

Центр содействия коренным малочисленным народам Севера
/ Российский учебный центр коренных народов /

ЦС КМНС / РИТЦ

Бочарникова Т. Б.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

*Учебное пособие
для общин коренных малочисленных народов
Севера, Сибири и Дальнего Востока
Российской Федерации*

Россия
2004

Ассоциация коренных малочисленных народов
Севера, Сибири и Дальнего Востока
Российской Федерации



АКМНСС и ДВ РФ

119415, Москва, а/я 110
raipon@online.ru
www.raipon.org

Центр содействия
коренным малочисленным народам Севера
/ Российский учебный центр коренных народов /



ЦС КМНС / РИТЦ

119415, Москва, а/я 110
mail@csipn.ru
www.csipn.ru

Бочарникова Т. Б. Экономические и управленческие основы деятельности организации. Учебное пособие для общин коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока Российской Федерации. Серия: Библиотека коренных народов Севера, вып. 1. М, 2004. 231 с.

Редакционная коллегия:

Суляндзига Р. В.
Вронский Н. В.
Крикуненко Е. И.

Макет и дизайн:

Романов М. С.

Фотографии из архива ЦС КМНС / РИТЦ

Настоящее издание подготовлено и опубликовано
при финансовой поддержке Европейской Комиссии



Содержание

ВВЕДЕНИЕ	5
1. ОСНОВЫ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ	7
1.1 Экономика, рынок, инфраструктура рынка	8
1.2 Основы государственного регулирования рынка	15
2. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ И НЕКОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	22
2.1 Правовые формы организации хозяйственной деятельности	23
2.2 Основы деятельности некоммерческих организаций .	32
3. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	38
3.1 Основные фонды	39
3.2 Оборотные средства	45
3.3 Персонал организации	51
3.4 Затраты	58
3.5 Прибыль.	65
4. ФИНАНСОВЫЕ ОСНОВЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ.	75
4.1 Финансы организации	76
4.2 Банковское обслуживание и кредитование организаций	85
4.3 Бухгалтерский учет организации.	95
5. ЭКОНОМИКА ПРИРОДНЫХ РЕСУРСОВ И ТРАДИЦИОННОГО ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ	103
5.1 Основы экономики природопользования	104
5.2 Основы традиционного хозяйства и традиционного природопользования	114

6. МАРКЕТИНГ И МАРКЕТИНГОВАЯ СРЕДА . . .	124
6.1 Основные понятия маркетинга	125
6.2 Маркетинговые исследования. Исследования рынка и его сегментация	132
6.3 Комплекс маркетинга. Разработка и распространение товара, ценовая политика	139
7. ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ . . .	151
7.1 Менеджмент,управленческая деятельность, управлеченческое решение	152
7.2 Управление персоналом	162
7.3 Финансовый менеджмент	170
8. ПЛАНИРОВАНИЕ. БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ .	178
8.1 Планирование как функция управления. Виды планирования	179
8.2 Бизнес-план	188
8.3 Финансовый план, бюджет и бюджетирование	199
9. УПРАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЯМИ И НЕКОММЕРЧЕСКИМИ ПРОЕКТАМИ . . .	206
9.1 Основные понятия и сущность инвестиций	207
9.2 Источники финансирования инвестиций и оценка их эффективности	215
9.3 Финансирование и управление некоммерческими проектами	223

Введение

Последнее десятилетие административных и экономических реформ привели к краху всей инфраструктуры Российского Севера. Наиболее уязвимым оказалось традиционное хозяйствование и природопользование коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока. Некоторые регионы, например, Ямало-Ненецкий и Ханты-Мансийский автономные округа, обладающие ресурсными возможностями и политической волей, предпринимают эффективные меры по поддержке традиционных отраслей хозяйствования и в то же время ищут новые возможности диверсификации и развития бизнеса коренных народов. В большинстве остальных регионов общины и другие хозяйствующие субъекты коренных малочисленных народов сталкиваются с серьезными проблемами при организации своего дела: отсутствует начальный капитал, нет доступа к инвестициям и кредитам, нет информации. Но, пожалуй, главной проблемой является отсутствие профессионально подготовленных кадров, которые ориентировались бы в новых рыночных условиях и могли повести за собой людей.

