, колледжи, лицеи и т.п.) заведующий производством составляет накопительную ведомость, в которую включаются продукты, суточные нормы питания на одного учащегося (общая норма брутто), нормы и фактическая выдача за неделю, месяц. Подтверждает правильность расчетов калькулятор, утверждает – руководитель или ответственное лицо учебного заведения.

На предприятии должны быть созданы безопасные условия труда, обеспечивающие необходимый уровень производительности труда и товарооборота. Приготовление кулинарной продукции в предприятиях общественного питания осуществляет производственный персонал: заведующий производством, начальник цеха, повар (2, 3, 4, 5, 6 разряда), кондитер (1, 2, 3, 4, 5, 6 разряда), пекарь (2,3 разряда), кулинар мучных изделий (4 разряда), изготовитель пищевых полуфабрикатов (1, 2, 3, 4, 5 разряда), обвальщик мяса (3, 4, 5 разряда), кухонный рабочий.

При установлении требований к производственному персоналу учитываются ряд требований:

- уровень профессиональной подготовки и квалификации, в том числе теоретические знания и умение применять их на практике;
- способность к организации производственной деятельности (для зав. производством, начальника цеха);
- знание руководящих отраслевых документов, касающихся профессиональной деятельности; знание и соблюдение профессиональной этики поведения.

Производственный персонал предприятий всех типов и классов должен иметь или специальное образование, или пройти профессиональную подготовку на производстве с целью овладения знаниями, навыками и квалификацией для выполнения конкретных функций.

К производственному персоналу предприятий всех типов и классов предъявляются следующие общие требования: знание основ технологии и организации производства продукции общественного питания, основ рационального питания для организованных контингентов питающихся, в том числе лечебно-профилактического и диетического питания, правил и техники обслуживания потребителей (в соответствии с занимаемой должностью с учетом специфики предприятия); соблюдение должностных инструкций тарифно-квалификационных характеристик и правил внутреннего трудового распорядка предприятия; соблюдение требований санитарии, правил личной гигиены и гигиены на рабочем месте; знание и соблюдение мер пожарной и электробезопасности; соблюдение культуры и этики общения с коллегами по работе и потребителями; знание рациональной организации труда на рабочем месте и умение четко планировать работу.

## **9.5 Структура и содержание технологической документации**

Подготовка производства к выполнению запланированной программы заключается в распределении обязанностей между работниками, разработке графика выхода их на работу, оформлении требования на получение продуктов из кладовой, обеспечении работников сырьем, необходимым инвентарем, оборудованием, технологической документацией. На предприятии должны быть созданы безопасные условия труда, обеспечивающие необходимый уровень производительности труда и товарооборота. План – меню составляется заведующим производством для кухни накануне в одном экземпляре и включает следующие показатели: номер рецептуры блюда по действующему сборнику рецептур (или номер технико-технологической карточки), выход блюда (одной порции), наименование блюда, количество порций, цена, стоимость. Утверждает план – меню руководитель организации.

Калькуляционные карточки составляются на продукцию собственного производства и содержат расчет ее стоимости с учетом норм расхода и стоимости продуктов, а также применяемой на предприятии наценки.

Правильность расчета цены блюда (изделия) подтверждается подписями заведующего производством и лица, составляющего калькуляционную карточку. Утверждает документ руководитель организации. Требование в кладовую на получение продуктов составляется заведующим производством в одном экземпляре с учетом потребности в сырье на предстоящий день и остатка сырья на производстве на начало дня.

На основании требования бухгалтером (калькулятором) составляется накладная на отпуск продуктов из кладовой, которую подписывают директор, старший бухгалтер, а при получении продуктов – материально ответственные лица (заведующий производством и кладовщик). Накладная составляется в двух экземплярах: один хранится у лица, получающего товар; другой передается в бухгалтерию вместе с товарным отчетом.

При закупке сельскохозяйственной продукции у населения представителем организации в двух экземплярах составляется закупочный акт.

В предприятиях общественного питания (ресторанах, кафе и др.) составляется ежедневно акт о реализации и отпуске изделий кухни за наличный расчет на основании кассовых чеков, абонементов, талонов, накладных и других документов. В акте указывается количество и цена блюд по каждому виду реализации, итоговая сумма реализуемых блюд, стоимость израсходованного сырья (списывается с материально ответственного лица).

Для организации контроля за использованием сырья и количеством вырабатываемых полуфабрикатов в мясном цехе его начальник ежедневно составляет акт на разделку мяса – сырья. В акте указывается наименование и количество поступившего в цех сырья в натуральном и стоимостном выражении, нормы выхода крупнокусковых полуфабрикатов по сборнику технологических нормативов в процентах и килограммах, фактический выход полуфабрикатов в натуральных и стоимостных показателях, а также отклонения от норм. Акт подписывает начальник цеха, бухгалтер, руководитель предприятия. В тех случаях, когда по условиям технологической обработки сырья производственный процесс разделки не может быть закончен в течение рабочего дня, акт составляется на более длительный период. К акту прилагаются документы на передачу полуфабрикатов в кладовую (экспедицию).

В отчетную документацию работы овощного цеха входит группировочная ведомость по расходу сырья, в которой указываются: дата, наименование товара (овощей), цена 1 кг продукта, остаток сырья на начало рабочего дня, приход сырья по накладным (общее количество), расход сырья на изготовление полуфабрикатов (общее количество по ассортименту), остаток на конец рабочего дня.

В наряд-заказе на изготовление кондитерских и других изделий указывается: наименование продукции, выход, количество, цена, стоимость и расчет потребности в сырье. Подписывают наряд – заказ начальник цеха, бухгалтер, директор предприятия.

## **КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ**

1. Что представляет собой планирование в условиях рыночной экономики? Какой круг проблем оно решает?
2. В чем заключается сущность планирования в свободных рыночных отношениях? Какие цели оно выполняет?
3. Какие основные функции позволяет осуществлять планирование на предприятии? В чем они выражаются?
4. Каким основным требованиям должен соответствовать план? Что означает гибкость плана?
5. Что служит предметом планирования? Что является объектом планирования?
6. Что выступает результатом планирования? В чем он выражается?
7. Какие виды планирования применяются на предприятиях?

8. Как осуществляется рыночное планирование? В чем состоит сущность индикативного планирования?

9. Какие существуют принципы планирования?

10. Какие основные стадии можно выделить в процессе планирования? С чего начинается и чем завершается планирование?

11. Какие методы планирования могут применяться на предприятии? В чем заключается нормативный метод?

## ГЛАВА 10 ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОС-ТЕПРИИМСТВА

### 10.1 Сущность и факторы финансового состояния предприятия

Финансовое состояние предприятия характеризуется совокупностью показателей, отражающих процесс формирования и использования его финансовых средств. Финансовое состояние проявляется в платежеспособности предприятий, в способности вовремя удовлетворять платежные требования поставщиков техники и материалов в соответствии с хозяйственными договорами, возвращать кредиты, выплачивать заработную плату рабочим и служащим, вносить платежи в бюджет. Финансовое состояние является также важнейшей характеристикой деловой активности и надежности предприятия. Оно определяет конкурентоспособность предприятия и его потенциал в деловом сотрудничестве, выступает гарантом реализации экономических интересов всех участников хозяйственной деятельности.

Уровень финансового состояния предприятия представляет значительный интерес для различных групп пользователей:

собственников и акционеров, которых интересуют прибыльность предприятия, уровень экономического развития в будущем и связанные с ним выплаты дивидендов, а также степень риска и вероятность потери своих капиталов;

менеджеров предприятий, которые на основе анализа и оценки финансового состояния предприятия принимают решения по дальнейшему повышению эффективности его работы;

поставщиков различных товарно-материальных ценностей и подрядчиков, для которых важна своевременная оплата поставленных ресурсов и выполненных работ по капитальному строительству;

инвесторов, заинтересованных в наиболее выгодном вложении капитала и снижении риска потери инвестиций. При этом чем устойчивее финансовое состояние предприятия, тем ниже риск и выше доходность инвестиций;

кредиторов, которые стремятся к возвращению выданных кредитов и получению причитающихся по ним процентов. При выдаче краткосрочных кредитов наибольший интерес представляет текущее финансовое положение предприятия, при долгосрочном кредитовании на передний план выходит оценка долгосрочной доходности предприятия и его способности погасить основную сумму долга и процента по ней;

работников предприятия, для которых стабильность и финансовая устойчивость предприятия являются гарантом своевременной оплаты труда и сохранения рабочих мест;

других пользователей.

Финансовое состояние предприятия находится под влиянием многочисленных факторов: положения предприятия на товарном рынке; способности выпускать конкурентоспособную продукцию; потенциала предприятия в деловом сотрудничестве; степени зависимости предприятия от внешних кредито-

ров; наличия неплатежеспособных дебиторов и др. Кроме того, финансовое положение предприятия и перспективы его изменения могут находиться под влиянием факторов нефинансового характера, таких как политические и общеэкономические изменения, смена форм собственности и т. д.

Основными задачами анализа финансового состояния предприятия являются анализ и оценка:

- имущественного состояния, структуры распределения и эффективности использования имущества;
- достаточности и рационального использования собственного капитала;
- необходимости привлечения и эффективности использования заемного капитала;
- ликвидности и платежеспособности предприятия;
- достигнутого уровня финансовой независимости, обеспеченности собственными оборотными средствами;
- уровня кредитоспособности;
- достаточности производственного потенциала для обеспечения конкурентоспособности и рентабельности выпускаемой продукции.

В большинстве случаев анализ финансового состояния предприятия осуществляется по следующим основным направлениям:

- анализ ликвидности и платежеспособности;
- анализ финансовой устойчивости;
- анализ кредитоспособности.

#### АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ЛИКВИДНОСТИ И ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ

Финансовое состояние предприятия можно оценивать с точки зрения краткосрочной и долгосрочной перспектив. В первом случае в качестве критериев оценки финансового состояния выступают ликвидность и платежеспособность.

*Под ликвидностью предприятия* понимается его способность покрыть свои краткосрочные обязательства активами, срок превращения которых в денежные средства соответствует сроку погашения обязательств.

Анализ и оценка ликвидности предприятия осуществляются на основе анализа ликвидности баланса. Ликвидность баланса выражается в степени покрытия обязательств предприятия его активами. Анализ ликвидности баланса осуществляется на основе сравнения средств по активу, сгруппированных по степени их ликвидности, с обязательствами по пассиву, сгруппированными по степени нарастания сроков их погашения.

Активы предприятия объединяются в следующие группы:

наиболее ликвидные активы — денежные средства и краткосрочные финансовые вложения ( $A_1$ );

быстрореализуемые активы — краткосрочная дебиторская задолженность и прочие оборотные активы ( $A_2$ );

медленно реализуемые активы — запасы, долгосрочная дебиторская задолженность, НДС по приобретенным ценностям ( $A_3$ ). Расходы будущих периодов в данную группу не включаются;

труднореализуемые активы — внеоборотные активы ( $A_4$ ). Активы, включенные в первые три группы, являются текущими

активами, они более ликвидны по сравнению с активами, составляющими четвертую группу.

Пассивы предприятия также объединяются в четыре группы:

наиболее срочные обязательства — кредиторская задолженность ( $\Pi_1$ );

краткосрочные пассивы — краткосрочные кредиты и займы ( $\Pi_2$ );

долгосрочные пассивы — долгосрочные кредиты и займы ( $\Pi_3$ );

постоянные пассивы — капитал и резервы (III раздел баланса) и статьи раздела V баланса, не вошедшие в предыдущие группы (доходы будущих периодов, резервы предстоящих расходов и платежей и пр.) ( $\Pi_4$ ).

Для определения степени ликвидности баланса необходимо сопоставить итоги приведенных групп по активу и пассиву. Баланс предприятия считается абсолютно ликвидным, если выполняются следующие неравенства:

$$A_1 > \Pi_1;$$

$$A_2 > \Pi_2;$$

$$A_3 > \Pi_3;$$

$$A_4 < \Pi_4.$$

Если не выполняется хотя бы одно из перечисленных неравенств, то баланс предприятия не является абсолютно ликвидным. Вместе с тем недостаток средств по одной группе может быть перекрыт излишком по другой. Итоговое сравнение по первым двум неравенствам характеризует текущую ликвидность. Текущая ликвидность отражает платежеспособность предприятия в ближайшее время.

Перспективная ликвидность отражает платежеспособность предприятия в более отдаленной перспективе на основе учета будущих поступлений и платежей.

При выполнении первых трех рассматриваемых неравенств обеспечивается выполнение и четвертого. Если это условие выполняется, то можно говорить о наличии у предприятия собственных оборотных средств, которые являются минимальным условием его финансовой устойчивости.

Для характеристики степени ликвидности рассчитывается ряд коэффициентов: текущей, быстрой и абсолютной ликвидности.

Наиболее распространенным является коэффициент текущей ликвидности, который рассчитывается отношением текущих активов к текущим пассивам:

$$K_{\text{тек.ликв.}} = \frac{ДС + КФВ + ДЗ + З}{КК + КЗ} \quad (65)$$

где  $K_{\text{тек.ликв.}}$  — коэффициент текущей ликвидности; ДС — денежные средства; КФВ — краткосрочные финансовые вложения; ДЗ — дебиторская задолженность; З — запасы;

КК — краткосрочные кредиты и займы; КЗ — кредиторская задолженность.

Коэффициент текущей ликвидности показывает степень покрытия текущими активами текущих обязательств предприятия. Чем выше значение этого коэффициента, тем большее доверие вызывает предприятие у кредиторов. По

оценкам ряда специалистов его рекомендуемое значение 1,5—2,5. Если этот коэффициент меньше 1, то такое предприятие считается неплатежеспособным.

Коэффициент быстрой ликвидности рассчитывается отношением денежных средств, краткосрочных финансовых вложений и дебиторской задолженности (краткосрочной) к сумме краткосрочных обязательств предприятия:

$$Кб_{\text{.ликв.}} = \frac{ДС+КФВ+ДЗ}{КК + КЗ} \quad (66)$$

Рекомендуемое значение этого коэффициента 0,7—0,8.

Коэффициент абсолютной ликвидности показывает, какая часть краткосрочной задолженности может быть покрыта наиболее ликвидными оборотными активами — денежными средствами и краткосрочными финансовыми вложениями

$$К_{\text{абс. ликв}} = \frac{ДС+КФВ}{КК + КЗ} \quad (67)$$

Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения являются наиболее мобильной частью оборотных средств, так как они гораздо быстрее по сравнению с другими элементами оборотных активов могут быть превращены в денежную наличность и направлены на погашение краткосрочных обязательств. Этот показатель наиболее интересен поставщикам товарно-материальных ценностей, поскольку отражает возможности предприятия по обеспечению своевременности расчетов. Рекомендуемое значение этого коэффициента 0,2—0,25. Вместе с тем коэффициент абсолютной ликвидности должен рассматриваться во взаимосвязи с оптимальным уровнем денежных средств. При определении последнего исходят из того, что предприятие поддерживает определенный уровень свободных денежных средств, который для страховки дополняется некоторой суммой средств, вложенных в ликвидные ценные бумаги, т. е. в активы, близкие к абсолютно ликвидным. При возникновении дополнительной потребности в денежных средствах ценные бумаги конвертируются в денежные средства. В том случае, если накопился излишек денежных средств, он может быть инвестирован в краткосрочные ценные бумаги или выплачен в виде дивидендов и т. д.

Наряду с ликвидностью важным показателем, характеризующим финансовое состояние предприятия, является платежеспособность. Под платежеспособностью предприятия понимается его способность своевременно погашать платежи по своим краткосрочным обязательствам при бесперебойном осуществлении производственной деятельности.

Различают текущую и перспективную платежеспособность. Для определения уровня текущей платежеспособности сопоставляют сумму платежных средств и сумму краткосрочных обязательств. К платежным средствам в данном случае относятся: денежные средства, краткосрочные финансовые вложе-

ния, дебиторская задолженность (за исключением сомнительной). Рекомендуемое значение коэффициента текущей платежеспособности — 1.

## 10.2 Анализ финансовой устойчивости и оценка ее уровня

Финансовая устойчивость является важнейшей составляющей финансового состояния предприятия. Финансовая устойчивость — это такое состояние финансовых ресурсов, их распределение и использование, которое обеспечивает развитие организации на основе роста прибыли и капитала при сохранении платежеспособности и кредитоспособности в условиях допустимого уровня риска.

Оценка финансовой устойчивости позволяет определить финансовые возможности предприятия на перспективу.

Для характеристики финансовой устойчивости используются абсолютные и относительные показатели.

В качестве абсолютных показателей финансовой устойчивости выступают показатели, характеризующие степень обеспеченности запасов и затрат источниками их формирования.

Для характеристики источников формирования запасов и затрат определяют три основных показателя:

✚ наличие собственных оборотных средств (СОС). Этот показатель определяется как разница между капиталом и резервами (раздел III баланса) и внеоборотными активами (раздел I баланса);

✚ наличие собственных и долгосрочных заемных источников формирования запасов и затрат (СД). Этот показатель определяется путем добавления к предыдущему суммы долгосрочных пассивов (раздел IV баланса);

✚ общая величина основных источников формирования запасов и затрат (ОИ). Этот показатель определяется путем увеличения предыдущего (СД) на сумму краткосрочных заемных средств (КЗС).

Отмеченным выше показателям соответствуют три показателя обеспеченности запасов источниками их формирования:

• *излишек (+) или недостаток (-) собственных оборотных средств ( $\Delta$ СОС):*

$$\Delta\text{СОС} = \text{СОЕ} - 3 \quad (68)$$

где 3 — запасы.

• *излишек (+) или недостаток (-) собственных и долгосрочных заемных источников формирования запасов и затрат ( $\Delta$ СД):*

$$\Delta\text{СД} = \text{СД} - 3 \quad (69)$$

• *излишек (+) или недостаток (-) общей величины основных источников формирования запасов ( $\Delta$ ОИ):*

$$\Delta \text{ОИ} = \text{ОИ} - 3 \quad (70)$$

В зависимости от степени обеспеченности запасов и затрат источниками финансирования различают четыре типа финансовой устойчивости:

1. Абсолютная устойчивость финансового состояния, для которой характерно превышение источников формирования собственных оборотных средств над фактической величиной запасов и затрат. Этот тип финансовой устойчивости встречается крайне редко и соответствует условию:

$$3 < \text{СОС} + \text{К} \quad (71)$$

где К — кредиты банка под товарно-материальные ценности;

2. Нормальная устойчивость финансового состояния, при которой гарантируется платежеспособность предприятия:

$$3 = \text{СОС} + \text{К} \quad (72)$$

3. Неустойчивое финансовое состояние, при котором нарушается платежеспособность, но сохраняется возможность восстановления равновесия за счет привлечения временно свободных источников средств (резервного фонда, фонда накопления и потребления) и кредитов банка на временное пополнение оборотных средств:

$$3 = \text{СОС} + \text{К} + \text{Ивр} \quad (73)$$

где Ивр — временно свободные источники средств;

Кризисное финансовое состояние, при котором предприятие находится на грани банкротства, соответствует условию:

$$3 > \text{СОС} + \text{К} + \text{И} \quad (74)$$

Относительными показателями финансовой устойчивости предприятия являются следующие:

Коэффициент обеспеченности текущих активов собственными оборотными средствами:

$$K_{\text{обес. сос}} = \frac{\text{СОС}}{\text{ТА}} \quad (75)$$

где ТА — текущие активы предприятия.

Считается, что для обеспечения финансовой устойчивости оборотные средства предприятия должны быть не менее чем на 10% сформированы за счет собственных средств;

Коэффициент обеспеченности материальных запасов собственными оборотными средствами:

$$K_{\text{обес. мз}} = \frac{\text{СОС}}{3} \quad (78)$$

где 3 — запасы на балансе организации.

Рекомендуемое значение этого показателя 0,5—0,8. Вместе с тем величина этого коэффициента находится в тесной зависимости от размера запасов, которые могут быть выше или ниже обоснованной потребности в них;

Коэффициент маневренности собственного капитала:

$$K_{\text{м}} = \frac{\text{СОС}}{\text{СК}} \quad (79)$$

где СК — собственный капитал.

Этот коэффициент показывает, какая часть собственных средств используется в текущей деятельности для финансирования оборотных средств, а какая капитализирована. Величина данного коэффициента может значительно изменяться в зависимости от вида деятельности предприятия. В фондоемких производствах его величина более низкая, в материалоемких — наоборот. Вместе с тем с финансовой точки зрения рост этого коэффициента свидетельствует об улучшении финансового состояния предприятия.

Коэффициент реальной стоимости имущества производственного назначения

$$K_{\text{р. ст. имущ.}} = \frac{(\text{ОС}_{\text{ост}} + 3_{\text{м}} + \text{НП})}{\text{И}} \quad (80)$$

где  $\text{ОС}_{\text{ост}}$  — остаточная стоимость основных средств;

$3_{\text{м}}$  — стоимость материалов в составе производственных запасов;

НП — незавершенное производство;

И — стоимость имущества предприятия.

Данный коэффициент определяет уровень производственного потенциала предприятия, считается, что для промышленного предприятия его значение не может быть ниже 0,5;

Коэффициент концентрации собственного капитала (независимости, автономии):

$$K_{\text{конц}} = \frac{\text{СК}}{\text{ВБ}} \quad (81)$$

где ВБ — валюта баланса.

Этот коэффициент характеризует долю собственного капитала в структуре капитала предприятия, а следовательно, соотношение интересов собственников и кредиторов. Чем выше значение этого коэффициента, тем более устойчиво и независимо предприятие от внешних кредиторов. Наиболее распространенной

считается точка зрения, согласно которой доля собственных средств в обороте предприятия должна быть более 50% (критический уровень 60%);

Коэффициент соотношения заемного и собственного капитала:

$$K_c = \frac{ЗК}{СК} \quad (82)$$

где ЗК — заемный капитал;

СК — собственный капитал.

Этот коэффициент показывает величину заемных средств, приходящихся на каждый тенге собственных средств, вложенных в активы предприятия. Иначе его еще называют «плечом финансового рычага». Он характеризует структуру финансовых источников предприятия, а также степень зависимости от заемных источников. Чем выше значение этого коэффициента, тем выше уровень финансового риска предприятия.

### 10.3 Показатели кредитоспособности предприятия

Важной характеристикой финансового состояния предприятия является кредитоспособность.

Кредитоспособность — это возможность предприятия своевременно погасить кредит. Уровень кредитоспособности находится в прямой зависимости от уровня платежеспособности и финансовой устойчивости. Но привлечение платных заемных источников финансирования целесообразно лишь в том случае, если целью такого привлечения является улучшение финансовых показателей, в том числе обеспечение условий для погашения кредита и выплаты процентов по нему. В связи с этим результатом привлечения кредита должно быть увеличение стоимости активов, приводящее к росту выручки и прибыли. Таким образом, кредитоспособность должна оцениваться более широким кругом показателей по сравнению с платежеспособностью и финансовой устойчивостью.

Для оценки кредитоспособности могут быть использованы следующие группы показателей:

показатели, характеризующие структуру баланса предприятия;

показатели оборачиваемости;

показатели рентабельности.

В первую группу, в частности, могут входить такие показатели, как:

отношение ликвидных активов к краткосрочной задолженности. Этот показатель отражает реальный уровень платежеспособности предприятия, поскольку базируется не только на балансовых данных, но и на аналитических материалах, отражающих конкретную ситуацию;

отношение краткосрочной задолженности к собственному капиталу. Этот коэффициент отражает степень зависимости предприятия от краткосрочных заемных источников финансирования;

отношение основных средств к общей стоимости активов;

отношение запасов к собственным оборотным средствам. Эти показатели близки по смыслу к показателям платежеспособности и финансовой устойчивости.