Российский Учебный центр коренных народов/Центр содействия коренным малочисленным народам Севера (ЦСКМНС/РИТЦ) основной своей задачей ставит подготовку руководителей общин и предпринимателей из числа коренных народов Севера, которые смогли бы переломить негативную ситуацию на местах и добиваться развития традиционных промыслов и новых видов деятельности, способных создать дополнительные рабочие места и принести доход коренному населению.

Данное пособие подготовлено для руководителей общин коренных малочисленных народов и представителей малого бизнеса, которым в рыночных условиях необходимы знания основ экономики и менеджмента, поскольку реальной экономикой они занимаются по роду своей деятельности. Сложные условия переходного периода ставят перед руководителями и предпринимателями сложные вопросы, и для того, чтобы ориентироваться в экономике, уметь понять причины и содержание проблем управления персоналом и финансами, необходимы знания.

Пособие дает представление об основах рыночной экономики, правовых и управлеченческих основах деятельности организаций. Отдельно и подробно рассмотрены разделы менеджмента, посвященные управлению персоналом, финансами и инвестициями.

Учитывая специфику деятельности общин коренных малочисленных народов Севера, в пособие включены разделы, связанные с традиционным природопользованием и финансированием некоммерческих проектов.

Задача этого пособия – дать краткое системное представление об основных экономических понятиях и основах менеджмента.

Данная работа активно применяется в образовательных курсах Центра и получила положительную оценку стажеров. Безусловно, в ней нет готовых рецептов для реальной экономики, но с ее помощью можно изучить законы экономики и управления, которые помогут в поиске выхода из трудных ситуаций.

Центр выражает признательность Европейской Комиссии за поддержку подготовки и публикации настоящего пособия в рамках программы ТА-СИС по проекту «Система образования как инструмент устойчивого развития коренных малочисленных народов Российской Севера».

Суляндзига Р. В.

Директор ЦСКМНС / РИТЦ

Глава 1

ОСНОВЫ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

В этой главе:

1.1	Экономика, рынок, инфраструктура рынка	8
1.2	Основы государственного регулирования рынка	15

1.1 Экономика, рынок, инфраструктура рынка

Понятие потребностей. Экономика, экономическая среда, экономические законы и ресурсы. Рынок. Основные понятия рынка — спрос, предложение и цена. Рыночная экономика и виды рынков. Предприниматель, предпринимательские способности, предпринимательская деятельность. Типы предпринимательства. Малый бизнес и малое предпринятие. Рыночная структура и рыночное саморегулирование.

Изучение основ экономики и рынка начинается с определения основных таких основных понятий, как потребности, экономика, экономическая среда и законы экономики.

Потребности — базовое понятие экономики, включающее виды продукции, товаров, услуг, вещей, в которых нуждаются люди, которые они стремятся иметь, потреблять, использовать.

К *потребностям* относят не только то, что приносит пользу, крайне необходимо для жизни, но и реальные запросы на предметы, которые могут оказаться вредными для здоровья, но потребляются людьми в силу сложившихся привычек и получаемого удовольствия, удовлетворения.

На рис. 1.1.1 представлена классификация потребностей.

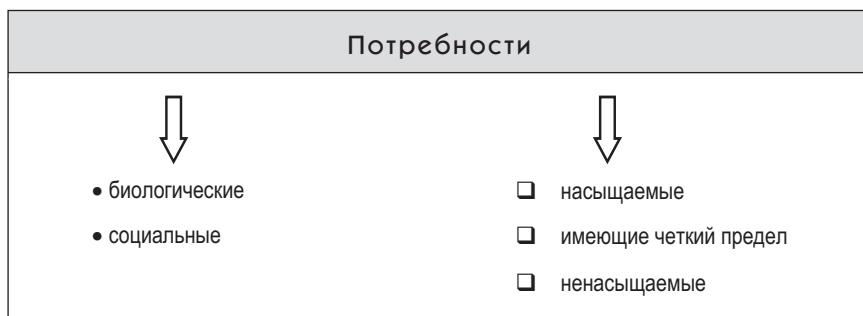


Рис. 1.1.1

Для удовлетворения потребностей существует *экономика* и *экономические системы*.

Экономика — совокупность средств, объектов, процессов, используемых людьми для удовлетворения потребностей путем создания необходимых человеку благ, условий и средств существования с применением труда.

Совокупность экономических условий развития предпринимательства представляют собой **экономическую среду**. Экономическая среда предполагает наличие стимулов к труду, экономической свободы, включая свободное перемещение всех ресурсных компонентов производства.

Экономика регулируется **экономическими законами**. Они представляют собой устойчивые, существенные связи, взаимосвязи между экономическими явлениями, процессами, отношениями, характеризующими их величинами и показателям.

Экономические законы в отличие от физических не обладают всеобщностью, а выявляют только общие, типичные свойства и признаки процессов производства, распределения, обмена, потребления.

Совокупность ресурсов, используемых в хозяйственной деятельности составляют **экономические ресурсы**. Состав экономических ресурсов представлен в таблице 1.1.1.

Таблица 1.1.1

Экономические ресурсы		
Природные ресурсы	Трудовые ресурсы	Капитальные ресурсы в материальной форме (средства производства) и финансовой форме.

Экономические ресурсы являются составляющими любой экономической системы, даже не рыночной. Дадим определение *рынка*.

Рынок — экономические отношения, связанные с обменом товаров и услуг, в результате которых формируются спрос, предложение, цена.

Важнейшими элементами рыночной экономики помимо экономических ресурсов, являются *спрос, предложение, цена*.

Спрос — желание, намерение покупателей, потребителей приобрести данный товар, подкрепленное денежной возможностью.

Величина спроса характеризуется количеством товара, которое покупатель желает и способен приобрести по данной цене в данный период времени.

Объем и структура спроса зависят как от цен на товар, так и от других, неценовых факторов, таких, как мода, доходы потребителей, а также от цены на другие товары, в том числе на товары-заменители и на сопряженные, сопутствующие товары.

Различают следующие виды спроса

- индивидуальный спрос конкретного покупателя;
- рыночный спрос на конкретном рынке;
- совокупный спрос на всех рынках конкретного товара;
- совокупный спрос на все производимые и продаваемые товары.

Предложение — стремление, желание производителя (продавца) предложить к продаже свои товары.

Объем предложения характеризует количество товаров и услуг, которое производитель желает и способен продать по данной цене в определенный период времени. Величина предложения зависит от цены, но на предложение влияют и многие другие, так называемые неценовые, факторы.

Цена — экономическая категория, означающая количество денег, за которое продавец согласен продать, а покупатель готов купить единицу товара.

Цена определенного количества товара составляет его **стоимость**, поэтому можно говорить о цене как денежной стоимости единицы товара. В случае, когда единица данного товара обменивается на определенное количество другого товара, количество становится товарной ценой данного товара.

Виды рынков многообразны и подразделяются по

- виду продаваемого товара ;
- по масштабам охвата территории ;
- по уровню конкуренции ;
- по уровню легальности.

В таблице 1.1.2 приведена классификация рынков.

Таблица 1.1.2

Виды рынков	
По виду продаваемого товара	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Сырья ➤ Материалов ➤ Средств производства ➤ Потребительских товаров и услуг ➤ Капитала ➤ Труда ➤ Ценных бумаг ➤ Информационных и интеллектуальных продуктов ➤ Инноваций
По масштабам охвата территории	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Мировой <input type="checkbox"/> Зональные <input type="checkbox"/> Региональные <input type="checkbox"/> Страновые <input type="checkbox"/> Внутренние <input type="checkbox"/> Внешние
По уровню конкуренции	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Высококонкурентные (свободные) ❖ Монополистической конкуренции ❖ Олигополистические ❖ Монополистические (закрытые) ❖ Высококонкурентные (свободные)
По уровню легальности	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Легальные (официальные) ▪ Нелегальные (теневые, черные) рынки.