Вторая группа показателей **может** быть представлена отношением выручки от продаж к собственному капиталу, дебиторской задолженности, собственным оборотным средствам, запасам и т. д. Ускорение оборачиваемости, рассчитанное на базе любого из этих показателей, положительно сказывается на финансовом состоянии предприятия. К примеру, ускорение оборачиваемости дебиторской задолженности обеспечивает своевременность расчетов по кредиту; ускорение оборачиваемости собственного капитала свидетельствует о повышении эффективности его использования и в определенном смысле гарантирует эффективное использование заемных средств.

Третья группа показателей представляет итоговую оценку уровня кредитоспособности, поскольку эти показатели рассчитываются на базе конечных финансовых результатов деятельности предприятия. Одним из таких показателей может быть рентабельность собственного капитала. В том случае, если процентная ставка по кредиту ниже уровня рентабельности, использование заемных средств в обороте предприятия приводит к росту собственного капитала, в противном случае финансовое состояние предприятия ухудшается.

Все названные показатели, характеризующие уровень кредитоспособности, необходимо рассматривать в динамике, и особенно в период до получения кредитных ресурсов и в условиях привлечения их в оборот предприятия.

#### НАЛОГОВАЯ СИСТЕМА РК

Роль налогов в современной экономической системе очень велика. Налоги являются основой доходной части государственного бюджета. Налоговая система – один из основных инструментов регулирования экономики и социальной сферы, поскольку с ее помощью государство может оказывать влияние на распределение национального дохода.

Налоговое законодательство Республики Казахстан основывается на Конституции, состоит из Налогового Кодекса и иных нормативных актов, принятие которых предусмотрено Налоговым Кодексом.

Конституция содержит общие нормы налогового законодательства, касающиеся вопросов о полномочиях органов государственной власти в налоговой сфере, а также устанавливающие обязанность по уплате налогов и иных обязательных платежей.

Налоговый Кодекс регулирует правоотношения, связанные со введением, исчислением, взиманием налогов и сборов, а также отношения, возникающие в связи с этим между налогоплательщиком и государством в лице уполномоченных государственных органов.

Налогом называют обязательный платеж, поступающий в бюджетный фонд в определенном законом размерах и в установленные сроки. Главные принципы налогообложения – равномерность и определенность. Равномерность – это единый подход государства к налогоплательщикам с точки зрения всеобщности, единства правил, а также равной степени убытка, который понесет

налогоплательщик. Принцип определенности состоит в том, что порядок налогообложения устанавливается заранее законом.

По объектам обложения налоги делятся:

- на налог на доходы (выручку, прибыль, заработную плату, проценты, дивиденды, ренту);
- налог на добавленную стоимость продукции, работ, услуг;
- налог на имущество;
- налог на определенные виды деятельности и сделки, например, сделки с ценными бумагами;
- налог на пользование природными ресурсами.

Важнейшие элементы налогов:

Субъект налога – налогоплательщик, то есть физическое или юридическое лицо, которое обязано в соответствии с законодательством или уплатить налог.

Носитель налога – юридическое или физическое лицо, уплачивающее налог из собственного дохода. При этом носитель налога вносит налог субъекту налога, а не государству.

## **ГЛАВА 11 ДОХОД И ПРИБЫЛЬ КАК ОБОЩАЮЩИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

### **11.1 Сущность и значение повышения доходов предприятия в современных условиях**

Доход от основной деятельности как экономическая категория отражает доход, созданный в процессе предпринимательской деятельности. Результатом соединения факторов производства (труда, капитала, природных ресурсов) и полезной производительной деятельности хозяйствующих субъектов является произведенная продукция, которая становится товаром при условии ее реализации потребителю.

На стадии продажи выявляется стоимость товара, включающая стоимость прошлого овеществленного труда и живого труда. Стоимость живого труда отражает вновь созданную стоимость и распадается на две части. Первая представляет собой заработную плату работников, участвующих в производстве продукции. Ее величина определяется факторами, обусловленными необходимостью воспроизводства рабочей силы. В этом смысле для предпринимателя она представляет часть издержек по производству продукции. Вторая часть вновь созданной стоимости отражает чистый доход, который реализуется только в результате продажи продукции, что означает общественное признание ее полезности. На уровне предприятия в условиях товарно-денежных отношений чистый доход принимает форму дохода.

На рынке товаров предприятия выступают как относительно обособленные товаропроизводители. Установив цену на продукцию, они реализуют ее потребителю, получая при этом денежную выручку, что не означает получение дохода. Для выявления финансового результата необходимо сопоставить выручку с расходами на производство и реализацию, которые принимают форму себестоимости продукции. Когда выручка превышает себестоимость, финансовый результат свидетельствует о получении дохода. Предприниматель всегда ставит своей целью доход, но не всегда его извлекает. Если выручка равна себестоимости, то удалось лишь возместить расходы на производство и реализацию продукции.

Реализация состоялась без убытков, но отсутствует и доход как источник производственного, научно-технического и социального развития. При расходах, превышающих выручку, предприятие получает убытки — отрицательный финансовый результат, что ставит его в достаточно сложное финансовое положение, не исключающее и банкротство.

Доход представляет собой конечный финансовый результат, характеризующий производственно-хозяйственную деятельность всего предприятия, то есть составляет основу экономического развития предприятия. Рост доходов создает финансовую основу для развития деятельности предприятия, осуществляя расширенное воспроизводство. За счет нее выполняется часть обязательств перед бюджетом, банками и другими предприятиями. Таким образом, доход становится важнейшим критерием для оценки производственной и финансовой

деятельности предприятия. Она характеризует уровень его деловой активности и финансовое благополучие.

За счет отчислений от доходов в бюджет формируется основная часть финансовых ресурсов государства, региональных и местных органов власти, и от их увеличения в значительной мере зависят темпы экономического развития страны, отдельных регионов, приумножения общественного богатства и, в конечном счете, повышения жизненного уровня населения.

Для выявления проблем управления в условиях постоянно меняющейся обстановки для сохранения конкурентоспособности необходим постоянно действующий анализ деятельности предприятия во всех сферах ее деятельности.

Так как основную часть доходов предприятия получают от реализации выпускаемой продукции, сумма доходов находится под воздействием многочисленных факторов: изменения объема, ассортимента, качества, структуры произведенной и реализованной продукции, себестоимости отдельных изделий, уровня цен, эффективности использования производственных ресурсов.

Кроме того на нее оказывают влияние соблюдение договорных обязательств, состояние расчетов между поставщиками и покупателями и др. Из доходности производятся отчисления в бюджет, уплачиваются проценты по кредитам банка.

Главное предназначение доходов в современных условиях хозяйствования – отражение эффективности производственно-сбытовой деятельности предприятия. Это обусловлено тем, что в величине доходности должно находить отражение соответствие индивидуальных затрат предприятия, связанных с производством и реализацией своей продукции и выступающих в форме себестоимости, общественно необходимых затрат, косвенным выражением которых должна явиться цена изделия.

В соответствии с рисунком 1 рассмотрим роль доходов предприятия в современных условиях.

Доход как важнейшая категория рыночных отношений выполняет определенные функции.

Во-первых, доход характеризует экономический эффект, полученный в результате деятельности предприятия. Но все аспекты деятельности предприятия с помощью дохода в качестве единственного показателя оценить невозможно. Такого универсального показателя и не может быть. Именно поэтому при анализе производственно-хозяйственной и финансовой деятельности предприятия используется система показателей. Значение дохода состоит в том, что она отражает конечный финансовый результат.



Рисунок 11.1 Роль доходов предприятия в современных условиях

Во-вторых, доход обладает стимулирующей функцией. Ее содержание состоит в том, что доход одновременно является финансовым результатом и основным элементом финансовых ресурсов предприятия. Доля чистого дохода, оставшегося в распоряжении предприятия после уплаты налогов и других обязательных платежей, должен быть достаточным для финансирования расширения производственной деятельности, научно-технического и социального развития предприятия, материального поощрения работников.

В-третьих, доход является одним из источников формирования бюджетов разных уровней. Он поступает в бюджеты в виде налогов и наряду с другими доходными поступлениями используется для финансирования удовлетворения совместных общественных потребностей, обеспечения выполнения государством своих функций, государственных инвестиционных, производственных, научно-технических и социальных программ.

В условиях рыночной экономики значение доходов огромно. Стремление к получению дохода ориентирует товаропроизводителей на увеличение объема производства продукции, нужной потребителю, снижение расходов на производство. При развитой конкуренции этим достигается не только цель предпринимательства, но и удовлетворение общественных потребностей. Для предпринимателя доход является сигналом, указывающим, где можно добиться наибольшего прироста стоимости, создает стимул для инвестирования в эти

сферы. Свою роль играют и убытки. Они высвечивают ошибки и просчеты в направлении средств, организации производства и сбыта продукции.

Доход — наиболее простая и одновременно наиболее сложная категория рыночной экономики. Ее простота определяется тем, что она является стержнем и главной движущей силой экономики рыночного типа, основным побудительным мотивом деятельности предпринимателей в этой экономике. В то же время ее сложность определяется многообразием сущностных сторон, которые она отражает, а также многообразием обличей, в которых она выступает.

Рассматривая сущность дохода, следует в первую очередь отметить такие его характеристики:

1. Доход представляет собой форму дохода предпринимателя, осуществляющего определенный вид деятельности. Это наиболее простая форма выражения дохода является вместе с тем недостаточной для ее полной характеристики, так как в ряде случаев активная деятельность в какой-либо сфере может и не быть связанной с получением дохода (например, деятельность политическая, благотворительная и т.п.).

2. Доход является формой дохода предпринимателя, вложившего свой капитал с целью достижения определенного коммерческого успеха. Категория дохода неразрывно связана с категорией капитала — особым фактором производства — и в усредненном виде характеризует цену функционирующего капитала.

3. Доход не является гарантированным доходом предпринимателя, вложившего свой капитал в тот или иной вид бизнеса. Он является результатом только умелого и успешного осуществления этого бизнеса. Но в процессе ведения бизнеса предприниматель вследствие своих неудачных действий или объективных причин внешнего характера может не только лишиться ожидаемого дохода, но и полностью или частично потерять вложенный капитал. Поэтому доход является в определенной мере и платой за риск осуществления предпринимательской деятельности. Как будет показано далее уровень дохода и уровень предпринимательского риска находятся между собой в прямо пропорциональной зависимости.

4. Доход характеризует не весь доход, полученный в процессе предпринимательской деятельности, а только ту часть дохода, которая "очищена" от понесенных затрат на осуществление этой деятельности. Иными словами, в количественном выражении доход является остаточным показателем, представляющим собой разность между совокупным доходом и совокупными затратами в процессе осуществления предпринимательской деятельности.

5. Доход является стоимостным показателем, выраженным в денежной форме. Такая форма оценки дохода связана с практикой обобщенного стоимостного учета всех связанных с ней основных показателей — вложенного капитала, полученного дохода, понесенных затрат и т.п., а также с действующим порядком налогового его регулирования.

Доход предприятия является главной целью предпринимательской деятельности. Основным побудительным мотивом осуществления любого вида бизнеса, его главной конечной целью является рост благосостояния собственников предприятия. Характеристикой этого роста является размер теку-

щего и отложенного их дохода на вложенный капитал, источником которого является полученный доход.

Если для собственников предприятия получение высокого уровня дохода является вполне очевидным мотивом предпринимательской деятельности, то может возникнуть вопрос: является ли получение высокого дохода столь же побудительным мотивом деятельности наемных менеджеров предприятия и остального его персонала.

Для менеджеров, которые не являются собственниками предприятия, руководимого ими, доход является основным мерилем успеха их деятельности. Возрастание уровня дохода предприятия повышает "рыночную цену" этих менеджеров, что сказывается на уровне их личной заработной платы. И наоборот — систематическое снижение уровня дохода руководимого ими предприятия приводит к обратным результатам в их личной карьере, уровне получаемых доходов, возможностях последующего трудоустройства.

Для остального персонала уровень дохода предприятия также является достаточно высоким побудительным мотивом их деятельности, особенно при наличии на предприятии программы участия наемных работников в доходах. Доходность предприятия является не только гарантом их занятости (при прочих равных условиях), но в определенной мере обеспечивает дополнительное материальное вознаграждение их труда и удовлетворение ряда их социальных потребностей.

Доход предприятия создает базу экономического развития государства в целом. Механизм перераспределения дохода предприятия через налоговую систему позволяет "наполнять" доходную часть государственных бюджетов всех уровней (общегосударственного и местных), что дает возможность государству успешно выполнять возложенные на него функции и осуществлять намеченные программы развития экономики. Кроме того, реализация известного принципа - "богатство государства характеризуется уровнем богатства его граждан" - также связана с возрастанием дохода предприятия, которое обеспечивает рост доходов его владельцев, менеджеров и персонала.

Доход предприятия является критерием эффективности конкретной производственной (операционной) деятельности. Индивидуальный уровень дохода предприятия в сравнении с отраслевым, характеризует степень умения (подготовленности, опыта, инициативности) менеджеров успешно осуществлять хозяйственную деятельность в условиях рыночной экономики.

Среднеотраслевой уровень дохода предприятий характеризует рыночные и другие внешние факторы, определяющие эффективность производственной деятельности и является основным регулятором «перелива капитала» в отрасли с более эффективным его использованием. При этом капитал перемещается, как правило, в те сегменты рынка, которые характеризуются значительным объемом неудовлетворенного спроса,

что способствует более полному удовлетворению общественных и личных потребностей.

Доход является основным внутренним источником формирования финансовых ресурсов предприятия, обеспечивающих его развитие. В системе внутренних источников формирования этих ресурсов доходу принадлежит главенствующая роль. Чем выше уровень генерирования дохода предприятия в процессе его хозяйственной деятельности, тем меньше его потребность в привлечении финансовых средств из внешних источников и при прочих равных условиях — тем выше уровень самофинансирования его развития, обеспечения реализации стратегических целей этого развития, повышения конкурентной позиции предприятия на рынке. При этом, в отличие от некоторых других внутренних источников формирования финансовых ресурсов предприятия, доход является постоянно воспроизводимым источником и ее воспроизводство в условиях успешного хозяйствования осуществляется на расширенной основе.

Доход является главным источником возрастания рыночной стоимости предприятия. Способность самовозрастания стоимости капитала обеспечивается путем капитализации части полученной предприятием дохода, т.е. ее направления на прирост его активов. Чем выше сумма и уровень капитализации полученной предприятием дохода, тем в большей степени возрастает стоимость его чистых активов (активов, сформированных за счет собственного капитала), а соответственно и рыночная стоимость предприятия в целом, определяемая при его продаже, слиянии, поглощении и в других случаях.

Доход предприятия является важнейшим источником удовлетворения социальных потребностей общества.

Социальная роль дохода проявляется, прежде всего, в том, что средства, перечисляемые в бюджеты разных уровней в процессе его налогообложения, служат источником реализации разнообразных общегосударственных и местных социальных программ, обеспечивающих "выживание" отдельных социально не защищенных (или недостаточно защищенных) членов общества. Кроме того, эта роль проявляется в удовлетворении за счет полученного дохода предприятия части социальных потребностей его персонала (социальные программы являются неотъемлемой составной частью коллективных или индивидуальных трудовых соглашений). Наконец, определенная социальная роль дохода проявляется в том, что он служит источником внешней благотворительной деятельности предприятия, направленной на финансирование отдельных недоходных организаций, учреждений социальной сферы, оказания материальной помощи отдельным категориям граждан.

Доход является основным защитным механизмом, предохраняющим предприятие от угрозы банкротства. Хотя такая угроза может возникнуть и в условиях доходной хозяйственной деятельности предприятия (при использовании неоправданно высокой доли заемного капитала, особенно краткосрочного; при недостаточно эффективном управлении ликвидностью активов и т.п.), но

при прочих равных условиях, предприятие гораздо успешнее выходит из кризисного состояния при высоком потенциале генерирования дохода. За счет капитализации полученного дохода может быть быстро увеличена доля высоколиквидных активов (восстановлена платежеспособность), повышена доля собственного капитала при соответствующем снижении объема используемых заемных средств (повышена финансовая устойчивость), сформированы соответствующие резервные финансовые фонды.

Таким образом, доход играет решающую роль в стимулировании дальнейшего повышения эффективности производства, усиления материальной заинтересованности работников в достижении высоких результатов деятельности своего предприятия. Дальнейшее усиление распределительной и стимулирующей роли доходов связано с совершенствованием механизма ее распределения.

## 11.2 ВИДЫ ДОХОДОВ

Планирование финансовой деятельности предприятия тесно связано с конечными результатами производства, важнейшим из которых в условиях рыночных отношений является совокупный доход предприятия. Доход предприятия является основой самофинансирования всех видов производственно – коммерческой деятельности и социально – трудовых отношений коллектива.

Доходы действующих субъектов состоят из:

1. дохода (выручка) от реализации продукции, работ, услуг;
2. валового (маржинального) дохода;
3. дохода от основной деятельности;
4. дохода от не основной деятельности;
5. дохода от прочей реализации;
6. дохода от операционной деятельности;
7. дохода от внереализационных операций
8. совокупного дохода (до налогообложения);
9. дохода (убыток) от чрезвычайных ситуаций;
10. чистого дохода

*Доход (выручка) от реализации продукции (работ, услуг).*

Реализованной считается готовая продукция, отпущенная потребителям или вывезенная ими со складов предприятия – изготовителя, оплата, за которую полностью поступила на расчетный счет поставщика.

Доходы от продажи, т.е. выручка от реализации, отражают стоимость реализованной продукции и услуг за отчетный период.

В этой статье отражаются суммы, полученные с учетом возвращенных по рекламациям товаров и предоставленных покупателям скидок с цены, которые вычитаются из общей суммы продаж. Под валовой суммой продаж понимаются поступления от продажи товаров до вычета стоимости возвращенных товаров, скидок с цены, транспортных расходов.

Доход от реализации продукции отражается за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и т.п. налогов и обязательных платежей.

Доход от реализации продукции служит основным источником денежных доходов предприятия. Доход от реализации продукции является важнейшей финансовой категорией, выражающей денежные отношения между поставщиком и потребителем товара. Будучи финансовой категорией, доход от реализации продукции выступает как один из главных источников поступления финансовых ресурсов предприятия и денежных средств. Размер дохода от реализации продукции зависит от качества, количества, ассортимента реализуемой продукции, расчетной дисциплины и цены.

*Валовой (маржинальный) доход.*

Валовой доход представляет собой финансовый результат от реализации продукции (работ, услуг) и определяется как разность между доходом от реализации продукции (работ, услуг) и производственной себестоимостью реализованной продукции (работ, услуг) в результате основной деятельности.

Себестоимость продукции – это расходы, связанные с покупкой или производством товаров, предназначенных для продажи. Она включает такие элементы, как расходы на материалы, расходы на оплату труда и производственные расходы.

Являясь конечным результатом работы предприятия, валовой доход отражает степень эффективности его хозяйственной деятельности. Валовой доход – это основной источник образования финансовых ресурсов предприятия и государственного бюджета. Объектом налогового обложения является валовой доход.

Доход от основной деятельности показывает сумму, образующуюся в результате вычитания из валового дохода расходов периода, связанных с основной деятельностью, до включения дохода от инвестиции и до вычета процентов и налогов. При подготовке отчета о доходах обычно руководствуются методом расчета, по которому доходы, признанные полученными в данный период, сравниваются с теми расходами, которые должны быть приведены в тот же период. При определении доходов, признаваемых в отчетном периоде, руководствуются, как правило, принципом: определенные издержки признаются расходами, поскольку они напрямую связаны со специфическими доходами. Например, имея в виду, что стоимость проданных товаров, транспортные расходы по доставке товаров потребителю и оплата комиссионных посреднику обеспечивают доход в течение нескольких периодов, долю таких затрат определяют путем исчисления конкретного ожидаемого дохода от применения такого вида активов в данном периоде. К числу таких активов можно отнести амортизацию основных средств, амортизацию неосязаемых и распределение по периодам расходов на страхование; некоторые издержки, не включаемые в перечисленные выше категории, признаваемые расходами текущего периода. Например, к издержкам, которые немедленно признаются расходами текущего периода, относятся зарплата управленческого звена, большая часть сбытовых и административных расходов.

Чем больше величина валового дохода и меньше расходов периода, представляющих собой постоянные затраты, не включаемые в производственную

себестоимость реализованной продукции, тем выше доход от основной деятельности.

В связи с тем, что данные по статьям калькуляции производственной себестоимости являются коммерческой тайной и внешние пользователи не в состоянии более точно подразделить затраты на переменные и постоянные, величину валового дохода можно отождествить с величиной маржинального дохода.

#### *Доход от неосновной деятельности*

Доходы от не основной деятельности возникают по второстепенным видам деятельности фирмы или ее деятельности в дополнительных сферах.

*Доходы от прочей реализации*, под которыми понимаются доходы от реализации прочей продукции, работ и услуг вспомогательных, подсобных и обслуживающих производств, структурных подразделений, занятых непромышленной деятельностью, а также от реализации покупных товарно – материальных ценностей (продукция сельскохозяйственных предприятий, электрическая энергия, вода, тепло, топливо своим рабочим и служащим, сверхнормативные и излишние товарно – материальные ценности).

*Операционными доходами* являются (в случае, когда перечисленные виды деятельности не являются основными):

- поступления, связанные с предоставлением за плату во временное пользование (временное владение и пользование) активов организации;

- поступления, связанные с участием в уставных капиталах других организаций (включая проценты и иные доходы по ценным бумагам);

- доходы, получаемые от долевого участия в совместных предприятиях, дивиденды по акциям, облигациям и другим ценным бумагам. Доходы от долгосрочных и краткосрочных финансовых вложений, каковыми являются вклады средств в уставный капитал других предприятий, в совместную деятельность без образования юридического лица, предоставление кредита, в том числе дисконт по векселям, проценты по банковским счетам предприятия и прочие. К расходам такого рода относят расходы, связанные с выплатой процентов и дивидендов держателям акций и облигаций за использование их средств. Проценты являются фиксированными расходами, поскольку подлежат выплате ежегодно, независимо от того получает ли предприятие доход или нет;

- поступления от продажи основных средств и иных активов, отличных от денежных средств (кроме иностранной валюты), продукции, товаров;

- проценты, полученные за предоставление в пользование денежных средств организации, а также проценты за использование банком денежных средств, находящихся на счете организации в этом банке.

*Внерезультационными доходами* являются доходы (расходы) предприятия, непосредственно не связанные с производством и реализацией продукции, но имеющие место в связи с условием ведения хозяйственной деятельности предприятия. Сюда входят:

- штрафы, пени, неустойки за нарушение условий договоров;

- активы, полученные безвозмездно, в том числе по договору дарения;

- поступления в возмещение причиненных организации убытков;

- доход прошлых лет, выявленная в отчетном году;

- курсовые разницы;
- сальдо дохода прошлых лет, выявленное в отчетном году, включая поступления в счет погашения дебиторской задолженности, списанной в убыток в прошлые годы, а также убыток от списания безнадежной кредиторской задолженности;
- доходы от дооценки товаров или убытки от уценки;
- сальдо курсовых разниц по валютным счетам и операциям в инвалюте;
- недостачи материальных ценностей, выявленные при инвентаризации;
- прочие внереализационные доходы.