Структура рынка характеризуется количеством и размерами представленных на рынке фирм; степенью, в которой товары разных фирм схожи между собой; легкостью входа и выхода с конкретного рынка; доступностью рыночной информации.

Важнейшим элементом исследования рынка является **сегментирование рынка**, которое представляет собой разделение рынка на отдельные части (сегменты) по признаку вида продаваемого товара, территориального расположения, типа наиболее представленных на данной части рынка покупателей, по социальным признакам.

Выделяют сегментирование рынка по географическому типу, когда в основу заложены географические факторы; сегментирование по демографическому принципу, в основе которого лежат демографические признаки; сегментирование рынка по поведенческому принципу, исходя из поведенческих особенностей покупателей.

Итак, дадим определение *рыночной экономике*.

Рыночная экономика —

экономика, основанная на принципах

- ✓ свободного предпринимательства;
- ✓ многообразия форм собственности на средства производства;
- ✓ рыночного ценообразования;
- ✓ договорных отношений между хозяйствующими субъектами;
- ✓ ограниченного вмешательства государства в хозяйственную деятельность

Принцип свободного предпринимательства — базовый в рыночной системе.

Предпринимательская деятельность — инициативная

самостоятельная хозяйственная деятельность граждан, имеющая целью получение дохода.

Лицо, занимающееся *предпринимательской деятельностью*, является **предпринимателем**. Для того, чтобы стать предпринимателем, человек должен иметь качества и способности, позволяющие ему находить и использовать лучшее сочетание ресурсов для производства, продажи товаров, принимать разумные и последовательные решения, создавать и применять новшества, идти на допустимый, оправданный риск, то есть иметь **предпринимательские способности**.

Типы предпринимательства — это формы деятельности в зависимости от формы собственности и методов хозяйствования. К разным типам предпринимательства относят малый бизнес при частной собственности на средства производства или их аренде, совместное предпринимательство, корпоративное предпринимательство на основе акционерного капитала.

Малый бизнес — бизнес, осуществляемый в малых формах, опирающийся на предпринимательскую деятельность частных предпринимателей, небольших фирм, малых предприятий. Малый бизнес характерен для некоторых видов и форм производства, торговли, сферы услуг.

Малое предприятие — небольшое предприятие любой формы собственности, характеризуемое, прежде всего ограниченным числом работников (не более нескольких сот) и занимающее крайне небольшую долю в общем по стране, региону объеме деятельности, являющейся профильной для предприятия.

Об этой доле судят по стоимости создаваемой и реализуемой продукции. Так как число малых предприятий единого профиля в крупной стране исчисляется десятками и сотнями тысяч, то на одно такое предприятие

приходится незначительная доля процента общего объема производства, хотя все вместе они способны производить до половины всей продукции страны. К малым предприятиям относятся, кроме производственных, коммерческие, консалтинговые фирмы, многие предприятия розничной торговли, сферы услуг. Малым предприятиям оказывается государственная поддержка.

Для создания нормальных условий функционирования рыночной системы необходима *инфраструктура*.

Рыночная инфраструктура — система учреждений и организаций, обеспечивающих свободное движение товаров и услуг на рынке.

Рыночную инфраструктуру формируют следующие организации:

- банки и другие финансовые институты (инвестиционные компании и фонды);
- биржи, брокерские фирмы и ярмарки;
- страховые компании;
- консультационные, информационные, маркетинговые фирмы.

Создание эффективных рыночных институтов включает множество разнообразных элементов:

- 1) укрепление законодательной и нормативной базы рыночных реформ;
- 2) создание совершенной финансово-кредитной системы и каналов для инвестиций; построение разветвленной рыночной инфраструктуры;
- 3) развитие культуры деловых отношений и укрепление доверия между хозяйственными агентами;
- 4) реформирование трудовых отношений и создание систем социальной защиты работников и населения;
- 5) совершенствование российского федерализма и взаимоотношений между Центром и регионами;
- 6) изменение регулирующей роли государства и консолидация государственной власти.