*Доход (убыток) от чрезвычайных ситуаций.*

Доход от чрезвычайных ситуаций представляет собой сальдо не компенсируемых потерь от стихийных бедствий, аварий, других чрезвычайных событий, вызванных экстремальными ситуациями с учетом затрат по предотвращению или ликвидации их последствий.

*Совокупный доход (до налогообложения).*

Этот вид дохода образуется как сумма доходов от основной и не основной деятельности предприятия или как сумма доходов от операционной и инвестиционной деятельности предприятия до уплаты корпоративного налога.

Корпоративный налог – это общая сумма выплаченного налога или подлежащего уплате налога. На данный момент ставка этого налога составляет 20%. Однако, общая сумма уплачиваемых налогов может быть снижена в результате получения предприятием отсрочки по уплате налогов, что означает предоставление налогового кредита.

*Совокупный доход (после налогообложения).*

Совокупный доход после налогообложения образуется путем вычитания из общей суммы доходов уплаченного корпоративного подоходного налога.

*Чистый доход.*

Складывается из совокупного дохода после налогообложения и дохода (убытка) от чрезвычайных ситуаций.

Чистый доход отражает конечный результат деятельности предприятия за отчетный период. Он подлежит распределению в качестве нераспределенного дохода в собственный капитал или на какие-то конкретные цели.

По источникам формирования доходов в разрезе основных видов деятельности предприятия выделяют доход от операционной, инвестиционной и финансовой деятельности. На первый взгляд кажется, что этот признак классификации идентичен ранее рассмотренному. Только первые позиции систематизации по этим признакам совпадают, так как операционный доход является результатом операционной, производственно-сбытовой или основной для данного предприятия деятельности. Что касается инвестиционной деятельности, то ее результаты отражены частично в доходах от внереализационных операций (в виде дохода от участия в совместных предприятиях, от владения ценными бумагами и от депозитных вкладов), а частично — в доходах от реализации имущества (такая реализация активов носит характер дезинвестиций и является предметом инвестиционной деятельности предприятия). Особого рассмотрения требует понятие дохода от

финансовой деятельности, основные денежные потоки по которой связаны с обеспечением предприятия внешними источниками финансирования (привлечение дополнительного акционерного или паевого капитала, эмиссия облигаций или других долговых ценных бумаг, привлечение кредита в различных его формах, а также обслуживание привлеченного капитала путем выплаты дивидендов и процентов и погашения обязательств по основному долгу). Казалось бы, что такое содержание денежных потоков не может сформировать прямо доход предприятия, так как в конечном счете возвращать всегда приходится больше денежных средств, чем получено. Вместе с тем, в процессе финансовой деятельности как собственный, так и заемный капитал, привлеченный из внешних источников, может быть получен на более или менее выгодных для предприятия условиях, что соответственно отразится на результатах операционного или инвестиционного дохода. Поэтому под доходами от финансовой деятельности понимается косвенный эффект от привлечения капитала из внешних источников на условиях более выгодных, чем среднерыночные. Кроме того, в производственно-финансовой деятельности может быть получен доход на вложенный собственный капитал путем использования эффекта финансового леввериджа, - обеспечения получения депозитного процента по среднему остатку денежных средств на расчетном или валютном счетах и т.п.

По составу элементов, формирующих доход, различают маржинальный, валовый (балансовый) и чистый доход предприятия. Под этими терминами понимают обычно различную степень "очистки" полученных предприятием чистых доходов от понесенных им в процессе хозяйственной деятельности затрат.

Так, маржинальный доход характеризует сумму чистого дохода от операционной деятельности за вычетом суммы переменных затрат. Валовый доход характеризует сумму чистого дохода от операционной деятельности за вычетом всех операционных расходов, как постоянных, так и переменных (балансовый доход соответственно представляет собой разницу между всей суммой чистого дохода предприятия и всей суммой его текущих затрат). Чистый доход характеризует сумму балансового (или валовой) дохода, уменьшенную на сумму налоговых платежей.

По характеру налогообложения дохода выделяют налогооблагаемую и не облагаемую налогом его части. Такое деление дохода играет важную роль в формировании налоговой политики предприятия, так как позволяет оценивать альтернативные хозяйственные операции с позиций конечного их эффекта. Состав дохода, не подлежащей налогообложению, регулируется соответствующим законодательством.

По характеру инфляционной "очистки" дохода выделяют номинальный и реальный его виды. Реальный доход характеризует размер номинально полученной его суммы, скорректированный на темп инфляции в соответствующем периоде.

По рассматриваемому периоду формирования выделяют доход предшествующего периода (т.е. периода, предшествующего отчетному), доход

отчетного периода и доход планового периода (планируемую прибыль). Такое деление используется в целях анализа и планирования для выявления соответствующих трендов ее динамики, построения соответствующего базиса расчетов и т.п.

По регулярности формирования выделяют доход, который формируется предприятием регулярно, и так называемого "чрезвычайный" доход. Термин "чрезвычайный" доход характеризует необычный для данного предприятия источник его формирования. Примером чрезвычайного дохода может служить доход, полученный от продажи одного из филиалов предприятия.

По характеру использования в составе дохода, остающегося после уплаты налогов и других обязательных платежей предприятия (чистого дохода), выделяют капитализируемую и потребляемую его части. Капитализированный доход характеризует ту его сумму, которая направлена на финансирование прироста активов предприятия, а потребленный доход — ту его часть, которая израсходована на выплаты собственникам (акционерам), персоналу или на социальные программы предприятия. Для характеристики этих видов дохода используются термины соответственно нераспределенный и распределенный доход (в нашей практике термин нераспределенный доход имеет более узкое значение).

По значению итогового результата хозяйствования различают положительный доход (или собственно доход) и отрицательный доход (убыток). В нашей практике эта терминология получила пока ограниченное распространение, хотя и встречается в экономических публикациях последних лет по вопросам бухгалтерского учета.

Важнейшим фактором, влияющим на сумму всех видов операционного дохода предприятия, является размер доходов, формируемых им в процессе операционной деятельности. Операционные доходы предприятия являются финансовой базой развития его операционной деятельности, обеспечивающей решение следующих трех важнейших задач:

Основная часть операционных доходов предприятия является источником возмещения всех текущих затрат (издержек), связанных с осуществлением его операционной деятельности. Реализация этой задачи обеспечивает самокупаемость операционной деятельности предприятия.

Часть операционных доходов предприятия служит источником выплат налоговых платежей, связанных с осуществлением операционной деятельности; за счет этой части операционных доходов обеспечивается формирование средств государственного и местных бюджетов, внебюджетных фондов. Реализация этой задачи обеспечивает выполнение финансовых обязательств предприятия перед государством.

Определенная часть операционных доходов предприятия является источником формирования его чистого операционного дохода. За счет этой части операционных доходов предприятие формирует фонды производственного развития, резервный, дополнительный материального стимулирования персонала, социальных выплат, выплат собственникам предприя-

тия ит.п. Реализация этой задачи обеспечивает самофинансирование развития операционной деятельности предприятия на расширенной основе в предстоящем периоде.

### 11.3 СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДОХОДОВ И РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Состояние того или иного объекта управления определяется системой показателей. Любое предприятие, независимо от размеров, сферы деятельности, доходности или убыточности, есть сложная система, которая взаимодействует с рыночной средой. Вряд ли найдется единственный показатель, который смог бы отразить аспекты деятельности предприятия. Таковым не может быть даже доход. Лучше всего основываться на системе показателей. Чтобы производить любой продукт, необходимы ресурсы: деньги, рабочая сила, оборудование, сырье, материалы. Этими элементами — факторами производства — надо управлять (планировать, анализировать и контролировать) и выпускать конкурентоспособную продукцию.

Несмотря на довольно значительный перечень рассмотренных классификационных признаков, он, тем не менее, не отражает всего многообразия видов дохода, используемых в научной терминологии и предпринимательской практике. Ряд из этих терминов будут дополнительно рассмотрены в процессе изложения конкретных вопросов управления доходами.

Со структурой отдельных видов дохода, формируемых на предприятии, связано понятие «качество дохода». В наиболее обобщенном виде оно характеризует структуру источников формирования дохода по виду деятельности — операционного, инвестиционного, финансового. В рамках каждого из этих видов доходов данное понятие характеризует конкретные источники роста доходов. Например, высокое качество операционного дохода характеризуется ростом объема выпуска продукции, снижением издержек и т.п., а низкое ее качество ростом цен на продукцию без увеличения объема ее выпуска и реализации в натуральных показателях. Понятие «качество дохода» позволяет правильнее оценивать его динамику, проводить сопоставимый его анализ в процессе сравнения с деятельностью других предприятий.

Конечным результатом деятельности коммерческой организации является доход. *Доход представляет собой выраженный в денежной форме чистый доход, представляющий собой разницу между совокупным доходом и совокупными затратами.* Предприятие получает прибыль, если доход от реализации продукции (работ, услуг) превышает себестоимость реализованной продукции (работ, услуг).

Расходы периода

в том числе:

- общеадминистративные расходы
- расходы на реализацию продукции
- проценты по кредитам

### Доход от основной деятельности

Из данной формулы следует, что любое изменение выручки или себестоимости влечет за собой адекватное изменение дохода от основной деятельности. Все аспекты снабженческой, производственной и сбытовой деятельности предприятия находят свое отражение в показателе дохода от основной деятельности: уровень использования материальных ресурсов, основных средств, трудовых ресурсов, объем реализации продукции, уровень цен. С другой стороны, доход от основной деятельности является основным источником развития предприятия, расширения его производственной базы и источником финансирования социальной сферы. Из дохода выплачиваются дивиденды и другие доходы учредителям и собственникам предприятия. По доходам кредиторы судят о возможностях предприятия по возврату заемных средств, инвесторы — о целесообразности инвестиций в предприятие, поставщики — о платежеспособности предприятия.

*Коэффициенты рентабельности.* Основной целью расчета и использования этой системы коэффициентов является определение эффективности формирования доходов предприятия. Уровень такой эффективности оценивается по всем видам доходов — маржинального, валового балансового, чистого. В процессе такой оценки должен строго соблюдаться принцип соответствия соотносимых показателей при расчете коэффициентов по конкретным видам деятельности предприятия. Коэффициенты рентабельности могут определяться как в десятичном выражении, так и в процентах.

Для наиболее обобщающей оценки эффективности формирования доходов используются следующие коэффициенты рентабельности:

*Коэффициент рентабельности активов* (коэффициент экономической рентабельности). Он характеризует общий уровень доходов, генерируемых всеми используемыми активами предприятия. Расчет этого показателя осуществляется по следующей формуле:

$$KPa = ЧД / A \quad (82)$$

где  $KPa$  - коэффициент рентабельности всех используемых активов;

$ЧД$  - сумма чистого дохода в рассматриваемом периоде;

$A$  - средняя стоимость всех используемых активов в рассматриваемом периоде.

По этой принципиальной формуле могут быть определены и коэффициенты рентабельности отдельных групп активов предприятия (оборотных, внеоборотных, отдельных их элементов).

*Коэффициент рентабельности собственного капитала* (коэффициент финансовой рентабельности). Он характеризует общий уровень дохода, генерируемый собственным капиталом предприятия, и служит мерой оценки эффективности его использования на данном предприятии. Расчет этого показателя осуществляется по следующей формуле:

$$KРск = ЧД / СК \quad (83)$$

где  $KP_{СК}$  - коэффициент рентабельности собственного капитала;  
ЧД - сумма чистого дохода в рассматриваемом периоде;  
СК - средняя сумма собственного капитала в рассматриваемом периоде.

По аналогичной формуле могут быть определены и коэффициенты рентабельности всего заемного капитала или различных составных его видов.

Для оценки эффективности формирования дохода в процессе операционной деятельности используются следующие коэффициенты рентабельности:

*Коэффициент маржинальной рентабельности реализации продукции.* Он показывает, в какой степени объем реализации продукции обеспечивает получение маржинального дохода предприятия. Расчет этого показателя осуществляется по следующей формуле:

$$KMP_r = MD_0 / OP \quad (84)$$

где  $KMP_r$  —коэффициент маржинальной рентабельности реализации продукции;

$MD_0$  —сумма маржинального дохода по операционной деятельности в рассматриваемом периоде;

OP —общий объем реализации продукции в рассматриваемом периоде.

*Коэффициент рентабельности продаж.* Расчет этого показателя осуществляется по формуле:

$$KPr = D_p / OP \quad (85)$$

где  $KPr$  - коэффициент рентабельности продаж;

$D_0$  - сумма дохода по от реализации продукции (работ, услуг) в рассматриваемом периоде;

OP - общий объем реализации продукции в рассматриваемом периоде.

*Коэффициент чистой рентабельности реализации продукции.* Этот показатель рассчитывается по следующей формуле:

$$KЧPr = ЧД_0 / OP \quad (86)$$

где  $KЧPr$  - коэффициент чистой рентабельности реализации продукции;

$ЧД_0$ -сумма чистого дохода по операционной деятельности в рассматриваемом периоде;

OP - общий объем реализации продукции в рассматриваемом периоде.

*Коэффициент чистого дохода.* Его расчет осуществляется по следующей формуле (14):

$$KЧД = ЧД / СД \quad (87)$$

где КЧД -коэффициент чистого дохода;  
ЧД- сумма чистого дохода предприятия в рассматриваемом периоде;  
СД- сумма совокупного дохода предприятия в рассматриваемом периоде.

При необходимости этот коэффициент также может быть рассчитан по отдельным сферам деятельности предприятия по отношению к валовому доходу.

Теперь рассмотрим факторы, влияющие на доходы предприятия.

Факторы, влияющие на доходы предприятия можно разделить на внешние и внутренние.

К внешним факторам относятся:

- политическая стабильность;
- состояние экономики;
- демографическая ситуация;
- конъюнктура рынка, в том числе рынка потребительских товаров;
- темпы инфляции;
- ставка процента за кредит.

К внутренним факторам относятся:

- объем валового дохода (и, соответственно, факторы, его определяющие);
- производительность труда работников;
- скорость оборачиваемости товаров;
- наличие собственных оборотных средств;
- эффективность использования основного капитала.

Это факторы, влияющие на величину дохода, остающегося в распоряжении предприятия, которого еще называют чистым доходом.

Чистый доход может быть направлен на уплату местных налогов и сборов, образование резервных фондов, осуществляются отчисления на благотворительные цели, уплачиваются проценты по ссудам банков, полученных на восполнение недостатков оборотных средств, на приобретение основных средств, нематериальных активов и других активов, а также процентов по средствам, взятым в займы у других организаций. Из чистого дохода уплачиваются также штрафы и расходы по возмещению ущерба, подлежащим в соответствии с действующим законодательством внесению в бюджеты разных уровней.

Основным показателем безубыточной работы предприятия является доходность. Ее относят к показателям экономического эффекта, но не эффективности, так как абсолютная сумма доходности не позволяет судить об отдаче вложенных средств. Вместе с тем анализ динамики совокупного дохода, темпов его прироста в сопоставлении с динамикой величины и прироста чистого дохода представляет значительный интерес. Результаты анализа могут свидетельствовать о снижении темпов прироста чистого дохода по сравнению с совокупным и наоборот.

Доход от основной деятельности занимает наибольший удельный вес в структуре совокупного дохода предприятия. Его величина формируется под воздействием трех основных факторов: себестоимости продукции, объема ре-

лизации и уровня рыночных цен на реализуемую продукцию. Важнейшим из них является себестоимость. Количественно в структуре цены она занимает значительный удельный вес, поэтому снижение себестоимости очень заметно сказывается на росте доходности при прочих равных условиях. Динамика показателя себестоимости продукции интересна и с другой точки зрения. На многих предприятиях существуют подразделения экономических служб, которые постоянно анализируют себестоимость и изыскивают пути ее снижения. Но в значительной мере эта работа обесценивается инфляцией и ростом цен на исходное сырье и топливно-энергетические ресурсы. В условиях резкого роста цен и недостатка собственных оборотных средств предприятий возможность прироста доходности в результате снижения себестоимости исключена.

Увеличение объема реализации продукции в натуральном выражении при прочих равных условиях ведет к росту доходности. Возрастающие объемы производства продукции, пользующейся спросом, могут достигаться с помощью капитальных вложений, что требует направления доходов на покупку более производительного оборудования, освоение новых технологий, расширение производства. Этот путь сейчас для многих предприятий затруднен или почти невозможен по причине инфляции, роста цен и недоступности долгосрочного кредита. Предприятия, располагающие средствами и возможностями для проведения капитальных вложений, реально увеличивают свою доходность, если обеспечивают рентабельность инвестиций выше темпов инфляции. Не требует капитальных расходов ускорение оборачиваемости оборотных средств, которое также ведет к росту объемов производства и реализации продукции. Однако инфляция достаточно быстро обесценивает оборотные средства, предприятиями на приобретение сырья и топливно-энергетических ресурсов направляется все большая их часть, неплатежи покупателей и требуемая предоплата отвлекают значительную часть средств из оборота покупателей. Причинами неплатежей являются не только недостаток оборотных средств и неустойчивое финансовое положение предприятий, но и низкая финансово-расчетная дисциплина, недостатки в работе банковской системы, неразвитость вексельного обращения.

Доходы предприятий растут высокими темпами, главным образом за счет роста цен. При росте расходов на производство продукции и снижении объемов ее выпуска доход растет вследствие постоянно повышающихся цен. Увеличение цены само по себе не является негативным фактором. Оно вполне обоснованно, если связано с повышением спроса на продукцию, улучшением технико-экономических параметров и потребительских свойств выпускаемой продукции.

На величину доходов от реализации продукции влияет состав и размер нереализованных остатков на начало и конец отчетного периода. Значительная величина остатков приводит к неполному поступлению выручки и недополучению ожидаемого дохода.

Остатки нереализованной продукции образуются по следующим причинам:

- часть готовой продукции закономерно оседает на складе в связи с необходимостью ее комплектации, упаковки, подготовки к отгрузке, накопления до размеров транспортной партии, выписки расчетных документов. Увеличение остатков готовой продукции на складе сверх нормативной величины должно быть предметом внимания финансовых служб предприятия: возможно, продукция не находит сбыта из-за разрыва хозяйственных связей или не пользуется спросом по другой причине. Такое влияние на доходы остатков готовой продукции на складе имеет место на предприятиях, которые выпускают продукцию, имеющую натурально-вещественную форму. Выполненные работы и оказанные услуги в силу своей специфичной формы как товара не могут принимать вид остатков продукции на складе.

- остатки товаров отгруженных, срок оплаты которых не наступил, могут образовываться при применении определенных форм расчета за отгруженную продукцию. Полная предоплата отгружаемой продукции исключает образование таких остатков и практикуется многими предприятиями, но как форма расчетов имеет свои недостатки; часть товаров отгруженных не оплачена в срок покупателем. Непоступление выручки в этом случае практически не зависит от поставщика. К сожалению, эта ситуация стала типичной, объем неплатежей не уменьшается, но предприятию все же следует работать в направлении получения доходов — прекратить отгрузку покупателю, перевести его на аккредитивную форму расчетов, передать требования по взысканию неплатежей с покупателя банку, оформить коммерческий кредит;

- продукция отгружена и получена покупателем, но последний на законных основаниях отказался от ее оплаты. Наиболее вероятной причиной отказа может быть несоблюдение поставщиком условий договора поставки.

Резервом увеличения совокупного дохода может быть доход, полученный от реализации основного капитала и иного имущества предприятия. Финансовый результат от реализации иного имущества предприятия может быть и положительным, и отрицательным. Это зависит от состава и продажной цены реализуемых активов. Если речь идет о материальных активах, то следует исходить не столько из возможности получения дохода, сколько из наличия запасов, которые из-за изменения экономической конъюнктуры, ассортимента выпускаемой продукции и по другим причинам оказываются ненужными или по величине превышают уровень, достаточный для запланированного выпуска продукции. Эта работа является одним из направлений финансового менеджмента, т. е. управления финансами предприятия, и должна проводиться на основании анализа структуры материальных активов. Безусловно, лучше продать их по цене, превышающей учетную стоимость, но и в ином случае предприятие получит денежные средства, которые можно вовлечь в оборот. Доход может быть получен от реализации нематериальных активов, имеющих спрос на рынке. Их продажная цена определяется способностью приносить доход. Для исчисления доходности из продажной цены исключаются расходы, связанные с созданием или покупкой нематериальных активов с учетом расходов по их доведению до состояния, в котором они способны приносить доход. Ценные бумаги приобретаются предприятием с разными целями. Поскольку они относятся к ликвид-

ным средствам, то предприятие, быстро обратив их в деньги, может совершать платежи и расчеты, погашать обязательства. При покупке ценных бумаг важен их правильный выбор. Приобретать ценные бумаги можно лишь в том случае, если имеется обоснованная уверенность в росте их курсовой стоимости, тогда их продажа даст положительный финансовый результат. При падении курсовой стоимости реализовать эти бумаги почти невозможно, а при отсутствии доходов по ним такое вложение средств можно считать не активами, а убытками. Реализуя ценные бумаги, предприятие получает результат, который можно сравнить с номинальной стоимостью этих ценных бумаг. В составе внереализационных операций наиболее доходными могут быть финансовые вложения. Важно, чтобы они осуществлялись не в ущерб основной деятельности предприятия. Конкретные направления и структура финансовых вложений должны быть результатом продуманной политики предприятия на основе достоверной оценки их эффективности.

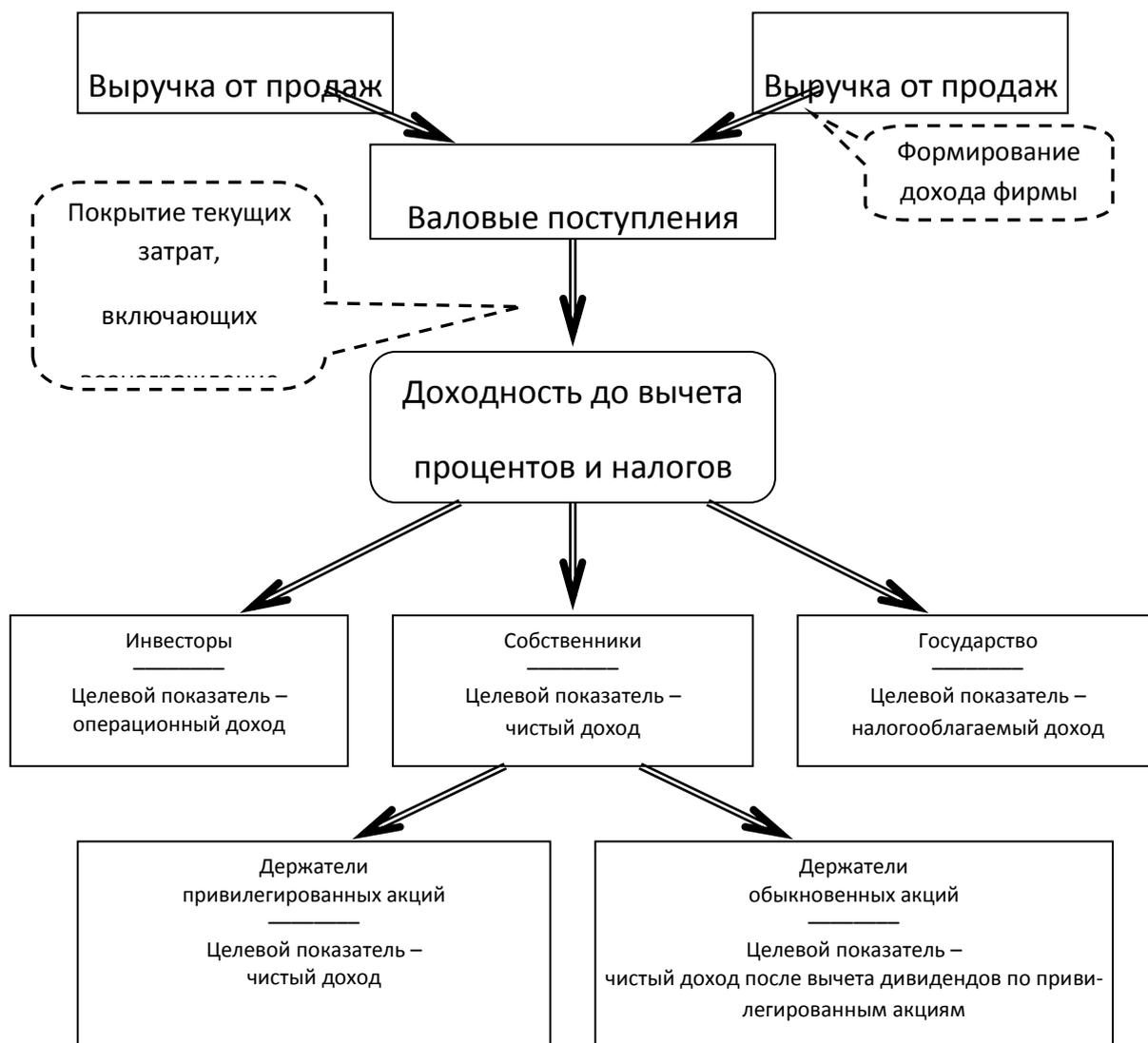


Рисунок 12.2 Общая схема формирования и распределения валовых поступлений фирмы

С формальных позиций можно считать, что после получения фирмой совокупного дохода начинается его распределение, причем каждое из упомянутых выше лиц должно получить свою долю из общей суммы. Алгоритм распределения совокупного дохода (т.е. валовых поступлений) фирмы описан в соответствии с рисунком 2.

Полученный доход (основа его – выручка от продажи готовой продукции) последовательно расходуется:

а) на покрытие материальных затрат и затрат труда (интересы менеджеров и кредиторов);

б) покрытие процентов за используемые финансовые ресурсы (интересы лендеров);

в) покрытие налогов и других обязательных платежей (интересы государства в лице налоговых органов);

г) дальнейшее распределение остатка (интересы собственников и топ-менеджеров фирмы).

Очевидно, что с позиции различных групп лиц в ходе распределения совокупного дохода имеют неодинаковые значение соответствующие процедуры изъятия тех или иных расходов из валовых поступлений, приводящие к появлению очередного промежуточного результативного показателя. Например, с позиции руководящего персонала предприятия основной интерес представляют общий объем поступлений в фирму, а также реинвестированный доход. Чем больше значения данных показателей, тем с большим объемом ресурсов могут распоряжаться менеджеры в интересах собственников.

В свою очередь, для категории лиц, временно предоставивших предприятию финансовые ресурсы на долгосрочной основе (т.е. инвесторов), наибольшее значение получает величина дохода до вычета налогов и процентов, так как именно эта величина служит впоследствии источником, за счет которого предприятие выплачивает займодавцам регулярное вознаграждение (например, проценты).

### **Порядок распределения прибыли**

Принципы распределения прибыли:

Прибыль, получаемая предприятием в результате производственно-хозяйственной и финансовой деятельности распределяется между государством и предприятием. Часть прибыли, забираемая государством, поступает в бюджет в виде налогов и сборов, ставки которых не могут быть изменены иначе, как в законодательном порядке на уровне федерации.

Величина прибыли предприятия, оставшейся в его распоряжении после уплаты налогов и сборов, не должна снижать его заинтересованности в продолжении работы субъекта хозяйствования и развитии его деятельности. Сначала оставшаяся у предприятия прибыль направляется на накопление, обеспечивающее его дальнейшее развитие, а в остальной ее части – на потребление.

Порядок распределения и использования прибыли на предприятии закреплен в его уставе и определяется положением, которое разрабатывается соответ-

ствующим подразделением экономических служб и утверждается руководящим органом предприятия.

Прибыль может распределяться по направлениям, изображенным на рис.2.



Рисунок 2. Распределение прибыли

Резервный фонд создается предприятием на случай прекращения его деятельности для покрытия кредиторской задолженности. Образование резервного фонда для предприятий отдельных организационно-правовых форм является обязательным. Отчисления в резервный фонд производятся в соответствии с действующими нормативными актами.

Фонд накопления предназначен для создания нового имущества, приобретения основных и оборотных средств. Величина фонда накопления характеризует возможности предприятия по развитию и расширению.

Фонд потребления предназначен для осуществления мероприятий по социальному развитию и материальному поощрению персонала фирмы.

(погашение поставщиками задолженности за счет полученного кредита).

За счет чистой прибыли уплачиваются некоторые виды сборов и налогов (налог на имущество предприятий, сбор за право торговли) штрафы по охране окружающей среды от загрязнения, утаивание прибыли от налогообложения.

Нераспределенная прибыль присоединяется к уставному капиталу.

### **Рентабельность на предприятиях индустрии гостеприимства**

Для оценки уровня эффективности работы получаемый результат – прибыль – сопоставляется с затратами или используемыми ресурсами. Рентабельность характеризует степень доходности, выгодности и прибыльности. Соизмерение прибыли с затратами или ресурсами характеризует рентабельность. Рентабельность есть относительный показатель, который обладает свойством сравнимости и может использоваться для сравнения деятельности различных субъектов.

Оценочным показателем производственно-хозяйственной деятельности субъекта хозяйствования является рентабельность продаж. Она отражает отношение прибыли к величине выручки от реализации продукции (работ, услуг), выраженное в процентах.

$$R_{\text{продаж}} = \frac{Пч}{V_{\text{рп}}} * 100\%, \quad (88)$$

где  $Пч$  – чистая прибыль,  $V_{\text{рп}}$  – объем реализованной продукции, работ, услуг.

$$R_{\text{общая}} = \frac{Пч}{\text{среднегодовая стоимость основных + оборотных средств}} * 100\%, \quad (89)$$

$$R_{\text{продукции}} = \frac{Пр \text{ от реализации продукции}}{\text{полная себестоимость}} * 100\%, \quad (90)$$

$$R_{\text{акционерного капитала}} = \frac{Пч}{\text{акционерный капитал}} * 100\%, \quad (91)$$

$$R_{\text{инвестиций}} = \frac{Пч}{\text{Источники инвестиционных средств}} * 100\% \quad (92)$$

Абсолютная величина прибыли не позволяет судить о степени прибыльности предприятия. Многие предприятия, получившие одинаковую сумму прибыли, имеют разные размеры товарооборота, разные ресурсы и издержки. Поэтому прибыль как *качественный показатель* деятельности фирмы измеряется не только суммой, но и относительной величиной - уровнем, называемым **рентабельностью**.

Для всесторонней оценки деятельности фирмы целесообразно применять *систему показателей рентабельности*.

Наиболее распространенными из них являются:

*Рентабельность продаж* – отношение суммы прибыли к объему продаж (выручке). Рассчитанная за определенный период рентабельность продаж показывает долю прибыли в цене реализуемого товара (услуги).

*Рентабельность капитала* – отношение суммы прибыли ко всему капиталу (как основному, так и оборотному). Этот показатель характеризует *эффективность* использования капитала, то есть отражает, *какой ценой* вложений капитала получен конечный финансовый результат – прибыль.

Для расчета рентабельности используется балансовая и чистая прибыль. Существует и другие показатели рентабельности, каждый из которых играет определенную роль в оценке эффективной работы предприятия.

*Эффективность* *текущих затрат* определяется по формуле:

$$R = \frac{\text{БП}}{\text{И}} * 100 ; \quad (93)$$

где БП – балансовая прибыль;

И – издержки производства и обращения.

*Рентабельность основного капитала.*

Этот вид рентабельности позволяет оценить эффективность использования основного капитала и определяется по формуле:

$$R = \frac{\text{БП}}{\text{ОФ}} * 100 ; \quad (94)$$

где ОФ – основные фонды.

Аналогично рассчитывается рентабельность оборотных средств.

Кроме того:

- рентабельность трудовых затрат;
- рентабельность совокупных ресурсов;

Этот показатель характеризует величину прибыли на единицу стоимости

совокупных продуктов.

С позиции государства основным представляющим интерес финансовым показателем является налогооблагаемый доход.

Наконец, для категории «собственник» существует несколько показателей доходов, среди которых наибольший интерес представляет чистый доход как конечный финансовый результат, численно отражающий прирост капитала собственников за отчетный период по данным учета. Таким образом, каждый из участников в деятельности фирмы получает свою часть дохода.

## **КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ**

- 1.** Что понимается под финансовым состоянием предприятия?
- 2.** Какие пользователи заинтересованы в результатах анализа финансового состояния?
- 3.** Что понимается под ликвидностью и платежеспособностью предприятия?
- 4.** Как классифицируются активы и пассивы предприятия для оценки ликвидности баланса?
- 5.** При каких условиях баланс предприятия считается абсолютно ликвидным?
- 6.** Что понимается под финансовой устойчивостью предприятия?
- 7.** Какие показатели характеризуют кредитоспособность предприятия?
- 8.** Сущность дохода и методика его расчета.
- 9.** Назовите виды доходов, их отличительные признаки.
- 10.** Чем отличается рентабельность продаж от рентабельности продукции?
- 11.** Роль доходов предприятия в современных условиях.
- 12.** Какие функции выполняют доходы предприятия?
- 13.** Как рассчитывается чистый доход предприятия?

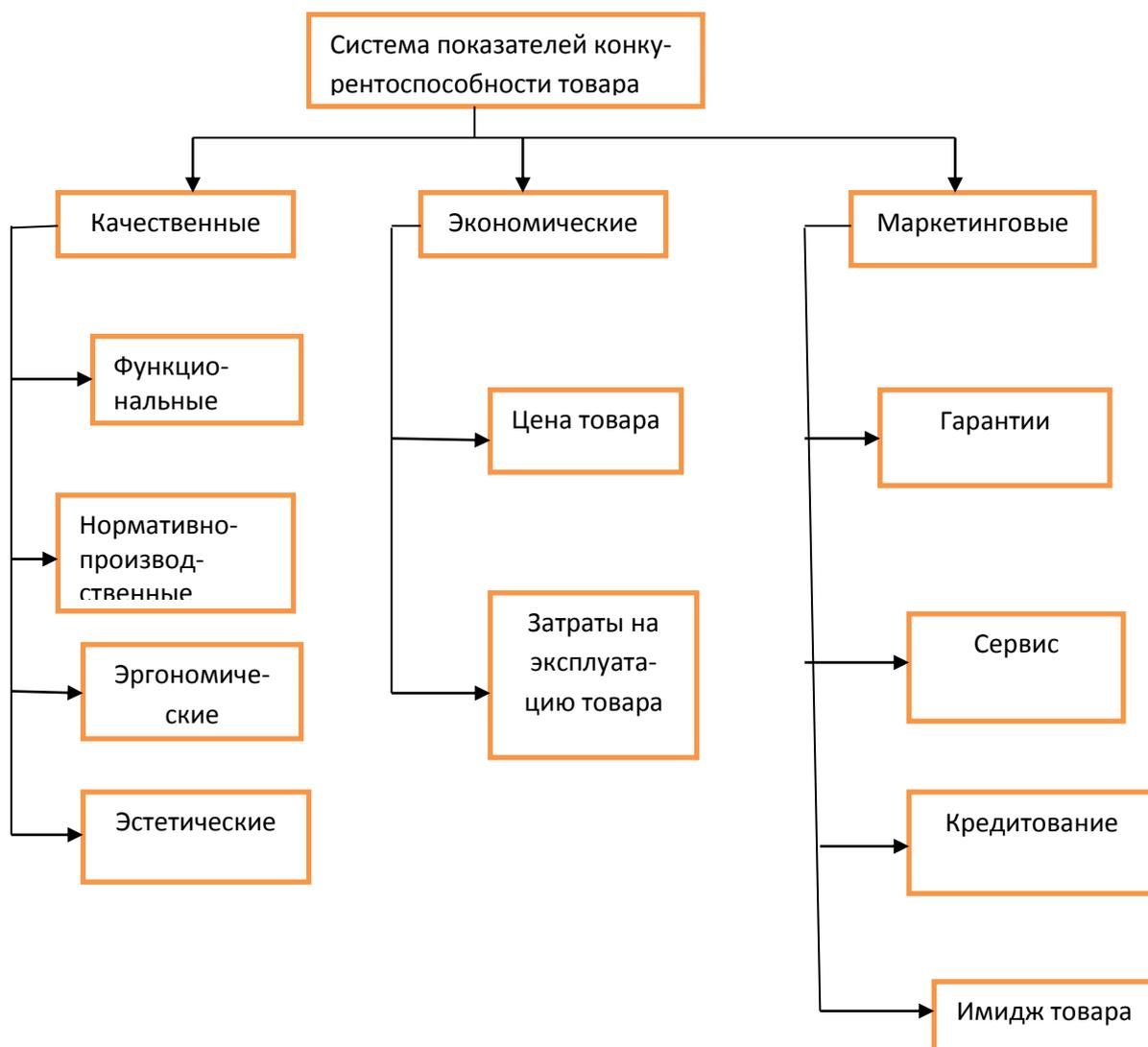
## ТЕМА 12 ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТЕПРИИМСТВА

### 12. 1 Оценка конкурентоспособности продукции и деятельности предприятия

Понятие и показатели конкурентоспособности продукции.

Конкурентоспособность товара – это такое совпадение свойств, характеристик товара и требований потребителя, при котором соблюдаются интересы производителя и потребителя, означающие полное соответствие товара условиям рынка. Конкурентоспособность товара определяется совокупностью качественных, экономических и маркетинговых характеристик (рисунок).

Рисунок - Составляющие конкурентоспособности товара/услуги



Оценка способности товара конкурировать производится путем сопоставления параметров анализируемой продукции с параметрами базы сравнения. За базу сравнения принимается либо потребность покупателя, либо образец. Обычно образец – это аналогичный товар, имеющий максимальный объем продаж и наилучшую перспективу сбыта в будущем. Показатель конкурентоспособности (К), т.е. способности товара конкурировать в определенных условиях рынка, товара рассчитывается по следующей формуле:

$$K = \sum_{i=1}^n a_j (P_{ij} \times P_{in}) \beta_i \quad (95)$$

где  $i = 1, \dots, n$  – число параметров продукции, участвующих в оценке  $j = 1, \dots, n$  – виды продукции

$a_j$  – коэффициент весомости (значимости, предпочтительности) для покупателя  $i$ -го параметра по сравнению с остальными существенными параметрами продукции

$P_{ij}$  – конкурентное значение  $i$ -го параметра для  $j$ -й продукции  $P_{in}$  – желаемое значение  $i$ -го параметра, которое позволяет полностью удовлетворить потребность покупателя

$\beta_i = +1$ , если увеличение параметра  $P_{ij}$  способствует росту конкурентоспособности продукции (например, надежность, производительность изделия)

$\beta_i = -1$ , если увеличение параметра  $P_{ij}$  приводит к снижению конкурентоспособности продукции (например, вес, габарит, цена изделия).

Конкурентоспособность предприятия – это способность предприятия осуществлять свою деятельность в условиях рыночных отношений и получать при этом прибыль, достаточную для научно-технического совершенствования производства, стимулирования работников и поддержания продукции на высоком уровне. Это важный фактор при определении, процветает компания, просто держится на плаву или терпит крах. Предприятия конкурируют друг с другом разными способами, среди которых выделяют такие факторы повышения конкурентоспособности, как:

- цена;
- качество;
- специфические особенности товаров или услуг;
- производственная направленность;
- сервисная направленность;
- подвижность производства;
- сроки выполнения определенных операций.

## 12. 2 Потенциал предприятия и его реальные возможности

Потенциал предприятия – совокупная мощность производительных сил, т.е. основных производственных фондов, сырьевых и трудовых ресурсов, квалификации работников. Главной экономической задачей предприятия является выбор наиболее эффективного варианта распределения факторов производства

в целях решения проблемы ограниченности возможностей, которая обусловлена беспредельными потребностями общества и ограниченности ресурсов. Каждое предприятие должно определять:

- что производить и в каком количестве;
- как производить;
- кто будет потреблять эту продукцию или услуги.

Потенциал предприятия выражается кривой производственных возможностей. Рынок действует по двум составляющим – спрос и предложение.

Потенциал предприятия неразрывно связан с конкурентоспособностью его продукции, которая обеспечивается не только ценовыми параметрами, но и качественными характеристиками.

Ценовая конкуренция – основным методом воздействия на потребителя является цена.

Неценовая конкуренция – основным методом воздействия на потребителя являются следующие факторы:

- качественная характеристика продукции;-
- методы сбыта;
- условия оплаты;
- предоставляемые гарантии и услуги.

Конкуренция вынуждает производителей улучшать качество продукции. Подтверждение заявленного производителем качества его продукции – это сертификация. Сертификация продукции требует установления твердых стандартов.

В международной практике широко применяются стандарты:

- 1) Международной организации по стандартизации (ИСО);
- 2) Международной электротехнической комиссии (МЭК).

### **Специальные маркетинговые программы и технологии обслуживания**

В наши дни залогом успешной конкурентоспособности предприятия гостеприимства являются хорошо разработанные и продуманные маркетинговые программы.

Квалифицированный менеджмент отеля для достижения успеха должен постоянно пытаться находить и предлагать клиентам все новые и новые виды услуг, отсутствующие у конкурентов.

О том, что для развития гостиничного бизнеса нужно постоянно изобретать новые продукты, говорят следующие факторы:

1) *короткий жизненный цикл продукта*. Все вещи и продукты со временем устаревают как физически, так и морально, следовательно, перестают удовлетворять потребности, и спрос на них падает. Чтобы заменить устаревший товар на новый и более совершенный, который пользовался бы спросом у покупателей, менеджеру приходится постоянно трудиться над созданием чего-то нового и необычного;

2) *конкурентная борьба*. Если у отеля появляется какая-либо интересная новинка, то его рейтинг, безусловно, поднимается, а у его конкурентов, не имеющих ничего нового, падает;

3) *потребительские вкусы*. Вкусы потребителей постоянно меняются. Они быстро насыщаются имеющимися продуктами и им хочется чего-то нового, ранее неизвестного;

4) *изменчивость рынка*. Рынок постоянно меняется под воздействием различных причин (политических, экономических, технологических). Для того чтобы оставаться конкурентоспособной, гостиница должна успевать подстраиваться под разного рода изменения рынка.

#### **Гостиничные новинки можно разделить на три вида:**

1) *имитация* – такой продукт есть на рынке, но в данном отеле он только появляется;

2) *видоизмененные* – к уже существующим продуктам добавляются небольшие инновации;

3) *истинная новинка* – продукты, ранее неизвестные рынку.

Если постоянно совершенствовать уже существующий продукт и не изобретать ничего нового, то добиться успеха практически невозможно.

Для того чтобы представить на рынке новый продукт, необходимо использовать передовые технологии обслуживания.

**Передовая технология обслуживания** – это набор всех имеющихся и используемых отелем организационных, технологических, маркетинговых, финансовых, кадровых и других инструментов, методов и способов ведения бизнеса.

К технологиям можно отнести:

1) технологию уборки номеров;

2) технологию приготовления еды в ресторанах;

3) технологию продвижения услуг на рынок.

Использование новых технологий помогает гостинице извлекать больше прибыли из своей деятельности. Для того чтобы сделать что-то новое, необходимо обладать полной информацией о том, что уже существует, и о том, что только собирается появиться. Поиск чего-то нового не следует вести только в отрасли гостиничного бизнеса, необходимо заглядывать в смежные или даже далекие от гостиничного бизнеса отрасли.

**Существуют следующие технологии обслуживания в сфере гостиничного бизнеса.**

#### **Базовые технологии обслуживания.**

Это прежде всего основа гостиничного бизнеса, не дающая никаких преимуществ на рынке. Базовые технологии известны всем и используются тоже практически всеми. Они были перечислены выше. В современных условиях постоянное совершенствование базовых технологий неспособно дать таких преимуществ, которые можно получить при использовании ключевых и ведущих технологий.

#### **Ключевые технологии обслуживания.**

Такие технологии обеспечивают хороший рейтинг отелю, обладающему ими. Данные технологии менее доступны, чем базовые. Обладание такими технологиями позволяет снизить себестоимость продукта, максимизировать доход от продаж и многое другое.

Базовые и ключевые технологии – это относительные понятия. Так, относительно гостиницы высокого класса внедрение системы управления доходами будет базовой технологией, а относительно российского отеля средней категории это будет ключевая технология.

Примером ключевой технологии является использование автоматизированной системы управления доходами московскими отелями группы «Марriott» и отелем «Балчуг Кемпински Москва». Такое нововведение увенчалось успехом этих отелей на рынке на несколько лет вперед.

### **Ведущие технологии.**

Используя их, можно коренным образом изменить расстановку сил в отраслевой конкурентной борьбе. Хорошая ведущая технология может перевернуть весь рынок и сделать ее обладателя бесспорным лидером, даже если он никогда не являлся таковым. Поэтому если отель уже является лидером, то он должен внимательно следить за появлением ведущих технологий, чтобы не потерять свое место под солнцем.

Примером ведущей технологии может служить внедрение среди московских отелей высокоскоростного и беспроводного подключения к сети Интернет. Примером может служить гостиница «Арагат Парк Хайтс». Такой шаг помог привлечь большое число бизнесменов и организаторов IT-конференций, которые не желают тратить свое драгоценное время на подключение с помощью телефонной линии, модема, провайдера и дополнительных приспособлений.

Если гостиница хочет иметь большое число постоянных посетителей, то ей необходимо внедрять программы поощрения постоянных клиентов. Примерами такого поощрения могут служить система скидок на номера или накопительная система. Когда клиент набирает определенное количество баллов, то ему могут быть предоставлены значительные льготы или бесплатные дни, которые он может провести в гостинице.

Разные отели используют различные системы поощрения.

В московском «Аэростаре» существуют поощрительная программа для постоянных посетителей «Космос Клуба». Гость может получить серебряное, золотое, платиновое или бриллиантовое членство в зависимости от того, сколько ночей он провел в гостинице. Для тех, кто проживает в дорогих номерах, действуют привилегии в виде приглашений на специальные ужины, выдачи махрового халата с именем гостя, бесплатного массажа.

«Кволити-отель» разработал для своих гостей VIP-карты, которые действуют один год и дают возможность получения 10 %-ной скидки на проживание и пользование услугами бара, ресторана и фитнес-центра.