Рыночное саморегулирование представляет собой автоматическое воздействие рыночного механизма взаимодействия спроса и предложения, конкуренции на формирование цен, объемов производства и продаж товаров, уровень потребления, эффективность производства и качество работы. Следует, однако, иметь в виду, что рыночное саморегулирование

не всесильно, не носит всеобщего характера, должно дополняться государственным регулированием, управлением со стороны менеджеров, реакцией общества, семьи, человека.

К объективным причинам, которые вызывают необходимость включения государства в экономическое регулирование, относятся: невозможность успешного развития экономики вне определенности ее территориального пространства; необходимость формирования и поддержания среды долговременных интересов населения в целом; баланс экономических интересов в стране; действие законов расширенного общественного воспроизводства; наличие для осуществления экономических взаимодействий на рынке более развитой инфраструктуры; возрастание доли институциональной среды.

1.2 Основы государственного регулирования рынка

Регулирование экономики. Государственная экономическая политика.

Государственное регулирование экономики и его элементы. Сущность, задачи и современные проблемы государственного регулирования рынка. Направления повышения эффективности государственной антимонопольной политики и развитию конкуренции.

Воздействие на экономику со стороны органов управления с целью поддержания протекающих в ней процессов на определенном уровне или предотвращения, подавления неблагоприятных явлений называется **регулированием экономики**.

В централизованной экономике регулирование осуществлялось с помощью преимущественно директивных, распорядительных методов, в рыночной с помощью использования рыночных регуляторов.

Мировой опыт показывает, что “невидимая рука рынка” не может обеспечить выполнение всех задач, стоящих перед обществом. Рынок почти никогда не бывает совершенным, а значит, он не обеспечивает оптимального использования общественных ресурсов. Рынки часто бывают неполными, то есть не удовлетворяющими всех общественных потребностей. Рынкам часто свойственна непрозрачность, неполнота информации для всех его участников. Необходимость государственного регулирования рынков в переходной экономике, с одной стороны, более насыщна, чем в экономиках развитых. Однако существует и обратная сторона проблемы. Избыточное вмешательство государства в переходный период ведет к тому, что рынки могут вообще не возникнуть.

Государственная экономическая политика — генеральная линия действий и совокупность мер, проводимых правительством от лица государства в области производства, распределения, обмена, потребления, накопления, экспорта, импорта экономического продукта в стране. Государственная экономическая политика включает в себя

- структурную политику;
- инвестиционную политику;
- финансово-кредитную политику;
- ценовую политику;
- внешнеэкономическую политику;

- социальной политику;
- политику в области труда и занятости.

Государственная экономическая политика осуществляется посредством *государственного регулирования* экономики.

Государственное регулирование экономики — воздействие государства в лице государственных органов на экономические объекты и процессы и участвующих в них лиц с целью

- ✓ придания этим процессам организованного характера
- ✓ упорядочения действий экономических субъектов
- ✓ обеспечения соблюдение законов
- ✓ отстаивания государственных и общественных интересов.

Государственным регулированием экономики в рыночных условиях хозяйствования понимают систему мер законодательного, исполнительного и контролирующего характера, осуществляемых правомочными государственными учреждениями и общественными организациями в целях стабилизации и приспособления существующей социально-экономической системы к изменяющимся условиям. Элементы государственного регулирования представлены в таблице 1.2.1.

Таблица 1.2.1

Элементы государственного регулирования								
Прогнозирование	Планирование	Финансирование	Бюджетирование	Налогообложение	Кредитование	Администрирование	Учет	Контроль

Наиболее важными элементами для развития малого и среднего бизнеса в государственном регулировании являются:

- ❖ антимонопольное регулирование;
- ❖ обеспечение добросовестной конкуренции.

Антимонопольное регулирование основывается на понятиях конкуренции и монополии.