### **Поощрительные программы:**

1) «Marriott Rewards». Если гость в течение года в любом из отелей компании забронировал от 10 до 14 ночей, то ему присваивается уровень «Silver», от 15 до 49 ночей – уровень «Gold», от 50 до 74 ночей – уровень «Black», после 75 ночей – уровень «Platinum». Программа насчитывает более 300 поощрений (бесплатное проживание в отелях, пропуски в тематические парки);

2) «Moments». Применяется в московской гостинице «Националь» вместе с компанией «Le Meridien». Когда гость набирает определенное число баллов, то в подарок получает ночь бесплатного проживания в номере любого отеля сети;

3) «Почетный гость». Была создана в 1997 г. холдингом «Ростик Ресторантс». При оплате счета в любом из ресторанов холдинга «Ростик Ресторантс» на карту гостя заносилось 10 % от суммы счета. Владелец карты мог оплачивать предоставляемые услуги накопленными бонусами или наличными деньгами. На день рождения гость получал коробку конфет, бутылку шампанского или другой приятный презент. Эта программа была признана лучшей российской программой лояльности. Основным преимуществом программы «Почетный гость» является то, что при оплате счета в ресторане или покупке билета в театр не просто заключается сделка с клиентом, а с ним устанавливаются долгосрочные отношения;

4) «Business Concierge» и «Meeting Concierge». Эти программы предназначены для больших корпораций, которые периодически размещают в отелях крупные делегации. В условиях данной программы предусмотрено предоставление покупателю льготных цен на размещение больших групп во всех отелях сети, скидки на аренду помещений и дополнительного оборудования;

5) «Preferance Plus». Данная программа предусматривает различные подарки для своих компаньонов. Для привлечения клиентов отели часто организуют различного рода увеселительные мероприятия и тематические вечеринки. Особо актуальны кулинарные фестивали, дни национальных кухонь, проводимые гостиницами вместе с ресторанными службами. Цель всех вышеперечисленных программ – укрепление и расширение деловых контактов.<sup>[41]</sup>

Разрабатывая новые продукты, необходимо помнить следующие правила.

1. Разрабатываемый продукт должен повышать рейтинг гостиницы и способствовать увеличению его прибыли.

2. При разработке новых продуктов акцент необходимо делать не на количество, а на качество.

3. Разработать меры, которые помогут защитить продукт от копирования конкурирующими отелями.

4. Необходимо заранее определить возможные доходы и возможные потери, связанные с выводом нового продукта на рынок.

В рыночных условиях получают развитие предприятия общественного питания различных форм собственности, совершенствуется механизм конкуренции.

Качество продукции общественного питания представляет собой совокупность потребительных свойств, обуславливающие ее способность удовлетворять рациональные потребности людей в питании.

С качеством продукции неразрывно связано качество обслуживания, которое зависит от квалификации обслуживающего персонала, объема и видов услуг.

### **12. 3 Характеристики гостиничного продукта, влияющие на выбор покупателя**

1) качественные характеристики продукта (интерьер гостиницы, техническое оснащение общественных и гостевых помещений, техническое оснащение бизнес-центра, качество блюд и многое другое);

2) эстетические характеристики (класс и вид здания отеля, стиль общественных и гостевых помещений, декор интерьеров, дизайн блюд и т. д.);

3) символические характеристики (престиж данного отеля, социальный статус останавливающихся в нем людей);

4) дополнительные характеристики (возможность заказа дополнительных услуг в отеле).

Вопросы, которые ставятся перед гостиничным менеджментом.

1. Какая группа людей будет пользоваться данным продуктом?

2. Насколько заполнен рынок подобного рода предложениями?

3. Какие каналы необходимо использовать для продуктивного сбыта товара?

4. Какие причины будут оказывать влияние на сбыт?

5. Как повлияет на репутацию отеля выпуск нового продукта?

6. Какая будет реакция у конкурентов?

7. Сколько продержится данный товар на рынке без внесения изменений?

### **12. 4 Роль цены в повышении конкурентоспособности предприятия**

Значение цены в экономике предприятия огромно, она определяет структуру и объем производства, движение материальных потоков, распределение товарной массы. Цена оказывает влияние на массу прибыли, рентабельность производства продукции и услуг и, в конечном счете, на уровень жизни общества.

Цена - это денежное выражение товарной стоимости продукции, работ и услуг. С другой стороны цена – это количество денег, которыми готов пожертвовать потребитель в обмен на приобретение определенного товара или услуги.

Ценовая политика предприятия — важнейшая составная часть маркетинговой политики, состоящая в установлении (определении) цен, обеспечивающих выживание в рыночных условиях, и включающая выбор метода ценообразования, разработку ценовой системы предприятия, выбор ценовых рыночных стратегий и другие аспекты.

Существуют три основные цели ценовой политики предприятия: обеспечение выживаемости, максимизация прибыли и удержание рынка.

*Обеспечение выживаемости* - главная цель предприятия, осуществляющего свою деятельность в условиях жесткой конкуренции, когда на рынке много производителей с аналогичными товарами. Важными компонентами данной ценовой политики являются объем сбыта (продаж) и доля на рынке. Для захвата большей доли рынка, и увеличения объема сбыта используются заниженные цены.

*К максимизации прибыли* стремятся не только предприятия, имеющие устойчивое положение на рынке, но и не слишком уверенные в своем будущем, пытающиеся максимально использовать выгодную для себя конъюнктуру рынка. В этих условиях предприятие делает оценку спроса и издержек применительно к разным уровням цен и останавливается на таких ценах, которые обеспечивают в будущем максимальную прибыль.

*Удержание рынка* состоит в сохранении существующего положения на рынке или благоприятных условий для своей деятельности. Для достижения этой цели предприятие реализует все возможные меры для предотвращения спада сбыта и обострения конкурентной борьбы.

Рыночная цена формируется под влиянием ряда факторов, а именно, спроса и предложения, издержек производства, цен конкурентов и др. Спрос на товар определяет верхний уровень цены, которую может установить предприятие. Валовые издержки производства (сумма постоянных и переменных издержек) определяют минимальную ее величину. Существенное влияние на цену оказывают поведение конкурентов и цены на их продукцию.

Существуют прямые и косвенные способы воздействия государства на цены. *Прямые способы* — это установление определенного порядка ценообразования, *косвенные направлены* на изменение конъюнктуры рынка, создание определенного положения в области финансов, валютных, налоговых операций, оплаты труда.

## **12. 5 Ценовые стратегии: виды, выбор**

Ценовые стратегии — обоснованный выбор из нескольких вариантов цены (или перечня цен), направленный на достижение максимальной прибыли для предприятия на рынке в рамках планируемого периода. В современной практике ценообразования используется разветвленная система ценовых стратегий, которая в общем виде представлена на рис. 10.1.

*Стратегии дифференцированного ценообразования* основаны на неоднородности покупателей и возможности продажи одного и того же товара/услуг по разным ценам. К ним относятся:

1. Ценовая стратегия скидки на втором рынке основана на особенностях переменных и постоянных затрат по сделке. Предприятию выгодно использовать этот метод. Например, часто гостиница сталкивается с конкуренцией схожих, но намного более дешевых гостиничных услуг на освоенном рынке. Перед гостиницей встает выбор: либо сохранить довольно высокую цену на свои услуги и потерять часть рынка, либо снизить цену, понести убытки на этой разнице, но сохранить или расширить рынок сбыта. Выбор возможной стратегии заключается в дифференцированном ценообразовании на освоенном и новом рынках.



Рисунок 12.1 - Система ценовых стратегий

2. Ценовая стратегия периодической скидки базируется на особенностях спроса различных категорий покупателей. Эта стратегия широко применяется при временных и периодических снижениях цен на гостиничные услуги вне сезона, несезонных тарифов туристских фирм и перевозчиков, цен на билеты на дневные представления (спектакли), на напитки в течение дня, а также при установке цен на услуги во время пиковой нагрузки. Стратегия также применяется в условиях, когда туристский продукт «стареет» и снижении цен позволяет удержать объем продаж, и в стратегии «снятия сливок», т.е. установления высокой цены на новый гостиничный продукт в расчете на потребителей, готовых купить его по этой цене. Основной принцип стратегии таков: характер снижения цен можно прогнозировать во времени и он известен покупателям.

3. Ценовая стратегия «случайной» скидки («случайного» снижения цен) опирается на поисковые усилия со стороны клиентов, мотивирующие случайную скидку. Поэтому данная стратегия называется еще «продажей по переменным ценам». Основное применение стратегии «случайных» скидок — неоднородность поисковых усилий покупателей, позволяющая турфирмам привлекать скидками информированных клиентов.

*Стратегии конкурентного ценообразования* строятся на учете конкурентоспособности товаров/услуг предприятия посредством цен. К ним относятся:

1. Ценовая стратегия проникновения на рынок основана на использовании экономии за счет роста масштабов производства. Эта стратегия используется для внедрения новых товаров на рынок.

2. Ценовая стратегия по «кривой освоения» базируется на преимуществах приобретенного опыта и относительно низких затратах по сравнению с конкурентами. При использовании этой стратегии покупающие услуги в начале жизненного цикла туристского продукта получают экономию по сравнению с последующими покупателями, так как они покупают услугу по цене более низкой, чем готовы были заплатить.

3. Ценовая стратегия сигнализирования строится на использовании турфирмой доверия покупателя к ценовому механизму, созданному конкурирующими турфирмами. Сигнализирование ценами привлекает новых или неопытных покупателей на рынке, которые не осведомлены о конкурентных услугах, но считают качество важным.

4. Ценовая географическая стратегия относится к конкурентному ценообразованию для соприкасающихся частей рынка по географическому признаку.

*Стратегии ассортиментного ценообразования (товарная линия)* применимы, когда у предприятия имеется набор аналогичных, сопряженных или взаимозаменяемых товаров/услуг. К ним относятся:

1. Ценовая стратегия «набор» применяется в условиях неравномерности спроса на отдельные туристские услуги.

2. Стратегия смешанных наборов создает эффект сравнимой цены, набор предлагается по цене, которая намного ниже цен его элементов. Примерами данной стратегии служат пакетные туры туроператоров, у которых цена отдельно предоставляемых услуг превышает цену всего пакета.

3. Ценовая стратегия «комплект» основана на различной оценке покупателями одной или нескольких программ поездок турфирмы.

4. Ценовая стратегия «выше номинала» применяется турфирмой, когда она сталкивается с неравномерностью спроса на предлагаемые услуги и может получить дополнительную прибыль за счет роста масштабов туристского предложения.

5. Ценовая стратегия «имидж» используется, когда покупатели ориентируются на качество исходя из цен на услуги.

Ценовой стратегический выбор — это выбор стратегий ценообразования, основанный на оценке приоритетов деятельности предприятий. Каждая фирма в рыночных условиях имеет множество вариантов выбора ценовых стратегий.

## ГЛАВА 13 ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ, ИНВЕСТИЦИОННАЯ И ИННОВАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЙ

### 13.1 ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ

Под инвестициями принято понимать осуществление определенных экономических проектов в настоящем с расчетом получить доходы в будущем. Такой подход к пониманию инвестиций является преобладающим как в отечественной, так и в зарубежной экономической литературе.

Инвестиции — это более широкое понятие, чем капитальные вложения.

Инвестиции принято делить на портфельные и реальные. Портфельные (финансовые) инвестиции — вложения в акции, облигации, другие ценные бумаги, активы других предприятий. Реальные инвестиции — вложения в создание новых, реконструкцию и техническое перевооружение действующих предприятий. В этом случае предприятие-инвестор, вкладывая средства, увеличивает свой производственный капитал — основные производственные фонды и необходимые для их функционирования оборотные средства.

Капитальные вложения — инвестиции в основной капитал (основные средства), в том числе затраты на новое строительство, расширение, реконструкцию и техническое перевооружение действующих предприятий, приобретение машин, оборудования, инструмента, инвентаря, проектно-изыскательские работы и другие затраты».

Таким образом, понятие «реальные инвестиции» шире, чем «капитальные вложения». Согласно вышеупомянутому закону реальные инвестиции — это средства, вложенные как в основной и оборотный капитал, так и в нематериальные активы.

Инвестиции как экономическая категория проявляются через свои функции.

Инвестиции выполняют следующие основные функции:

- процесс простого и расширенного воспроизводства основного капитала как в производственной, так и в непроизводственной сфере;
- процесс обеспечения и восполнения оборотного капитала;
- перелив капитала из одной сферы в другие, более привлекательные, в форме реальных и портфельных инвестиций;
- перераспределение капитала между собственниками путем приобретения акций и вложения средств в активы других предприятий;
- основа для развития экономики на макро- и микроуровне.

Различают валовые и чистые инвестиции. Валовые инвестиции состоят из следующих частей:

$$I_{\text{в}} = I_{\text{ч}} + A, \quad (96)$$

где  $I_{\text{в}}$  — валовые инвестиции;  $I_{\text{ч}}$  — чистые инвестиции;  $A$  — амортизационные отчисления.

Чистые инвестиции — это валовые инвестиции за минусом амортизационных отчислений. Если валовые инвестиции равны амортизационным отчислениям, то это значит, что имеет место только простое воспроизводство. Если же валовые инвестиции превышают величину амортизационных отчислений, то это свидетельствует о наличии как простого, так и расширенного воспроизводства основного капитала.

Сущность инвестиций как экономической категории предопределяет их роль и значение на макро- и микроуровне.

На макроуровне инвестиции, и особенно капитальные вложения, являются основой для развития национальной экономики и повышения эффективности общественного производства за счет:

систематического обновления основных производственных средств предприятий и непромышленной сферы;

ускорения научно-технического прогресса, улучшения качества и обеспечения конкурентоспособности отечественной продукции;

сбалансированного развития всех отраслей народного хозяйства;

создания необходимой сырьевой базы.

При осуществлении портфельных инвестиций инвестор увеличивает свой финансовый капитал, получая дивиденды — доход на ценные бумаги или другие доходы.

Таким образом, инвестиции предопределяют в конечном итоге рост экономики. Направляя капитальные вложения на увеличение основного капитала общества (приобретение машин, оборудования, модернизацию и строительство зданий, инженерных сооружений), мы тем самым увеличиваем национальное богатство и производственный потенциал страны.

Состояние экономики страны зависит от эффективности функционирования всех субъектов хозяйствования, т. е. коммерческих организаций.

Инвестиции, и в первую очередь капитальные вложения, являются основой для обеспечения этой эффективности на предприятии.

Инвестиции на микроуровне необходимы для достижения следующих целей:

- увеличения и расширения сферы деятельности;
- недопущения чрезмерного морального и физического износа основных производственных фондов;
- снижения себестоимости производства и реализации продукции;
- повышения технического уровня производства на основе внедрения новой техники и технологий;
- улучшения качества и обеспечения конкурентоспособности продукции;
- повышения техники безопасности и осуществления природоохранных мероприятий;
- обеспечения конкурентоспособности предприятия;
- приобретения ценных бумаг и вложения средств в активы других предприятий;
- приобретения контрольного пакета акций;
- для возрастания стоимости бизнеса и др.

В конечном итоге они необходимы для обеспечения нормального функционирования предприятий в будущем, стабильного финансового состояния и получения максимальной прибыли. Все это определяет роль и значение инвестиций на микроуровне.

Таким образом, инвестиции являются важнейшей экономической категорией, они играют исключительно важную роль как на макро-, так и на микроуровне, и в первую очередь для простого и расширенного воспроизводства, структурных преобразований, получения максимальной прибыли и на этой основе решения многих социальных проблем.

Изыскание источников финансирования инвестиций всегда было одной из важнейших проблем в инвестиционной деятельности.

В современных условиях основными источниками финансирования инвестиций являются:

- чистая прибыль предприятия;
- амортизационные отчисления;
- внутрихозяйственные резервы и другие средства предприятия;
- денежные средства, аккумулируемые кредитно-банковской системой;
- кредиты и займы международных организаций и иностранных инвесторов;
- средства, полученные от эмиссии ценных бумаг;
- внутрисистемное целевое финансирование (поступление средств на конкретные цели от вышестоящей организации);
- средства бюджетов различных уровней;
- другие.

Источники средств, используемые предприятием для финансирования своей инвестиционной деятельности, принято подразделять на собственные, заемные и привлеченные.

К собственным источникам финансирования инвестиций относятся: прибыль, амортизационные отчисления, внутрихозяйственные резервы и др.

К заемным источникам относятся: кредиты банков и кредитных организаций; эмиссия облигаций; целевой государственный кредит; налоговый инвестиционный кредит; инвестиционный лизинг; инвестиционный селенг.

К привлеченным средствам относятся: эмиссия обыкновенных акций; эмиссия инвестиционных сертификатов; взносы инвесторов в уставной фонд; безвозмездно предоставленные средства и др.

### **13. 2 Классификация и структура инвестиций**

Для учета, анализа, планирования и повышения эффективности инвестиций необходима их научно обоснованная классификация как на макро-, так и на микроуровне. Подобная классификация инвестиций позволяет не только их грамотно учитывать, но и анализировать уровень их использования со всех сторон и на этой основе получать объективную информацию для разработки и реализации эффективной инвестиционной политики как на макро- так и на микроуровне.

*В зависимости от объектов вложений средств различают реальные и финансовые инвестиции.*

По характеру участия в инвестировании выделяют *прямые и непрямые инвестиции*.

Под прямыми инвестициями понимают непосредственное участие инвестора в выборе объектов инвестирования и вложения средств. Прямое инвестирование осуществляют в основном подготовленные инвесторы, имеющие достаточно точную информацию об объекте инвестирования и хорошо знакомые с механизмом инвестирования.

Под непрямыми инвестициями подразумевается инвестирование, опосредствуемое другими лицами (инвестиционными или иными финансовыми посредниками).

По периоду инвестирования различают краткосрочные и долгосрочные инвестиции.

Под краткосрочными инвестициями понимают обычно вложения капитала на период не более одного года, а под долгосрочными инвестициями — вложения средств на срок более одного года.

По формам собственности инвестора выделяют частные, государственные, иностранные и совместные инвестиции.

Частные инвестиции — это вложения средств, осуществляемые гражданами, а также предприятиями негосударственных форм собственности, прежде всего коллективной.

Государственные инвестиции — осуществляют центральные и местные органы власти и управления за счет средств бюджетов, внебюджетных фондов и заемных средств.

Иностранные инвестиции — это вложения, осуществляемые иностранными гражданами, юридическими лицами и государствами.

Совместные инвестиции — это вложения, осуществляемые субъектами данной страны и иностранных государств.

По региональному признаку различают инвестиции внутри страны и за рубежом.

Под инвестициями внутри страны подразумеваются вложения средств в объекты инвестирования, размещенные в территориальных границах данной страны.

Под инвестициями за рубежом понимаются средства, вложенные в объекты инвестирования, размещенные за пределами территориальных границ данной страны.

Эффективность использования инвестиций в значительной степени зависит от их структуры. Необходимо различать:

- общую структуру инвестиций;
- структуру реальных инвестиций;
- структуру капитальных вложений;
- структуру портфельных (финансовых) инвестиций.

Под общей структурой инвестиций понимается соотношение между реальными и портфельными (финансовыми) инвестициями.

Структура реальных инвестиций — это соотношение между инвестициями в основной, оборотный капитал и нематериальные активы.

Структура портфельных (финансовых) инвестиций — это соотношение инвестиций в акции, облигации, другие ценные бумаги, а также в активы других предприятий в их общей величине.

Эффективность использования инвестиций на предприятии, его финансовое положение также в значительной мере зависят от их структуры на предприятии. Общая структура инвестиций на предприятии состоит из структуры реальных и портфельных инвестиций. Ее совершенствование заключается в том, чтобы получить максимум отдачи как от портфельных, так и от реальных инвестиций при минимальном риске. Если все сказать другими словами, то это означает, что доля инвестиций в наиболее эффективные проекты должна стремиться к максимуму, а инвестиционные риски — к минимуму.

В современных условиях важное значение для предприятий имеют как структура реальных, так и структура портфельных инвестиций. Под структурой портфельных инвестиций понимается их распределение и соотношение по видам ценных бумаг, приобретаемых предприятием, а также по вложениям в активы других предприятий.

Анализ структуры инвестиций по различным направлениям имеет важное научное и практическое значение. Практическая значимость данного анализа заключается в том, что этот анализ позволяет определить тенденции изменения структуры инвестиций и на этой основе разработать более действенную и эффективную инвестиционную политику.

Теоретическая значимость анализа структуры инвестиций заключается в том, что на основе этого анализа выявляются новые факторы, ранее не известные, влияющие на инвестиционную деятельность и эффективность использования инвестиций, что также важно для разработки инвестиционной политики.

### **13. 3 Критерии и методы оценки эффективности инвестиционных проектов**

Финансово-экономическая оценка инвестиционных проектов занимает центральное место в процессе обоснования и выбора возможных вариантов вложения средств в операции с реальными активами. В значительной степени она основывается на проектном анализе. Цель проектного анализа — определить результат (ценность) проекта. Для этого используют выражение:

Результат проекта = цена проекта – затраты на проект.

Принято различать техническую, финансовую, коммерческую, экологическую, организационную (институциональную), социальную, экономическую и другие оценки инвестиционного проекта.

Прогнозная оценка проекта является достаточно сложной задачей, что подтверждается рядом факторов:

1) инвестиционные расходы могут осуществляться либо в разовом порядке, либо на протяжении достаточно длительного времени;

2) период достижения результатов реализации инвестиционного проекта может быть больше или равен расчетному;

3) осуществление длительных операций приводит к росту неопределенности при оценке всех аспектов инвестиций, то есть к росту инвестиционного риска.

Эффективность инвестиционного проекта характеризуется системой показателей, отражающих соотношение затрат и результатов в зависимости от интересов его участников.

Инвестиционные проекты могут быть как коммерческими, так и некоммерческими. Даже при некоммерческих проектах есть возможности затраченные и есть возможности полученные.

Отличие инвестиционных проектов от текущей деятельности заключается в том, что затраты, предназначенные для однократного получения каких-то возможностей, не относятся к инвестициям. Получается, инвестор — это лицо, которое вкладывает свои возможности для многократного использования, заставляя их работать для создания новых возможностей.

Если для коммерческих проектов существуют способы оценки эффективности, то как оценить эффективность проектов некоммерческих? Под эффективностью в общем случае понимается степень соответствия цели<sup>1</sup>. Цель должна быть поставлена точно, детально и допускать только однозначный ответ — достигнута она или нет. При этом добиваться цели можно разными путями, а каждый путь имеет свои затраты.

Для решения по реализации коммерческого проекта проводится оценка его экономической эффективности. В случае некоммерческого проекта, если решено достигнуть цели, то выбор состоит в определении наиболее эффективного пути. При этом нефинансовые критерии должны иметь приоритет над финансовыми. Но при этом цель должна быть достигнута наименее затратным способом.

Также при оценке некоммерческого проекта:

- следует учитывать устойчивость инвестора к реализации проекта — выдержит ли инвестор реализацию проекта;

- при определении альтернативных вариантов равного качества выбирается обычно самый дешевый;

- желательно спланировать движение затрат (инвестиций) в динамике, чтобы заранее рассчитать силы, предусмотреть дефицит и позаботиться о привлечении дополнительных ресурсов, если необходимо.

Второй аспект оценки проектов состоит в том, что проект может иметь ценность не только для инвестора. Например, инвестиции в знания некоторых людей принесли пользы больше не им самим, а обществу в целом, которое потом использовало для своих нужд открытия и изобретения ученых. Обычные коммерческие инвестиционные проекты компаний кроме коммерческой значимости имеют также следующие эффекты:

- социальный;
- налоговый;
- бюджетный;

- экологический.

Все эффекты проекта для других сторон немаловажны, так как компания и проект находятся в окружении общества, людей, государства, природы. Если от проекта улучшается окружение, то это лучше и для компании, реализующей проект, ведь в мире все взаимосвязано.

1. Социальный эффект оценивается пользой проекта для населения, либо проживающего вокруг места реализации проекта, либо работающего на проекте, и состоит:

- в повышении уровня зарплат;
- развитию инфраструктуры и прочих возможностей для населения вокруг места реализации проекта.

2. Налоговый эффект оценивается объемом собираемых от проекта налогов в местный, региональный и федеральный бюджет.

3. Бюджетный эффект оценивается в случае, если проект полностью или частично финансируется за счет средств бюджета (федерального, регионального, местного). Определяется, сколько денег проект возвращает в бюджет через налоги, после того как бюджет вложил средства в проект, в течение некоторого количества лет.

4. Экологический эффект имеет место, если проект так или иначе затрагивает экологическую ситуацию.

Экономический подход в оценке эффективности инвестиционного проекта

Подавляющее большинство решений, принимаемых субъектами рыночного хозяйства, основаны на предварительной оценке ожидаемых последствий. Индивидуальная оценка приемлемости (эффективности, ценности) каждого инвестиционного проекта осуществляется с помощью различных методов и с учетом определенных критериев. Нами проведен анализ российских и зарубежных методов оценки инвестиционных проектов и на практических примерах показано применение данных методов.

Общие подходы к определению эффективности инвестиционных проектов

В основе принятия решений инвестиционного характера лежит оценка экономической эффективности инвестиций. Рыночная экономика требует учета влияния на эффективность инвестиционной деятельности факторов внешней среды и фактора времени, которые не находят полной оценки в расчете указанных показателей.

В настоящее время приняты Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиций и их отбору для финансирования (вторая редакция)<sup>2</sup>.

В них достаточно полно нашли отражение результаты научных исследований отечественных и зарубежных экономистов в области методов оценки эффективности. Показатели эффективности инвестиционных проектов согласно Методическим рекомендациям делятся на следующие виды<sup>3</sup>:

- показатели коммерческой эффективности, учитывающие финансовые последствия реализации проекта для его непосредственных участников;
- показатели бюджетной эффективности, отражающие финансовые последствия осуществления проекта для федерального, регионального или местного бюджетов;

- показатели экономической эффективности, учитывающие результаты и затраты, связанные с реализацией инвестиционного проекта, выходящие за пределы прямых финансовых интересов участников проекта и допускающие стоимостное измерение.

Выделение подобных видов является искусственным и связано с определением единого показателя экономической эффективности, но применительно к различным объектам и уровням экономической системы: народному хозяйству в целом (глобальный критерий экономической эффективности), региональному, отраслевому, уровню предприятия или конкретному инвестиционному проекту.

Согласно методическим рекомендациям эффективность инвестиций характеризуется системой показателей, отражающих соотношение связанных с инвестициями затрат и результатов и позволяющих судить об экономических преимуществах одних инвестиций над другими.

Показатели эффективности инвестиций можно классифицировать по следующим признакам:

1) по виду обобщающего показателя, выступающего в качестве критерия экономической эффективности инвестиций:

- абсолютные, в которых обобщающие показатели определяются как разность между стоимостными оценками результатов и затрат, связанных с реализацией проекта;

- относительные, в которых обобщающие показатели определяются как отношение стоимостных оценок результатов проекта к совокупным затратам на их получение;

- временные, которыми оценивается период окупаемости инвестиционных затрат;

2) по методу сопоставления разновременных денежных затрат и результатов:

- статические, в которых денежные потоки, возникающие в разные моменты времени, оцениваются как равноценные;

- динамические, в которых денежные потоки, вызванные реализацией проекта, приводятся к эквивалентной основе посредством их дисконтирования, обеспечивая сопоставимость разновременных денежных потоков.

Статические методы называют еще методами, основанными на учетных оценках, а динамические методы — методами, основанными на дисконтированных оценках.

К группе статических относятся методы: срока окупаемости инвестиций (Payback Period, PP); коэффициента эффективности инвестиций (Accounting Rate of Return, ARR).

К динамическим методам относятся: чистый дисконтированный доход, чистая текущая стоимость (Net Present Value, NPV); индекс рентабельности инвестиции (Profitability Index, PI); внутренняя норма рентабельности (Internal Rate of Return, IRR); модифицированная внутренняя норма рентабельности (Modified Internal Rate of Return, MIRR), дисконтированный срок окупаемости инвестиции (Discounted Payback Period, DPP).

Необходимо также отметить, что оценка эффективности каждого инвестиционного проекта осуществляется с учетом критериев, отвечающих определенным принципам, а именно:

- влияния стоимости денег во времени;
- альтернативных издержек;
- возможных изменений в параметрах проекта;
- проведения расчетов на основе реального потока денежных средств, а не бухгалтерских показателей;
- инфляции и ее отражения;
- риска, связанного с осуществлением проекта.

Современные методы анализа и оценки денежных потоков учитывают изменение цены разновременных денежных вложений, а также возрастание их неопределенности и рискованности во времени. Так, проект, в котором денежные потоки нарастают до максимальных для этого проекта величин уже в первые годы его реализации, в меньшей степени чувствителен к удорожанию инвестиционных средств, поскольку эти потоки позволяют возратить кредит за сравнительно короткий срок. Это обстоятельство дает основание банку на этапе формирования кредитного договора определить реальный срок кредитования, сделать выбор в пользу фиксированной процентной ставки для данного проекта, а также более точно планировать свои доходы.

Существующие методы анализа инвестиционных проектов позволяют получить более или менее точные прогнозы величины денежных потоков, сроки их возникновения, нарастания и стабилизации. Эти методы по большей части создавались в интересах инициаторов инвестиционных проектов (заемщиков) в целях оценки вариантов реализации этих проектов и выбора для этого наиболее приемлемого из них по совокупности критериев. Большинство из них основано на имитационных моделях, математико-статистический аппарат для анализа которых достаточно хорошо разработан, апробирован и переведен на машинный язык (например, с использованием электронных расчетных таблиц).

Наиболее часто применяемые методы анализа и оценки инвестиционных проектов основаны на использовании множественности прогнозных расчетов и сравнении результатов, что позволяет сделать оценку эффективности проекта, адекватной конкретным условиям его инвестирования и реализации. Такие возможности делают достаточно перспективным использование этих методов и в практике банковского кредитования, поскольку учет результатов расчетов позволяет снизить кредитные риски, связанные с ошибками в выборе объекта кредитования, а также трудоемкость расчетных операций по оценке эффективности инвестиционного проекта.

Рассмотрим основные методы оценки эффективности инвестиционных проектов более подробно и выясним их основные достоинства и недостатки.

При экономической оценке эффективности инвестиционного проекта используются широко известные в мировой практике показатели:

- приведенная стоимость (  $PV$  );
- чистая приведенная стоимость (  $NPV$  );
- срок окупаемости (  $PB$  );

- внутренняя норма доходности ( IRR );
- индекс рентабельности (прибыльности) ( PI ).

*Приведенная стоимость ( PV ).* Задача любого инвестора состоит в том, чтобы найти такое реальное средство, которое принесло бы в конечном итоге доход, превосходящий расходы на его приобретение. При этом возникает сложная проблема: деньги на приобретение реального средства необходимо потратить сегодня (в момент  $t = 0$ ), отдачу же инвестиция обычно дает не сразу, а по прошествии какого-то промежутка времени (в момент  $t=1$ ). Следовательно, для решения поставленной задачи необходимо определить стоимость реального средства с учетом отдаленности во времени будущих поступлений (доходов) от его использования.

В общем случае, чтобы найти приведенную стоимость PV любого средства (реального или финансового), используемого в течение определенного холдингового (инвестиционного) периода, необходимо величину ожидаемого потока дохода от данного средства (C) умножить на величину  $1/(1+r)$ :

$$PV = C_n * \frac{1}{(1+r)} \quad (97)$$

где  $r$  определяет доходность наилучшего альтернативного финансового средства с таким же холдинговым периодом и аналогичным уровнем риска.

Величину:

$$\frac{1}{(1+r)} \quad (98)$$

называют *фактором дисконта (коэффициентом дисконтирования)*. Доходность альтернативного финансового средства  $r$  называется нормой (ставкой) дисконта. Ставка дисконта определяет издержки упущенной возможности капитала, поскольку характеризует, какую выгоду упустила фирма, инвестировав деньги в реальные активы, а не в наилучшее альтернативное финансовое средство.

Чтобы определить целесообразность приобретения реального средства стоимостью  $C_0$  тг. необходимо:

- а) оценить, какой поток дохода  $C_n$  за весь холдинговый период он ожидает от реального средства;
- б) выяснить, какая ценная бумага с таким же холдинговым периодом имеет, тот же уровень риска, что и планируемый проект;
- в) определить доходность  $r$  этой ценной бумаги в настоящее время;

$$PV = \frac{C_n}{(1+r)} \quad (99)$$

г) вычислить приведенную стоимость PV планируемого потока дохода  $C_n$  путем дисконтирования будущего потока доходов:

- д) сравнить инвестиционные затраты  $C_0$  с приведенной стоимостью PV :

если  $PV > C_0$ , то реальное средство можно покупать;

если  $PV < C_0$ , то приобретать не надо;

если  $PV = C_0$ , то реальное средство можно и покупать, и не покупать (то есть с экономической точки зрения инвестирование в реальное средство не имеет никакого преимущества в сравнении с вложением денег в ценные бумаги или в другие объекты).

Некоторые средства могут обеспечивать непрерывный поток доходов в течение неограниченного промежутка времени. Приведенная стоимость такого средства при заданной и неизменной ставке дисконта  $r$  составляет величину:

$$PV = \frac{C}{(1+r)} + \frac{C}{(1+r)^2} + \frac{C}{(1+r)^3} + \dots = \frac{C}{r} \quad (100)$$

Приведенная стоимость аннуитета, дающего поток дохода  $C$  в течение  $n$  периодов (лет) при неизменной ставке дисконта  $r$  высчитывается по формуле:

$$PV_{\text{аннуитета}} = C \times F_{\text{аннуитета}} \quad (101)$$

где  $F_{\text{аннуитета}}$  фактор аннуитета, который определяется следующим образом:

$$F_{\text{аннуитета}} = \frac{1}{r} - \frac{1}{(1+r)^n} \quad (102)$$

*Чистая приведенная стоимость (NPV)*. Целесообразность приобретения реального средства можно оценивать с помощью чистой приведенной стоимости (NPV), под которой понимают чистый прирост к потенциальным активам фирмы за счет реализации проекта. Иными словами, NPV определяется как разность между приведенной стоимостью PV средства и суммой начальных инвестиций  $C_0$ :

$$NPV = \sum_{i=1}^N \frac{C_i}{(1+r)^i} - C_0 \quad (103)$$

Критерий принятия решений методом NPV одинаков для любых видов инвестиций и предприятий. Если  $NPV > 0$ , инвестиционный проект следует принять, так как он увеличивает ценность предприятия и благосостояние его владельцев. Если  $NPV < 0$ , проект следует отвергнуть, так как он уменьшает благосостояние инвесторов и ценность предприятия. Если  $NPV = 0$ , проект вряд ли будет привлекательным, поскольку благосостояние владельцев останется на прежнем уровне, что является недостаточным вознаграждением за участие в проекте. Вместе с тем при реализации проекта с нулевым значением NPV возрастают объемы производства, и предприятие увеличивается в масштабах, что можно рассматривать как положительный результат осуществления инвестиций.

Метод анализа NPV требует информации: о первоначальных затратах на инвестиции; будущих денежных потоках; об ожидаемом сроке службы инвестиций; о требуемой норме прибыли (ставке дисконтирования).

Наибольшую трудность при этом представляет оценка требуемой нормы прибыли. Выбор ставки дисконтирования определяет относительную ценность денежных потоков, приходящихся на разные периоды времени, и поэтому является ключевым моментом при расчете NPV. Ставка, используемая при оценке NPV, должна отражать степень риска инвестиционного проекта и учитывать уровень инфляции.

Экономический смысл показателя чистой текущей стоимости проекта можно представить как результат, получаемый немедленно после принятия решения об осуществлении данного проекта, так как при ее расчете исключается воздействие фактора времени. Однако этот показатель ничего не говорит об уровне неопределенности и риска. Поэтому в современных казахстанских условиях в обязательном порядке необходим анализ экономической эффективности проекта дополнять анализом неопределенности и риска.

Положительное значение NPV считается подтверждением целесообразности инвестирования денежных средств в проект, а отрицательное, напротив, свидетельствует о неэффективности их использования.

Значительное влияние на итоговый результат расчета, а следовательно, и на его интерпретацию будет оказывать выбор ставки дисконта. Кроме того, чем дальше отнесены во времени (относительно нулевого интервала) планируемые поступления и платежи, тем меньшее влияние они оказывают на величину показателя NPV за счет экспоненциального роста знаменателя в формуле расчета NPV. Это утверждение приобретает особенно большое значение при значительных темпах инфляции и большого показателя риска и, как следствие, значительной стоимости капитала.

Некоторые компоненты инвестиционного проекта могут иметь определенную стоимость после окончания срока жизни последнего. Это относится прежде всего к остаточной стоимости основных средств и оборотному капиталу (величина последнего включает в себя стоимость запасов, незавершенной и готовой продукции, а также счетов к получению за вычетом краткосрочных обязательств).

Необходимость учета остаточной или ликвидационной стоимости проекта обусловлена тем, что она представляет собой капитал, аккумулированный в неликвидной (не денежной) форме и потенциально способный приносить прибыль.

При определении ликвидационной стоимости предполагается, что все имущество может быть реализовано по ценам не ниже цены приобретения или создания, учитывая начисленный износ.

Метод расчета индекса рентабельности инвестиций фактически развивает метод расчета чистого приведенного эффекта. Индекс рентабельности ( $PI$ ), являясь величиной относительной в отличие от чистого приведенного эффекта ( $NPV$ ), характеризует уровень доходов на единицу затрат, то есть эффективность инвестиционных вложений. Большее его значение говорит о более высокой отдаче каждой единицы вложенных средств (например, каждого тенге):

Под *индексом рентабельности* ( $PI$ ) понимают величину, равную отношению приведенной стоимости ожидаемых потоков денег от реализации проекта к начальной стоимости инвестиций:

$$PI = \frac{PV}{C_0} \quad (104)$$

Правило индекса рентабельности заключается в следующем: принимать необходимо только те проекты, у которых величина индекса рентабельности превосходит единицу. При оценке двух или нескольких проектов, имеющих положительный индекс рентабельности, следует останавливать выбор на том, который имеет более высокий индекс рентабельности.

Индекс рентабельности показывает, сколько получает инвестор на вложенный тенге.

Очевидно, что если  $PI=1$ , будущие доходы будут равны вложенным средствам, т.е. предприятие ничего не выиграет от анализируемого проекта (эквивалентно  $NPV=0$ ). Если  $PI>1$ , проект следует принять как обеспечивающий приемлемый для инвестора уровень доходов на единицу затрат, а если  $PI < 1$  — отвергнуть как неэффективный.

Этот метод позволяет сделать выбор из нескольких инвестиционных проектов (или вариантов одного инвестиционного проекта), имеющих одинаковые ( $NPV$ ), но различающихся по показателю ( $PI$ ), в пользу того из них, у которого выше отдача на каждый вложенный тенге.

*Внутренняя норма доходности* ( $IRR$ ). Представляет собой расчетную ставку дисконтирования, при которой чистая приведенная стоимость проекта равна нулю. Внутренняя норма доходности находится путем решения следующего уравнения:

$$NPV = C_0 + \frac{C_1}{(1+IRR)} + \frac{C_2}{(1+IRR)^2} + \frac{C_3}{(1+IRR)^3} + \dots + \frac{C_n}{(1+IRR)^n} \quad (105)$$

Такое уравнение решается методом итерации. Для расчета IRR можно воспользоваться специально запрограммированными калькуляторами или программами для ЭВМ.

Правило внутренней нормы доходности: принимать необходимо те проекты, у которых ставка дисконта (то есть издержки упущенной возможности капитала) меньше внутренней нормы доходности проекта ( $r < IRR$ ).

С позиции банка эти показатели инвестиционного проекта, реализацию которого предприятие-инициатор предполагает осуществить полностью за счет банковского кредита, позволяют определить уровень процентной ставки, выше которого проект становится убыточным. Следовательно, с учетом текущего и прогнозного состояния рыночной стоимости ресурсов банк может оценить целесообразность его кредитования и определить условия предоставления кредита.

Экономический смысл критерия (*IRR*) для банка состоит в том, что он показывает приемлемость решения об инвестиционном кредитовании в том случае, когда уровень рентабельности проекта не ниже по крайней мере текущего значения цены кредитных ресурсов (*CC*). В этом случае, если  $IRR > CC$ , то инвестиционный проект может быть принят в качестве объекта кредитования; если  $IRR < CC$ , то проект заведомо убыточен и банк должен отказаться от его кредитования, как и в случае, если  $IRR = CC$

*Срок окупаемости (PBP)* . Метод определения срока окупаемости инвестиций (*PP*) [36] - один из самых простых и наиболее часто используемых методов оценки инвестиционных проектов. Срок окупаемости проекта это период, в течение которого происходит возмещение первоначальных инвестиционных затрат, или же это количество периодов (шагов расчета, например, лет), в течение которых аккумулированная сумма предполагаемых будущих потоков доходов будет равна сумме начальных инвестиций.

Как правило, фирма сама устанавливает приемлемый срок окончания инвестиционного проекта, например *k* шагов. Этот срок определяется фирмой на основании своих собственных стратегических и тактических установок: например, руководство фирмы отвергает любые проекты длительностью свыше 5 лет, поскольку через 5 лет фирму планируется репрофилировать на выпуск иных изделий.

Когда срок *k* окончания альтернативных проектов определен, то срок окупаемости оцениваемого проекта можно найти, если подсчитать, за какое количество шагов расчета *m* сумма денежных потоков  $C_1 + C_2 + \dots + C_m$  будет равна или начнет превышать величину начальных инвестиций  $C_0$ . Иными словами, для определения срока окупаемости проекта необходимо последовательно сравнивать аккумулированные суммы доходов с начальными инвестициями. Согласно правилу срока окупаемости, проект может быть принят, если выполняется условие:  $m \leq k$

На практике встречаются стабильные ежегодные доходы или потоки, генерируемые инвестиционными проектами. Срок окупаемости при этом определяется как частное от деления суммы капитальных вложений на

величину ежегодных доходов от реализации проекта. Если величина денежных потоков меняется, то банк может определить период окупаемости проекта, суммируя ожидаемые денежные потоки по годам до тех пор, пока их сумма не станет равной объему кредитных ресурсов, первоначально вложенных в инвестиционный проект. При этом срок окупаемости складывается из количества лет, доходы по которым вошли в сумму ожидаемых денежных потоков по годам. В срок окупаемости включается еще один год, если полученные доходы за предыдущие годы окажутся меньше суммы первоначальных капиталовложений, даже если включение в общую сумму доходов еще одного года делает ее выше первоначальных капиталовложений.

Метод расчета срока окупаемости незаменим в целях определения сроков кредитования инвестиционного проекта. Его результаты могут быть использованы банком для заключения кредитных договоров и планирования собственных денежных потоков, прибыли и ее распределения. Окупаемость кредитных вложений в проект и ее сроки, рассчитанные этим методом, позволяют оценить реальные сроки возврата кредита. Для банка этот метод, кроме того, позволяет получить основание для принятия решения об участии в работе с инвестиционным проектом с высоким уровнем риска. Учитывая, что денежные потоки инвестиционного проекта с повышенными рисками трудно прогнозируемы, особенно в более отдаленный период после начала кредитования, предпочтение в казахстанских условиях должно быть отдано проекту с более коротким сроком окупаемости.

Несмотря на преимущества, метод расчета срока окупаемости при оценке эффективности кредитования инвестиционного проекта не нашел еще должного распространения и редко используется аналитическими центрами банков. Однако относительная простота и быстрота расчетов, однозначная интерпретация результатов и достаточно высокая их надежность позволяют рекомендовать его для широкого использования в банковской практике.

*Метод расчета коэффициента эффективности инвестиций (ARR-коэффициент учетной нормы прибыли)* [35] также достаточно прост в расчетах и дает представление о степени эффективности кредитования инвестиционного проекта, как и метод расчета срока окупаемости. Суть его состоит в сопоставлении первоначальных вложений (суммы кредитных ресурсов) и чистой прибыли от реализованного с помощью кредита инвестиционного проекта.

Данный коэффициент называют также учетной нормой прибыли или коэффициентом рентабельности проекта.

Существует несколько алгоритмов исчисления ARR.

Первый вариант расчета основан на отношении среднегодовой величины прибыли (за минусом отчислений в бюджет) от реализации проекта за период к средней величине инвестиций:

$$ARR = \frac{P_r}{\frac{1}{2} I_{cp}}, \quad (106)$$

где  $P_r$  — среднегодовая величина прибыли (за минусом отчислений в бюджет) от реализации проекта;

$I_{cp0}$  — средняя величина первоначальных вложений, если предполагается, что по истечении срока реализации проекта все капитальные затраты будут списаны.

Средняя величина первоначальных вложений (необходимая сумма кредита) определяется исходя из условий покрытия капитальных затрат на реализацию инвестиционного проекта за счет прибыли, которая будет получена на постепенно вводимых в эксплуатацию производственных мощностях. В соответствии с коэффициентом ( $ARR$ ) эффективным можно считать инвестиционный проект, учетная норма прибыли которого не ниже приемлемого для банка-кредитора уровня. Отсутствие дисконтирования денежных потоков делает результаты, полученные этим методом, тем более неточными, чем длительнее срок реализации проекта, поэтому он уместнее для оценки эффективности краткосрочных и быстро окупаемых инвестиционных проектов.

Иногда показатель рентабельности проекта рассчитывается на основе первоначальной величины инвестиций:

$$ARR_o = \frac{P_{ra}}{I_o}. \quad (107)$$

Рассчитанный на основе первоначального объема вложений, он может быть использован для проектов, создающих поток равномерных доходов (например, аннуитет), на неопределенный или достаточно длительный срок.

Второй вариант расчета основан на отношении среднегодовой величины прибыли (за минусом отчислений в бюджет) от реализации проекта за период к средней величине инвестиций с учетом остаточной или ликвидационной стоимости первоначальных инвестиций (например, учет ликвидационной стоимости оборудования при завершении проекта):

$$ARR = \frac{P_r}{I_o}, \quad (108)$$

где  $P_r$  — среднегодовая величина прибыли (за минусом отчислений в бюджет) от реализации проекта;

$I_o$  — средняя величина (величина) первоначальных вложений.

Применение методов исследования потоков денежных средств (cash flow), связанных с инвестиционным проектом, а также чистых доходов (net benefits) с применением механизма дисконтирования денежных потоков (discounted cash flow method) позволяют получить довольно точный их прогноз. По мнению американских исследователей, "метод дисконтирования денежных потоков - лучший из существующих инструментов для принятия решений", но "неправильное использование, а не само по себе использование дисконтирования при-

водит к нежелательным последствиям", искажению результатов расчетов. Рассмотренные методы оценки эффективности инвестиционных проектов учитывают это обстоятельство, поэтому результаты, которые могут быть получены с их помощью, достаточно надежны и дают возможность банку получить серьезное основание для принятия решения об инвестиционном кредитовании.

Следует признать, что в основе всех описанных расчетов лежит дисконтирование прогнозируемых денежных потоков. Для того, чтобы провести его, необходимо выбрать ставку дисконтирования. Смысл ставки дисконтирования - отражение в расчетах влияния стоимости денег. Иногда уже этого определения бывает достаточно для того, чтобы принять решение о ее величине. Например, если проект будет финансироваться полностью за счет средств банковского кредита, то ставка дисконтирования равна процентной ставке по кредиту.

В более сложном случае, когда инвестируемый капитал взят из разных источников, расчет ставки дисконтирования усложняется, но не значительно. Теперь, вместо процентов по кредитам, в расчете используется понятие средневзвешенной стоимости капитала (Weighted Average Cost of Capital, WACC). Этот показатель рассчитывается так:

$$WACC = k_{kp} \cdot r_{kp} + r_{ск}, \quad (109)$$

где  $k_{kp}$  - доля кредитных средств в источниках финансирования;

$k_{ск}$  - доля собственных средств акционера;

$r_{kp}$  - ставка процентов по кредиту;

$r_{ск}$  - доход на собственный капитал, требуемый акционером.