Конкуренция — состязательность самостоятельных хозяйствующих субъектов. При этом каждый из них не может односторонне воздействи-

вать на общие условия обращения на рынке. Чем больше хозяйствующих субъектов, тем лучше для потребителей, национальной экономики и т. п.

Монополия — сфера рынка, где рынке действует один продавец.

Естественная монополия — те сферы и отрасли, в которых развитие конкуренции невозможно и неэффективно. К ним в России относятся:

- передача электроэнергии по сетям и местное распределение электроэнергии;
- теплоснабжение;
- магистральные газопроводы и местное распределение газа;
- магистральные нефтепроводы;
- железнодорожный транспорт;
- порты, аэропорты и транспортирование в районы Крайнего Севера;
- некоторые отрасли связи;
- водоснабжение и канализация.

Управление естественными монополиями в первую очередь направлено на защиту интересов потребителей соответствующих товаров и услуг, недопущение злоупотребления своим положением субъектами естественных монополий. Вместе с тем государство должно принимать меры для обеспечения полного покрытия экономически оправданных издержек предприятий и создания условий для адекватного инвестирования в развитие.

Моноксония — перевернутая монополия. Состояние рынка, где действует один покупатель (характерно для перерабатывающих отраслей). Если низкие закупочные цены в моноксонии и высокие цены продажи в монополии то получается двойная монополия.

Олигополия — на рынке действует 3-5 крупных хозяйствующих субъекта, обладающих примерно равными долями на рынке. Имеют реальную возможность проведения согласованных действий на рынке, что может привести к тайным сговорам.

Доминирующее положение на рынке — если доля продаж более 35 %.

Абсолютно доминирующее положение — доля продаж более 65%.

Монополистическая деятельность хозяйствующих субъектов — противоречащая антимонопольному законодательству действия или без.....

действия хозяйствующих субъектов или органов власти и управления, направленные на недопущения ограничения или устранения конкуренции. К таким незаконным действиям относятся:

- изъятие товаров из обращения с целью создания или поддержания на рынке дефицита, контрагенту условий договора, не выгодных для него или не относящихся к предмету договора
- включение в договор дискриминирующих условий, которые ставят контрагента в невыгодное положение по сравнению с другими хозяйствующими субъектами;
- создание препятствий доступу на рынок другим хозяйствующими субъектами (ограничение конкуренции);
- установление монопольно высоких или монопольно низких цен;
- сокращение или прекращение производства товаров, на которые имеется спрос или заказы потребителей при наличии безубыточной возможности их производства
- необоснованный отказ от заключения договоров с отдельными покупателями, заказчиками при наличии возможности производства или поставок товара.

К формам недобросовестной конкуренции относятся:

- распространение ложных, неточных или искаженных сведений, способных причинить убытки другому производителю, либо нанести ущерб его деловой репутации ;
- введение потребителей в заблуждение относительно характера, способа, места изготовления, потребительских качеств и т. п.;
- некорректное сравнение товаров;
- продажа товаров с незаконным использованием результатов интеллектуальной деятельности.

Реализацией антимонопольного законодательства занимаются специально созданные антимонопольные органы, которые относятся к федеральным органам исполнительной власти.

Нормативные акты антимонопольного законодательства включают:

- Конституцию;
- Федеральный закон «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках»;
- Федеральный закон «О естественных монополиях»;
- Указы президента по ценовому регулированию в естественных монополиях, по созданию и упразднению антимонопольных органов;

- правила рассмотрения дел о нарушениях антимонопольного законодательства.

К сожалению, за годы реформ так и не созданы условия для добросовестной конкуренции, определяющие эффективность рыночной экономики. Экономическая политика государства не в полной мере учитывала необходимость формирования механизма добросовестной конкуренции как основы эффективного функционирования рыночных отношений. И в настоящее время ни на макроэкономическом уровне, ни в отраслях экономики соответствующими органами государственной власти не предпринимаются должные усилия по развитию конкуренции и повышению конкурентоспособности отечественных предприятий.

Недостатки антимонопольного регулирования, политики обеспечения добросовестной конкуренции наиболее остро проявляются в сфере ценообразования, где до сих пор не выработано действенных механизмов пресечения нелегальных сговоров участников рынка в целях завышения цен, отсутствуют ясные и научно обоснованные методики регулирования цен в естественных монополиях и высокомонополизированных отраслях экономики. Следствием этого стало систематическое завышение цен легальными и нелегальными монопольными объединениями.

Сохраняется неудовлетворительное положение с защитой прав потребителей. Несмотря на обилие регулирующих норм, не снижается количество жертв нарушения прав потребителей. Остается актуальной проблема государственного контроля за безопасностью и качеством товаров и услуг. Проверки качества товаров продолжают фиксировать ненормально высокую долю непригодных к потреблению товаров, в особенности импортного производства. Защита прав потребителей носит зачастую формальный характер и сопровождается бюрократическим произволом соответствующих ведомств, создавая излишние препятствия добросовестной конкуренции. В таблице 2.2 приведены основные задачи и проблемы государственного регулирования рынка.

Меры по повышению эффективности государственной антимонопольной политики, развитию конкуренции и улучшению конкурентной среды во всех сегментах внутреннего рынка включают:

- меры по недопущению сговоров на рынках, введение санкций за незаконные картельные соглашения;
- пресечение деятельности организованных преступных групп, пытающихся ограничить доступ на рынок или установить контроль за товаропроводящей сетью;
- установление порядка регулирования деятельности локальных естественных монополий;

- ужесточение контроля за безопасностью и качеством товаров и услуг при одновременном повышении его эффективности и устранении чрезмерной бюрократизации регулирующих процедур;
- пресечению попыток установления контроля над отраслями российской экономики путем скупки контрольных пакетов акций образующих их предприятий с целью формирования монопольных структур;
- создание необходимых макроэкономических условий для повышения конкурентоспособности отечественных товаров, в том числе прекращение необоснованного роста цен на энергоносители, конструкционные материалы, сырьевые товары вследствие злоупотреблений со стороны предприятий соответствующих отраслей своим монопольным положением на рынке;
- законодательное определение правил осуществления мероприятий контролирующих органов и правовых оснований для проведения таких мероприятий;
- совершенствование антимонопольного законодательства, законодательства о защите прав потребителей, о рекламе и естественных монополиях, биржевого законодательства и законодательства, обеспечивающего поддержку предпринимательства;
- оптимизацию налоговой нагрузки на субъекты малого предпринимательства, включающая снижение общего налогового бремени и упрощение налоговой системы для малого бизнеса;
- разработка и принятие закона о ценообразовании и ценовой политике, предусматривающий установление форм и механизмов государственного регулирования цен.

Для эффективного регулирования рынков нужны адекватные государственные институты и соответствующая квалификация чиновников.

Таблица 1.2.2

Задачи и современные проблемы государственного регулирования рынка

	Задачи	Проблемы
1.	Противодействие процессам концентрации собственности в целях установления контроля над рынком.	<ul style="list-style-type: none">Формирование крупных горизонтальных монополий контролирующие целые отрасли.Установление контроля зарубежными компаниями в крупных компанияхОбразование нелегальных монопольных образований
2	Пресечение сговоров участников рынка в целях завышения цен	<ul style="list-style-type: none">Систематическое завышение цен легальными и нелегальными монопольными образованиями
3	Защита прав потребителей.	<ul style="list-style-type: none">Недостаточно эффективный государственный контроль за безопасностью и качеством товаров и услуг.Защита прав потребителей носит зачастую формальный характерБюрократические препятствия развитию добросовестной конкуренции.
4	Поддержка малого бизнеса	<ul style="list-style-type: none">Неэффективность мер по защите предпринимателей от преступности и созданию условий для добросовестного ведения предпринимательской деятельности.Высокий уровень налогов, который разоряет законопослушных предпринимателей и стимулирует уход малого бизнеса в теневую экономику.Наличие излишних бюрократических препонов и административных барьеров, затрудняющих деятельность малых предприятий.