Получается, что каждая компонента капитала закладывает в стоимость денег проекта долю, пропорциональную доле самого источника капитала.

Фактически, через этот механизм расчета ставки дисконтирования учитывается требование каждого из инвесторов проекта к своим доходам на вложенные средства. Любопытно, что понятие WACC пришло в оценку инвестиционных проектов с фондового рынка, где оно активно применяется при анализе стоимости акций компаний.

Здесь мы впервые встречаемся с применением элементов, которые чаще встречаются в оценке бизнеса, для расчета эффективности инвестиционных проектов. Далее можно убедиться насколько тесно переплетены эти темы.

Главным критерием эффективности инвестиционного проекта всегда считалась величина NPV. Это объясняется и тем, что его проще интерпретировать, и тем, что расчет NPV вызывает меньше всего сложностей по сравнению с другими традиционными показателями проекта. Но на практике часто оказывается, что рассчитать NPV не всегда будет легко, а правильно сделать выводы, получив его значение, еще сложнее.

Итак, практически в любом реальном проекте мы сталкиваемся с двумя недостатками NPV:

1. Строить детальные прогнозы на весь период, в течение которого работают сделанные инвестиции, не всегда оправдано. В результате, в каждом про-

екте остается значительный фрагмент неучтенных доходов. Особенно хорошо это видно в тех ситуациях, когда теоретически созданный бизнес или направление может работать бесконечно.

2. NPV не дает окончательного вывода о том, насколько выгодно акционерам участвовать в проекте и какие доли в бизнесе являются для них минимальными.

В большой степени эти проблемы решаются, если перейти от традиционных показателей эффективности к одному из методов, используемых при оценке стоимости компаний.

Как известно, стоимость компании можно определять либо изучая ее активы, либо сравнивая ее с другими похожими компаниями, либо прямо анализируя ее доходы. И последний подход будет интересен нам как альтернатива NPV проекта. Для того, чтобы понять механизмы оценки компании на основе доходов, надо представить себе, что запущенный нами инвестиционный проект длится вечно, не имеет ограничений по срокам. Хотя и кажется, что ценность бесконечного дохода тоже может оказаться бесконечной, в действительности это не так.

Итак, оказалось, что распространенные методики оценки бизнеса тесно связаны с понятием NPV.

Теперь остается сделать последний шаг. NPV неудобен, потому что этот показатель требует полного прогноза денежных потоков, в том числе и там, где мы такого прогноза сделать не можем. Но и модель Гордона, хорошо отражающая стоимость будущих доходов, не идеальна. Она работает при одном важном условии - денежные потоки проекта стабильны или равномерно растут. Это верно для стадии зрелого развития, но совершенно не соответствует тому, что происходит на начальной фазе.

Приведенные формулы использования понятия продленной стоимости при оценке проектов - только частный случай оценки проекта как бизнеса. Вообще же, любой инвестиционный проект может рассматриваться как с позиций «внутреннего» анализа ожидаемых доходов, так и более обобщенно, на базе методологии оценки бизнеса.

Широкое использование указанных методов оценки эффективности инвестиционных проектов в отечественной практике позволит определить степень их эффективности с точки зрения своевременности возврата вложенных в него ресурсов и получить информацию, необходимую для снижения инвестиционных и кредитных рисков.

Оценка эффективности не исчерпывает всей гаммы факторов анализа инвестиционного проекта, который должен провести банк при подготовке меморандума для обоснованного решения об инвестиционном кредитовании.

### **13.4 Основы организации инновационной деятельности предприятия**

*Новшество* — оформленный результат фундаментальных прикладных исследований, разработок или экспериментальных работ в какой-либо сфере деятельности по повышению ее эффективности.

*Инновация* — конечный результат внедрения новшества с целью изменения объекта управления и получения экономического, социального, экологического, научно-технического или другого вида эффекта.

Новшества могут разрабатываться как для собственных нужд (для внедрения в собственном производстве либо для накопления), так и для продажи.

С учетом имеющегося опыта и приведенных критериев предлагается следующая классификация инноваций

#### Классификация инноваций

##### 1. *Уровень новизны инновации:*

- радикальные (внедрение открытий, изобретений, патентов)
- ординарные (ноу-хау, рационализаторские предложения и т. д.)

##### 2. *Стадия жизненного цикла товара (ЖЦТ), на которой внедряется инновация:*

- инновации, внедряемые на стадии стратегического маркетинга
- то же НИОКР
- организационно-технологическая подготовка производства
- производство (включая тактический маркетинг)

##### 3. *Масштаб новизны инновации (новшества):*

- инновации новые в мировом масштабе
- новые в стране
- новые в отрасли
- новые для фирмы

##### 4. *Отрасль народного хозяйства, где внедряется инновация:*

- новшества и инновации, созданные в сфере науки
- в сфере образования
- в социальной сфере
- в материальном производстве (промышленность, строительство, сельское хозяйство и др).

##### 5. *Сфера применения инновации (новшества)*

- инновации для внутреннего (внутри фирмы) применения
- новшества для накопления на фирме
- новшества, в основном, для продажи

##### 6. *Частота применения инновации:*

- разовые
- повторяющиеся

##### 7. *Вид эффекта, полученного в результате внедрения инновации*

- научно-технический
- социальный
- экологический
- экономический (коммерческий)
- интегральный

##### 8. *Форма новшества-основы инновации*

- открытия, изобретения, патенты
- рационализаторские предложения
- ноу-хау

- товарные знаки, торговые марки, эмблемы
- новые документы, описывающие технологические, производственные, управленческие процессы, конструкции, структуры, методы и т. п.

Целью инновационной деятельности, особенно инновационного предпринимательства, является получение результата путем введения инноваций.

*Основные стратегии (цели) инновационной организации:*

1) повышение качества выпускаемого товара. Стратегия ведет к увеличению

прибыли организации, но со значительным риском;

2) снижение цены товара при сохранении без изменения остальных стратегий. Эта стратегия направлена на более прочное завоевание рынка, реализацию уже изготовленного товара, реализацию уже освоенных технологий. Стратегия ведет, как правило, к уменьшению прибыли организации;

3) снижение себестоимости выпускаемого товара за счет освоения новых технологий, новых методов организации производства и труда, менеджмента. Стратегия ведет, как правило, к увеличению прибыли организации;

4) увеличение программы производства товара (объема продаж) для того же рынка без изменения остальных стратегий. Стратегия ведет к увеличению прибыли за счет использования эффекта масштаба;

5) освоение нового рынка сбыта для старого или нового товара. Стратегия ведет, как правило, к увеличению прибыли организации.

Для осуществления перечисленных стратегий организации необходимы инновации.

*Виды инноваций, необходимых для реализации стратегий организации*

Основные виды инноваций, необходимых для реализации стратегии организации

1. Создание совершенно нового товара на основе изобретений
2. Совершенствование выпускаемого товара на основе ноу-хау
3. Внедрение новой технологии на основе изобретений
4. Совершенствование действующей технологии на основе ноу-хау
5. Совершенствование организации производства на основе ноу-хау
6. Совершенствование организации труда на основе ноу-хау
7. Формирование или совершенствование системы менеджмента
8. Улучшение качества "входа" организации (сырья, материалов, комплектующих и т. д.)
9. Совершенствование взаимодействия с внешней средой организации
10. Совершенствование функций тактического маркетинга (рекламы, системы стимулирования продвижения товара)
11. Повышение качества сервиса товара у потребителя
12. Расширение существующего рынка товаров организации
13. Освоение нового рынка

*Портфель инноваций* представляет собой комплексно обоснованный перечень новшеств покупных и собственной разработки, подлежащих внедрению (введению) в организации. *Портфель новшеств* представляет собой перечень разработанных организацией новшеств, подлежащих продаже.

*Основными задачами* научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР) являются:

- получение новых знаний в области природы и общества, новых областей их применения;

- теоретическая и экспериментальная проверка возможности материализации в сфере производства разработанных на стадии стратегического маркетинга нормативов конкурентоспособности товаров организации;

- практическая реализация портфеля новшеств и инноваций.

Реализация перечисленных задач позволит повысить эффективность использования ресурсов, конкурентоспособность организаций, жизненный уровень населения.

*НИОКР подразделяются на следующие этапы работ:*

- фундаментальные исследования (теоретические и поисковые);

- прикладные исследования;

- опытно-конструкторские работы;

- опытные, экспериментальные работы, которые могут выполняться на любом из предыдущих этапов.

Результаты теоретических исследований проявляются в научных открытиях, обосновании новых понятий и представлений, создании новых теорий.

*К поисковым относятся исследования*, задачей которых является открытие новых принципов создания изделий и технологий; новых, неизвестных ранее, свойств материалов и их соединений; методов менеджмента. В поисковых исследованиях обычно известна цель намечаемой работы, более или менее ясны теоретические основы, но отнюдь не конкретные направления. В ходе таких исследований находят подтверждение теоретические предположения и идеи, хотя они иногда могут быть отвергнуты или пересмотрены.

Приоритетное значение фундаментальной науки в развитии инновационных процессов определяется тем, что она выступает в качестве генератора идей, открывает новые области знания. Но вероятность положительного выхода фундаментальных исследований в мировой науке составляет 5%.

*Прикладные исследования* направлены на поиск путей практического применения открытых ранее явлений и процессов. Они ставят своей целью решение технической проблемы, уточнение неясных теоретических вопросов, получение конкретных научных результатов, которые в дальнейшем будут использованы в опытно-конструкторских работах (ОКР).

*ОКР* — завершающая стадия НИОКР, это своеобразный переход от лабораторных условий и экспериментального производства к промышленному производству. Под разработками понимаются систематические работы, которые основаны на существующих знаниях, полученных в результате НИР и(или) практического опыта.

Разработки направлены на создание новых материалов, продуктов или устройств, внедрение новых процессов, систем и услуг или значительное усовершенствование уже выпускаемых или введенных в действие.

*Опытные, экспериментальные работы* — вид разработок, связанный с опытной проверкой результатов научных исследований. Опытные работы име-

ют целью изготовление и обработку опытных образцов новых продуктов, обработку новых (усовершенствованных) технологических процессов. Целью ОКР является создание (модернизация) образцов новой техники, которые могут быть переданы после соответствующих испытаний в серийное производство или непосредственно потребителю.

*Одним из направлений НИОКР является патентно-лицензионная деятельность*, включающая правовое регулирование интеллектуальной собственности, заграничное патентование изобретений, оформление прав на изобретения, лицензирование и т.д.

Оформление прав на изобретение осуществляется путем получения авторского свидетельства или патента. Авторское свидетельство удостоверяет признание предложения изобретением, приоритет изобретения и авторство лица на полученное им изобретение.

*Патент* — это документ, удостоверяющий авторство и предоставляющий его владельцу исключительное право на изобретение.

*Лицензирование* представляет собой одну из основных форм торговли технологиями, включающей сделки с патентами, лицензиями, ноу-хау и т. д. *Лицензия* представляет собой разрешение отдельным лицам или организациям использовать изобретение, защищенное патентом, технические знания, технологические и конструкторские секреты производства товарный знак и т. д.

Предоставление лицензии составляет коммерческую операцию и является объектом договора о продаже (покупке), согласно которому владелец патента (лицензиар) выдает своему контрагенту (лицензиату) лицензию на использование в определенных пределах своих прав на патенты, ноу-хау, товарные знаки и т. д.

Лицензирование осуществляется путем принятия заинтересованными сторонами лицензионного соглашения—договора, в соответствии с которым собственник изобретения, технологических знаний, опыта и секретов производства выдает своему контрагенту лицензию на использование интеллектуальной собственности. В соглашении определяются производственная сфера и территориальные границы использования предмета лицензии.

Результаты НИОКР оформляются в виде патентов и изобретений, Рационализаторских предложений, ноу-хау, научных публикаций, научно-исследовательских отчетов, инновационных проектов и т.п.

## **КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ**

1. Как определяется срок окупаемости проекта?
2. Что такое инвестиции и чем отличается от капитальных вложений?
3. Что такое дисконтирование и для каких целей оно осуществляется?
4. Что относится к реальным инвестициям?
5.  $P'_i = P_i / (1 + r)^i$ —это формула расчета:
  - а) текущего денежного эквивалента суммы, которая будет получена в будущем
  - б) стоимости будущих доходов с учетом ставки дисконта

- с) чистой приведенной стоимости доходов
  - d) компаундинга
  - e) индекса текущих (приведенных) затрат
6. Финансовые инвестиции- это:
- a) вложение средств в различные финансовые инструменты
  - b) вложение средств в создание новых, реконструкцию или техническое перевооружение существующих предприятий
  - с) инвестиции в нематериальные активы
  - d) инвестиции в денежные активы
  - e) инвестиции в социальную сферу
- 7 К привлеченным средствам относятся:
- a) эмиссия обыкновенных акций; эмиссия инвестиционных сертификатов; взносы инвесторов в уставной фонд;
  - b) налоговый инвестиционный кредит;
  - с) инвестиционный лизинг; инвестиционный селенг.
  - d) денежные средства, аккумулируемые кредитно-банковской системой;
  - e) кредиты и займы международных организаций и иностранных инвесторов;
8. Что такое структура реальных, финансовых инвестиций?
9. Структура капвложений –это соотношение
- a) между инвестициями на техническое перевооружение, реконструкцию, новое строительство
  - b) инвестиций в акции, облигации, другие ценные бумаги, а также в активы других предприятий в их общей величине
  - с) между инвестициями в основной, оборотный капитал и нематериальные активы
  - d) между реальными и портфельными (финансовыми) инвестициями.
  - e) нет верного ответа
11. Чем отличается инновация от новшества?
12. Назовите классификацию инноваций по различным признакам.

## ТЕМА 14 РИСК ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ИНДУСТРИИ ГОС-ТЕПРИИМСТВА

### 14. 1 Понятие и виды рисков

Факторы риска, анализ риска и методы его оценки.

Способы снижения риска.

Риск – это возможность возникновения неблагоприятных ситуаций в ходе реализации планов и выполнения бюджетов предприятия. В зависимости от сферы возникновения риски подразделяются на:

- 1) природно-естественные риски;
- 2) экологические риски;
- 3) политические риски;
- 4) транспортные риски;
- 5) имущественные риски;
- 6) предпринимательские риски.

Предпринимательский риск, в свою очередь можно подразделить на: 1) производственный риск; 2) финансовый риск; 3) коммерческий риск; 4) инвестиционный риск; 5) рыночный риск.

Производственный риск составляют риски:

- неисполнения хозяйственных договоров; • изменения конъюнктуры рынка, усиление конкуренции;
- возникновения непредвиденных затрат;
- потери имущества предприятия.

Финансовый риск делится на:

- кредитный риск;
- валютный риск;
- риски финансовой деятельности предприятия.

Коммерческий риск включает в себя:

- риск повышения цены закупаемых средств производства;
- риск снижения цены реализации продукции;
- риск потери товара в процессе обращения
- риск повышения издержек обращения.

Инвестиционный риск составляют:

- риск инвестирования в ценные бумаги;
- риск снижения доходности реальных инвестиций;
- риск новаторства.

Рыночный риск включает:

- риск колебания рыночных процентных ставок;
- риск изменения национальной денежной единицы.

Риск сопровождается возникновением потерь, которые делятся на:

- материальные потери;
- трудовые потери;
- финансовые потери;
- потери времени;

- специальные виды потерь.

Предпринимательский риск складывается под влиянием

- 1) объективных (внешних) факторов;
- 2) субъективных (внутренних) факторов.

Необходимо проводить анализ рисков, который делится на:

- 1) качественный анализ;
- 2) количественный анализ:

- статистический метод;
- аналитический метод;
- анализ целесообразности затрат;
- метод экспертных оценок;
- метод аналогий;
- анализ финансовой устойчивости предприятия и оценка его платежеспособности.

способности.

Основными способами снижения риска являются:

- 1) диверсификация риска;
- 2) страхование риска;
- 3) хеджирование;
- 4) лимитирование;
- 5) резервирование средств;
- 6) распределение риска (факторинг).

## **14. 2 Риски организации, их предупреждение и страхование**

Риск и доход - базовые понятия и ключевые проблемы финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Целью коммерческой организации является получение прибыли в результате производства и реализации продукции (работ, услуг), а так же осуществления других видов деятельности. Поэтому *предпринимательский риск* связан с конечным финансово-хозяйственным результатом предприятия, в котором объединяются многочисленные частные риски. Если рассматривать предпринимательский риск предприятия как результирующую финансовую величину, то логично считать отдельные сопровождающие его риски факторами, влияющими на нее.

Можно выделить следующие сущностные аспекты категории «предпринимательский риск»:

- риск по отношению к цели, результату, на достижение которого направлено управленческое решение (или предпринимательская деятельность в целом);
- риск как возможность, реализуя принятое решение или осуществляя запланированную деятельность, не достичь ожидаемого результата;
- риск как возможность потери предпринимателем части (или всех) своих ресурсов, недополучения доходов или появление дополнительных расходов в результате осуществления определенной производственной и/ или финансовой деятельности;

- риск как возможность недостижения цели (результата) вследствие объективно существующей неопределенности, причинами которой выступают незнание ситуации, случайность или внешнее противодействие.

**Предпринимательский риск** заключается в возможности недостижения цели, ожидаемых результатов реализации принятого решения или осуществления запланированной деятельности вследствие объективно существующей неопределенности. Риск реализуется через потерю предпринимателем своих ресурсов, недополучения доходов или появление дополнительных расходов.

Иначе говоря, риск есть угроза того, что предприниматель понесет потери в виде дополнительных расходов, сверх предусмотренных прогнозом или планом его действий, либо получит доходы ниже тех, на которые он рассчитывал.

Таким образом, снижение величины предполагаемого дохода, или так называемая *упущенная выгода*, так же входит в категорию риска.

Эффективность организации управления предпринимательским риском в значительной мере определяется классификацией факторов риска, под которой понимается их распределение на конкретные группы по определенным признакам для достижения поставленных целей. Классификация позволяет определить место каждого фактора в их системе и создает возможности для эффективного применения впоследствии соответствующих методов управления риском.

#### *Основные группы рисков деятельности организации*

На рисунке представлены основные группы рисков деятельности производственного предприятия, среди которых прежде всего следует выделить **хозяйственные риски**. Входящий в возможности уменьшения объема выпуска продукции, снижения ее качества, роста издержек производства и уменьшения производительности труда, возникновения убытков в результате простоя производства, потерь рабочего времени, недопоставок исходных материалов, сырья, энергии и т.д.

*Риск нанесения ущерба собственности предприятия*, его движимому и недвижимому имуществу (машинам и оборудованию, компьютерным базам данных, запасам сырья и материалов, готовой продукции на складе, грузам, денежным средствам и т.п.) обусловлен возможностью кражи, диверсии, халатности, перенапряжения технической и технологической систем, аварии, пожара, наводнения, механического либо радиационного воздействия и другим причинам.

*Коммерческий риск* связан с процессом реализации товаров и услуг, производимых или закупаемых предприятием, и проявляется в снижении объема реализации товаров вследствие изменения рыночной конъюнктуры и неблагоприятного изменения цен, повышении издержек обращения, потерях товара в процессе его обращения и др.

*Риски предпринимательских инвестиций* связаны с рисками прямого вложения средств в осуществление того или иного инвестиционного проекта. Для предприятия наиболее существенными в этой группе могут быть риски заказчика строительных работ, кредитный риск заемщика, риск ущерба в результате ошибок или упущений связанных с оформлением права собственности на приобретаемый для предпринимательских целей объект и т.д.

**Управленческие риски** включают риск отсутствия стратегического подхода к планированию и управлению на предприятии, риск ошибок в определении целей предприятия, прогнозировании развития внешней среды в стратегическом планировании, риск несоответствия системы управления предприятия масштабам и характеру его деятельности и др. управленческие риски в значительной мере носят субъективный характер. Ведь именно предприниматель (менеджер) определяет цели предпринимательской деятельности, оценивает ситуацию, формирует варианты решений, делает выбор приемлемого решения. Управленческие риски двояко влияют на совокупный предпринимательский риск: наряду с прямым воздействием, они могут влиять опосредованно, порождая или, наоборот, устраняя (снижая) отдельные хозяйственные и финансовые риски. Таким образом, управленческие риски занимают главенствующую позицию в совокупности основных групп рисков деятельности предприятия (фирмы).

Рассмотрение риска вообще, и коммерческого риска в частности, требует уяснения категории «случайного», чтобы понять природу его существования.

Случайность - это отношение, в котором некоторое явление выступает как случайное. По словам Энгельса, случайности - это вещи и события, «внутренняя связь которых настолько отдалена или настолько трудно доказуема, что мы можем пренебречь ею, считать, что ее не существует».

Применительно к коммерческому риску, различают два вида случайности: *случайность отдельного явления*, которое само по себе не является существенным, и *случайность как характеристика массового, стохастического процесса*, составляющего необходимое содержание закономерного движения товаров на рынке.

Таким образом, внутренние и существенные связи важны для дальнейшей оценки рискованной ситуации в конкретной компании.

В то же время все изложенное применительно к коммерческому риску является основанием для осуществления текущей стратегии среднесрочного поведения торговой фирмы на рынке, что в наибольшей мере определяет потенциальный успех компании.

Следовательно, отслеживание пересечения различных видов случайностей является для компании логической необходимостью для оценки и управления коммерческим риском, что определяется законами тождества и противоречия и представляет собой совокупность коммерческих отношений.

## **2. Объективные условия рисков**

Риск представляет собой событие, которое может произойти или не произойти. В случае совершения этого события возможны три экономических результата: отрицательный (проигрыш, ущерб, убыток), нулевой и положительный (выигрыш, выгода, прибыль).

В зависимости от возможного результата все частные риски подразделяются на две большие группы - чистые и спекулятивные риски.

*Чистые риски* означают возможность неполучения желаемого результата. К этой группе относятся большинство рисков деятельности промышленного предприятия, исходя из специфики производства.

*Спекулятивные риски* проявляются в возможности получения как положительного, так и отрицательного результатов. К ним относятся риски, связанные с покупательной способностью денег, и инвестиционные финансовые риски.

Одним из важных факторов предпринимательства является время. Риск всегда связан с положительностью предпринимательского проекта, поэтому его оценка должна быть привязана к конкретному этапу выполнения работ, конкретному периоду (и даже дате) внутри финансового года при осуществлении производственной программы. В связи с этим уместно выделять расчетные и текущие риски.

*Расчетный риск* можно оценить на стадии подготовки бизнес-плана (проекта). При неблагоприятном стечении обстоятельств текущий риск может не только превысить расчетный, но и превзойти предельные ограничения, что, в свою очередь, приведет к необходимости отказа от данного проекта либо даже от осуществления конкретного вида предпринимательской деятельности (этот финал более характерен для мобильных малых предприятий). Часто по фактору времени риск подразделяют на долгосрочный и краткосрочный. При этом *долгосрочный риск* связан с развитием на перспективу, а *краткосрочный* - с оперативными, конъюнктурными причинами.

Для поддержания устойчивой работы предприятия (фирмы) необходимо учитывать все факторы риска: как генетические, т.е. присущие данному виду предпринимательства в любых условиях, так и специфические, присущие данному периоду. Поскольку важнейшей задачей любого предпринимателя, осуществляющего бизнес в нестабильной экономической среде, является недопущение банкротства организации, в целях управления риском следует выделять допустимый, критический и катастрофический риски.

*Допустимый риск* – это угроза возникновения потерь, сопоставимых с потерей прибыли от реализации проекта или от предпринимательской деятельности в целом. *Критический риск* - это опасность потерь, сопоставимых с суммой выручки от реализации продукции (услуг). Под *катастрофическим* понимается риск, который характеризуется опасностью потерь в размере, равном или превышающем собственный капитал предприятия (или имущественное состояние предпринимателя). Катастрофический риск, как правило, приводит к банкротству предприятия.

### 14. 3 Внутренние и внешние риски

Для определения возможностей и границ управления риском на внутрифирменном уровне важно разделение факторов риска в зависимости от сферы возникновения на внешние и внутренние. К **внешним** для предприятия относятся факторы, не связанные непосредственно с деятельностью этого предприятия: стихийные явления природы, техногенные катастрофы, злоумышленные действия третьих лиц, уровень инфляции, изменения экономической политики внутри- и внешнеполитические события и др.

**Внутренние факторы** возникают в результате конкретной деятельности предприятий, прежде всего администрации. Они включают уровень себестои-

мости продукции, ее качество и надежность, условия сбыта, предпродажный и послепродажный сервис, качество рекламы, технический уровень основных производственных фондов, уровень обеспеченности оборотным капиталом, соотношение между собственными и заемными средствами, отбор клиентов, профессиональный уровень рабочих и служащих и др.

В условиях переходной экономики внешние факторы весьма существенно влияют на величину риска деятельности предприятия.

При анализе предпринимательского риска предприятия (фирмы) особое значение приобретает разделение факторов риска на регулируемые (управляемые) и нерегулируемые (неуправляемые).

Управляемость факторов зависит от поставленных целей (задач), от конкретных условий их решения, в связи с чем не может быть единого классификационного деления факторов на управляемые и неуправляемые. Отнесение фактора к той или иной группе определяется, во-первых, уровнем управления, на котором может быть принято решение, и, во-вторых, периодом реализации принятого решения. Многие факторы, которые на уровне отдельного предприятия (фирмы) считаются неуправляемыми (например, внешние факторы), на уровне финансово-промышленной группы, органов власти, становятся управляемыми. Чем длительнее период реализации принятого решения, тем больше факторов из группы нерегулируемых могут стать регулируемыми. Труднорегулируемые на коротком интервале времени являются факторы, зависящие, прежде всего от предыстории функционирования анализируемого предприятия (объем и структура основных и оборотных средств, характеристики технического и технологического уровня производства, структура производственного персонала и т. д.)

Величина риска деятельности предприятия может быть изменена за счет целенаправленности воздействия на регулируемые факторы, которое может быть осуществлено только при условии выявления и систематизации всех возможных факторов риска.

#### **14. 4 Управление рисками, их предупреждение**

В рыночной экономике основным принципом менеджмента является не максимизация прибыли, а успешное элиминирование влияния рискованных ситуаций, что в перспективе обеспечивает наибольшую финансовую устойчивость. Поэтому в экономике многих стран предприятия в своей деятельности часто используют связанные с риском производственные стратегии.

Чтобы оперативно реагировать на любые значимые изменения в условиях функционирования, предприятие должно сформировать систему управления, основанную на так называемом предпринимательском стиле поведения. Для этого в общую систему управления предприятием включается *система управления рисками (риск-менеджмент)*. Последняя включает две подсистемы:

управляющую (субъект управления) и управляемую (объект управления). Объектом управления в риск-менеджменте является собственно риск, рискованные вложения капитала и экономические отношения между субъектами предприни-

мательства в процессе реализации риска. Это отношения между предприятием и банком (заемщиком и кредитором), предприятием и страховой компанией (страхователем и страховщиком), между предприятием, предприятиями-поставщиками и предприятиями-потребителями, между предприятием и его конкурентами и пр. Субъект управления в риск-менеджменте - это группа руководителей и специалистов, которая посредством различных приемов и способов осуществляет целенаправленное воздействие на объект управления.

Процесс управления риском может осуществляться только при условии циркулирования определенной информации между управляющей и управляемой подсистемами. При этом получение надежной и достаточной информации имеет особенно большое значение, так как только она позволяет принять правильное решение о действиях в условиях риска. Эта информация включает осведомленность о вероятности ущерба, наличии и величине спроса на товары и капитал, финансовой устойчивости и платежеспособности клиентов, партнеров и конкурентов, ценах, курсах и тарифах (в том числе на услуги страховщиков), условиях страхования, дивидендах и процентах и т.п.

Все источники информации, которые могут использоваться субъектом управления, можно подразделить на учетные и внеучетные. К первым относятся бухгалтерский учет и отчетность, налоговый учет и отчетность, статистический учет и отчетность, оперативный учет и отчетность, управленческий учет и отчетность, выборочные учетные данные. Ко вторым можно отнести материалы различных ревизии; внешнего и внутреннего аудита; собраний акционеров, совета директоров, правления, комиссий по трудовым спорам, производственных совещаний и т.д.

Риск-менеджмент, рассматриваемый обычно как система управления риском и экономическими (прежде всего финансовыми) отношениями, возникающими в процессе этого управления, включает стратегию и тактику управленческих действий. Под *стратегией управления* понимаются направления и способы использования средств для достижения поставленной цели. В соответствии со стратегией выбираются варианты управленческих решений и концентрируются усилия на осуществление этих вариантов. При достижении поставленной цели определенная стратегия утрачивает свое значение. Новые цели требуют разработки новой стратегии.

*Тактика* - это конкретные приемы и методы, которые служат достижению поставленной цели в реальных условиях. Задачей тактики управления является выбор оптимального решения, приемов и методов управления, наиболее соответствующих конкретной хозяйственной ситуации.

## **14. 5 Риски в индустрии гостеприимства**

### **Выявление рисков**

Основные виды рисков, которые присущи ресторанному бизнесу, следующие:

- риск поломки оборудования;
- риск того, что необходимые продукты не будут доставлены в срок;

- риск опоздания на работу или заболевания сотрудников;
- риск появления конкурентов в этом регионе;
- риск внезапного повышения цен на исходные продукты.

Основной риск принимают на себя акционеры, поскольку они вложили деньги в этот бизнес.

Классификация рисков позволяет глубже понять их экономическую сущность, разработать и применить необходимые методы анализа, организовать систему управления рисками.

Анализ исследований позволяет составить следующую классификацию рисков в сфере бизнеса гостеприимства:

по степени связи колебаний доходности активов с колебаниями доходности фондового рынка (рыночного портфеля) выделяют систематический и не-систематический (собственный) риски;

по возможности снижения риска при диверсификации портфеля инвестиций выделяют диверсифицируемый и недиверсифицируемый риски. Систематический риск не может быть диверсифицирован;

по природе риска выделяют: технико-технологические, маркетинговые, финансовые, риски участников проекта, военно-политические, юридические, экологические, строительные, риски форс-мажорных обстоятельств (непреодолимой силы), социальные, специфические (для данных инвестиций) и др. Некоторые авторы подвергают критике такие классификации за смешанные классификационные признаки и неполный характер перечисления. В альтернативных классификациях риски могут подразделяться на естественные, страновые, рыночные и деловые;

по отношению к макро- и микросреде риски подразделяют на общеэкономические, региональные, отраслевые, риск конкретной гостиницы, риск отдельного проекта;

по отношению к среде организации риски подразделяют на внешние и внутренние;

по возможности страхования — страхуемые и нестрахуемые;

по возможности управления (снижения) — на управляемые и неуправляемые.

Помимо данной классификации риски необходимо подразделять также на риски, связанные с колебаниями условий внешней среды (например, с колебаниями курсов валют, ценных бумаг, относительных цен на гостиничные услуги), и риски, связанные с недостатком знаний экономического субъекта о внешней среде (информационные риски).

Величина информационного риска определяется объемом используемой информационной базы. При перспективном анализе долгосрочных инвестиций обычно имеет место первоначальная неопределенность денежных потоков и процентных ставок, которая не позволяет говорить о риске в количественном смысле, так как существуют высокие, субъективно оцениваемые риски. Затем, по мере формирования информационной базы, возникает возможность количественной оценки риска, при этом существуют высокие информационные риски и интервал разброса значений хозяйственных рисков, связанных с объективны-

ми колебаниями условий и параметров внешней и внутренней среды. Дополнительная информация вызывает снижение информационного риска и уточнение значений хозяйственных рисков. Достаточность информационной базы определяется по низким значениям информационного риска и практически полному отсутствию неопределенности. При оценке достаточности информации необходимо учитывать значимость неопределенности, т.е. максимальное и среднее влияние возможных отклонений на денежные потоки проекта. Информацию целесообразно собирать до тех пор, пока ожидаемый эффект от снижения риска превышает затраты на получение дополнительной информации. Точно определить данный эффект невозможно, однако существует ряд подходов, в частности, основанных на понятиях среднего ожидаемого убытка: если уменьшение информационного риска ведет к снижению среднего ожидаемого убытка на величину, большую, чем затраты на получение информации, следует произвести данные затраты. Определить же на практике, насколько затраты на информацию снизят возможные убытки, часто затруднительно. Исключения составляют маркетинговые исследования, когда известны затраты (расценки исследовательской фирмы) и точность получаемых результатов.

Особое внимание следует также уделять страновому и политическому рискам, которые обычно усматриваются в возможности непрогнозируемых негативных изменений экономического окружения, связанных с изменением государственной инвестиционной, налоговой, таможенной и финансовой политики, например:

- национализация созданных предприятий, экспроприации их активов или принудительного выкупа имущества по цене ниже рыночной;

- принятия нормативных актов, препятствующих переводу дивидендов иностранным инвесторам или реинвестированию полученных доходов;

- непредвидимого изменения законодательства, ухудшающего финансовые показатели проекта (например, повышение налогов или ужесточение требований к производству или производимой продукции) или ущемляющего право инвесторов входить в руководство предприятий, куда они вложили соответствующие средства;

- смены персонала в органах государственного управления, трактующего законодательство непрямого действия.

Такой риск характерен для всех видов инвестиций и, вообще говоря, не связан непосредственно с проектом. Кстати, различие в степени политических рисков в России и в западных странах объясняет и значительные различия в нормах дисконта, которыми руководствуются российские и западные инвесторы при оценке эффективности однотипных проектов. С этих позиций меры по совершенствованию законодательства, стимулированию иностранных инвесторов, различного рода межгосударственные соглашения следует рассматривать и как меры по снижению политического риска.

## 14.6 Диверсификация рисков в индустрии гостеприимства

Сталкиваясь с новыми видами жестокой конкуренции в сфере бизнеса гостеприимства, многие компании, включая прямых конкурентов, объединяют свои ресурсы и ресурсы финансовых институтов для создания новой продукции, достижения большей экономической эффективности и получения доступа к новым технологиям и новым рынкам. Такие стратегические союзы (альянсы) в последнее время становятся одним из важнейших инструментов мирового бизнеса.

Чтобы оценить плодотворность создания альянсов, полезно сравнить их с другими способами укрепления позиции фирмы, к которым можно отнести работу внутри фирмы, приобретение другой фирмы, эпизодические сделки с другими фирмами.

Такой подход может служить основой нового стратегического мышления, требуемого для создания альянсов и разработки новых подходов к планированию их деятельности.

Работа внутри альянса должна быть направлена на совершенствование основного направления в деятельности, которое определяет ценность услуги для клиента.

Стратегические альянсы упрощают доступ на другие рынки, сокращая барьеры на этом пути, повышая уровень конкуренции и принося выгоду участникам альянса. Растущая конкуренция заставляет в ином свете представить конкурентов, поскольку они, как правило, имеют одинаковые рыночные интересы, технологии и товары. Это сходство создает большие возможности для конкурентов с целью противостоять соперникам.

Для того, чтобы выделить наиболее существенные риски в предполагаемом альянсе, необходимо проанализировать стоимость привлекаемых ресурсов. Если есть уверенность, что вкладываемые капиталы, «ноу-хау», продукция, доступ на рынок, другие активы дадут конкретную прибыль, то риска нет. При отсутствии такой уверенности риск имеется. Он возрастает с увеличением стоимости ресурсов и ростом нестабильности в альянсе. В таблице приведены возможные причины такой нестабильности.

Возможные причины нестабильности стратегических союзов в сфере гостиничного бизнеса как основы их инвестиционной деятельности

Факторы нестабильности	Возможные последствия
Внешняя нестабильность	Изменения в социальной или экономической политике, технологический прогресс.
в том числе: реакция рынка	Реакция поставщика или конкурентов не предсказуема.
реакция партнеров	Интересы партнеров могут быть затронуты.
обязательства	Обязательства могут быть нарушены, третьей стороне может быть нанесен ущерб.
поддержка властей	Власти могут отказаться от поддержки.

Внутренняя нестабильность	Отсутствие четких договоренностей относительно целей, взаимных обязательств, результатов.
в том числе: общность целей	Недостаточно четко сформулированы цели альянса и роль партнера в нем.
возможность партнера	Партнер не обладает требуемыми возможностями.
скрытый конфликт	Возникли разногласия, когда альянс уже вошел в силу.
расхождение в планах	У одного из партнеров возникла необходимость принятия новых решений после создания альянса.
руководство	Нет четкой договоренности, каким образом будут приниматься ключевые решения.
взаимоотношения	Партнеры не могут хорошо взаимодействовать.
показатели	Ожидаемые результаты недостижимы.
общий полезный результат	Партнеры не могут прийти к соглашению по ценам, распределению прибыли, использованию инноваций.
обязательства	Не определены обязательства по финансам, срокам, правам.
нелояльность партнеров	Один партнер может односторонне воспользоваться возможностями другого.

Партнеры совместно рискуют, когда производят капиталовложения в условиях нестабильности. Бывает нелегко установить, кто ответственен в случае возникновения ущерба, поэтому для сохранения стабильности разумно рисковать в той степени, которая отражает их участие в альянсе. В этом случае партнеры будут совместно разрешать трудности вместо того, чтобы обвинять друг друга.

Формальные и неформальные альянсы от организационно оформленных совместных предприятий до гибких соглашений между партнерами о взаимном приобретении акций, об обмене технологиями и «ноу-хау» позволяют преодолеть барьеры между фирмами с различным стилем ведения бизнеса, создать производственные, распределительные и финансовые стратегические сети, эффективно действующие в национальной и мировой экономиках, вовлекать в процесс интеграции все новых участников.

Цены гостиничных продуктов, предлагаемых альянсом, должны учитывать справедливое распределение рисков и выгод и соответствовать рыночным ценам. Соглашение, при котором цены одного партнера просто складываются с ценами другого, уместно, когда рынок не чувствителен к цене, что не относится к рынку гостиничных услуг. Типичным является решение, предусматривающее, что каждый партнер оплачивает свои расходы и участвует в оплате общих расходов, но реализует гостиничный продукт отдельно от других. Тогда каждый из партнеров назначает собственную цену и сам рискует на рынке.

Альянсы предполагают непрерывное взаимное приспособление и многообразные связи между партнерами, каждый из которых имеет свои способы делегирования принятия решений и их осуществления. Все решения относительно участия в альянсе должны приниматься в комплексе, включая цели, форму

деятельности, этапы, ответственность, обязательства по ресурсам и другие основные аспекты. Полномочия разделяются, если партнеры участвуют в равной мере в разделении общих рисков. Ведущее положение должен занимать тот партнер, который обладает достаточной компетентностью для устранения основного риска, в противном случае обязательства альянса могут оказаться под угрозой.

Гостиничная индустрия характеризуется высокой степенью риска, являющегося, прежде всего, результатом действия двух факторов: циклического характера спроса и высокой зависимости от капиталовложений. Большая доля доходов от отелей поступает от манипуляций с недвижимостью, чем от продаж мест в гостиницах, еды и питья в ресторанах.

Люди вкладывают средства в строительство отелей по разным причинам: ради удовлетворения собственного тщеславия, получения доходов (от недвижимости, от вложенного капитала, от изменения потенциальной ценности построенного объекта). Стоимость гостиниц, например Hilton и Sheraton стремительно возрастает, но это происходит благодаря не операционным поступлениям, а доходам от купли-продажи, от налоговых льгот и от сознания того, что в будущем цена на подобные гостиницы еще больше возрастет. Эта игра называется финансовым менеджментом и по своей сути является очень сложной,

Особую роль в решении рискованных задач играют интуиция менеджера и инсайт. Интуиция представляет собой способность непосредственно, как бы внезапно, без логического продумывания находить правильное решение проблемы. Интуитивное решение возникает как внутреннее озарение, просветление мысли, раскрывающее суть изучаемого вопроса. Интуиция является непременным компонентом творческого процесса. Психология рассматривает интуицию во взаимосвязи с чувственным и логическим познанием и практической деятельностью как непосредственное знание в его единстве со знанием опосредованным, ранее приобретенным.

Инсайт — это осознание решения некоторой проблемы. Субъективно инсайт переживается как неожиданное озарение, постижение. В момент самого инсайта решение осознается очень ясно, однако эта ясность часто носит кратковременный характер и нуждается в сознательной фиксации решения.

В случаях, когда рассчитать риск невозможно, принятие рискованных решений происходит с помощью эвристики. Эвристика представляет собой совокупность логических приемов и методических правил теоретического исследования и отыскания истины. Иными словами, это правила и приемы решения особо сложных задач. Эвристика менее надежна и менее определена, чем математические расчеты. Однако она дает возможность получить вполне определенное решение. Риск-менеджмент имеет свою систему эвристических правил и приемов для принятия решений в условиях риска.

Основные правила рискованных решений менеджмента сводятся к следующему:

- нельзя рисковать больше, чем это может позволить имеющийся капитал; •
- всегда надо думать о последствиях риска;
- нельзя рисковать многим ради малого;
- положительное решение принимается лишь при отсутствии сомнения.

## 14.7 Понятие несостоятельности предприятия, банкротство и его виды

Банкротство, как и риск, - неизбежный атрибут рыночной экономики. С одной стороны - это беда для предпринимателя. Но он не должен бояться риска или избегать его. В противном случае он станет аутсайдером в конкурентной борьбе на рынке и может обанкротиться. Ему следует видеть, чувствовать риск, стремиться понизить его до приемлемых размеров. При этом следует учитывать, что риск наиболее ощущается в стадии становления предпринимательских структур; среди малых предприятий - при освоении новых сфер предпринимательства.

С другой стороны, банкротство - благо для рынка, так как расчищается экономическое поле для других жизнеспособных предприятий и ликвидируется базовая причина для взаимных неплатежей в технологических цепочках отраслей. С помощью механизма банкротства отсекается та часть побежденных в ходе конкурентной борьбы предпринимателей, которые отягощены долгами в зоне катастрофического риска и, по сути, не способны продолжать борьбу на рынке.

Кроме того, свобода конкурентного предпринимателя на рынке - это одновременно и свобода всех остальных предпринимателей; здесь каждый стремится к собственной выгоде и она чаще всего получается за счет нанесения ущерба другим.

Под банкротством предприятия понимается признанная арбитражным судом или объявленная должником неспособность должника в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и исполнить обязанность по оплате обязательных платежей. При этом в законе определены два внешних признака несостоятельности:

- денежные обязательства или обязанности по уплате обязательных платежей не исполнены в течение 3 месяцев с момента наступления даты их исполнения;
- минимальный размер денежных обязательств и обязательных платежей составляет не менее 500 размеров минимальной месячной заработной платы, утвержденной Правительством.

Причинами банкротства предприятий являются:

1) внешние факторы:

- экономические факторы;
- социальные факторы;
- правовые факторы;
- природно-климатические и экологические факторы;

2) внутренние факторы:

- материально-технические;
- организационные;
- социально-экономические.

От состояния предприятий-банкротов следует отличать:

- 1) фиктивное банкротство;

- 2) преднамеренное банкротство;
- 3) временно неплатежеспособное предприятие.

Различают следующие стадии банкротства:

- допустимое банкротство;
- критическое банкротство;
- катастрофическое банкротство.

Существуют два вида тактики финансового оздоровления (санации):

- 1) защитная тактика;
- 2) наступательная тактика

Государственное регулирование банкротства включает:

- правовое обеспечение;
- налоговое регулирование;
- реструктуризацию;
- приватизацию несостоятельных предприятий;
- социальную защиту работников предприятия-банкрота.

Основными принципами управления банкротством являются:

- создание правовой основы предпринимательских отношений в условиях банкротства;
- уменьшение влияния государственного и административного управления банкротством;
- предоставление честным должникам возможности возобновления своей деятельности;
- введение системы безопасных мер при банкротстве; • сохранение перспективных предприятий, имеющих временные трудности.

3. Реорганизационные и ликвидационные процедуры банкротства.

Способы ликвидации банкротства делятся на два вида:

1. реорганизационные процедуры банкротства;
2. ликвидационные процедуры банкротства.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кодекс Республики Казахстан от 29.10.2015 N 375-V ЗРК "Предпринимательский кодекс Республики Казахстан"
2. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ КОДЕКС РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН (с *изменениями и дополнениями по состоянию на 09.01.2018 г.*)
3. Агарков, А.П. Экономика и управление на предприятии / А.П. Агарков [и др.]. - М.: Дашков и Ко, 2013. - 400.
4. Баскакова, О.В. Экономика предприятия (организации) / О.В. Баскакова, Л.Ф. Сейко. - М.: Дашков и К, 2013. - 372 с.
5. Горфинкель, В.Я. Экономика предприятия / В.Я. Горфинкель. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. - 663 с.
6. Экономика предприятия: учебник / В. Д. Грибов, В. П. Грузинов. – Москва: КУРС: Инфра-М, 2015. – 445 с.
7. Экономика и управление организацией (предприятием): учебное пособие / И. П. Воробьев, Е. И. Сидорова, А. Т. Глаз. – Минск: Квилория В. Т., 2014. – 371 с.
8. Экономика организации: учебное пособие / Л. Н. Чечевицына, Е. В. Хачадурова. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2015. – 382 с.
9. Елисеева, Т.П. Экономика и анализ деятельности предприятий / Т.П. Елисеева, М.Д. Молев, Н.Г. Трегулова. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2011. - 480 с.
10. Купер К. Экономика туризма теория и практика. -- СПб.: Изд-во "Омега", 2015. - 54с.
11. Федцов В.Г. Культура гостинично-туристского сервиса.- Ростов-на-Дону: Феникс, 2012. – 503с.
12. Волков Ю.Ф. Гостиничный и туристский бизнес. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2012. – 637с.
13. Скараманга В.И. Фирменный стиль в гостеприимстве. – М : Финансы и статистика, 2013 – 192с.
14. Виноградова М.В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса: учебное пособие. – М.: «Дашков и К», 2011. – 448с.
15. Карнаухова В.К., Краковская Т.А. Сервисная деятельность: учебное пособие. – Ростов-на-Дону: «МарТ», 2013. -256с. 10.Руденко А.М. Психология социально-культурного сервиса и туризм
16. Медлик С. Гостиничный бизнес. Учебник для студентов ВУЗов, обучающимся по специал. Сервиса. - М.: Юнити Дана - 2013. - 29 с.
17. Уокер Дж. Введение в гостеприимство. Пер с англ -2 изд - М: Юнити - Дана, 2008. - 67с.
18. Яковлев Г.А. Экономика гостиничного хозяйства: Учебн. пособие. - М.: Издательство РДЛ, 2011. 37с.

**Джолдасбаева Гульнар Каримовна  
Сулейманова Гульнар Газизовна  
Момынкулова Сауле Мадиярбековна**

**Экономика предприятий гостеприимства**

*Учебное пособие*

Подписано в печать .....2018.

Тираж ..... экз. Заказ №