Глава 2

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ И НЕКОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В этой главе:

2.1	Правовые формы организации хозяйственной деятельности	23
2.2	Основы деятельности некоммерческих организаций	32

2.1 Правовые формы организаций хозяйственной деятельности

Физические и юридические лица. Индивидуальный предприниматель без образования юридического лица. Достоинства и недостатки организации бизнеса в форме частного предпринимателя. Разновидности юридическое лиц — коммерческие и некоммерческие организации и их признаки. Хозяйственные товарищества и общества: полное товарищество, товарищество на вере, общество с ограниченной ответственностью, общество с дополнительной ответственностью. Преимущества и недостатки товарищества и обществ. Акционерное общество, их виды — открытое и закрытое акционерное общество. Сравнение открытых и закрытых акционерных обществ. Производственный кооператив (артель). Проблема выбора организационно-правовой формы организации бизнеса или деятельности.

В настоящее время существует множество организационно-правовых форм осуществления хозяйственной деятельности, которые представляют собой юридические условия хозяйствования на рынке. Такой широкий спектр организационно-правовых форм позволяет учесть разные возможности и разные потребности привлечения капитала к предпринимательской деятельности, ограничения ответственности в необходимых для каждого конкретного хозяйствующего субъекта пределах. Организационно-правовые формы предприятий определены Гражданским кодексом РФ.

Дадим определение *физического* и *юридического* лица.

Физическое лицо — гражданин, человек, участвующий в экономической деятельности, выступающий в качестве полноправного субъекта этой деятельности

К физическим лицам относят граждан данной страны, иностранных граждан, лиц без гражданства, которые действуют в экономике в качестве самостоятельных фигур, обладают правом

- лично проводить определенные хозяйствственные операции;
- регулировать экономические отношения с другими лицами и организациями;
- вступать в отношения с юридическими лицами.

Физическое лицо действует от собственного имени, не нуждается в создании и регистрации фирмы, предприятия, что необходимо юридическим лицам и вправе заниматься предпринимательской деятельностью без образования юридического лица с момента государственной регистрации в качестве **индивидуального предпринимателя**.

Индивидуальный предприниматель — простейшая форма для начала организации бизнеса и наименее регулируемая форма организации. Индивидуальных предпринимателей больше, чем других форм бизнеса, и многие предприятия, позднее ставшие обществами, начинали как индивидуальные предприниматели.

Достоинство такой формы организации бизнеса в том, что частный предприниматель оставляет себе всю прибыль.

Недостаток этой формы организации заключается в том, что собственник имеет неограниченную ответственность за долги предприятия. Это означает, что кредиторы могут в уплату долгов взять не только активы предприятия, но и личные активы собственника. Также не существует различия между личным доходом и доходом от бизнеса, таким образом, все доходы от бизнеса облагаются налогом как личные доходы.

Срок существования такого бизнеса ограничен сроком жизни его владельца, и что важно, сумма собственного капитала, который может быть получен, ограничен личным благосостоянием собственника. Такие ограничения часто означают, что бизнес не сможет использовать новые возможности из-за недостатка капитала. Право собственности трудно передать, так как это требует продажи всего бизнеса новому владельцу.

- Юридическое лицо** — организация, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество и
- ✓ отвечает по своим обязательствам этим имуществом,
 - ✓ может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права,
 - ✓ нести обязанности,
 - ✓ быть истцом и ответчиком в суде.

Юридическое лицо имеет свое фирменное наименование, устав, юридический адрес, а также печать и расчетный счет в банке. Юридическое лицо проходит государственную регистрацию и заносится в государственный реестр.

К юридическим лицам, в отношении которых их участники имеют обязательственные права, относятся

- хозяйствственные товарищества;
- общества;
- производственные и потребительские кооперативы.

К юридическим лицам, на имущество которых их учредители имеют право собственности или иное вещное право, относятся государственные и муниципальные унитарные предприятия, в том числе дочерние предприятия, а также финансируемые собственником учреждения.

К юридическим лицам, в отношении которых их учредители (участники) не имеют имущественных прав, относятся:

- общественные и религиозные организации (объединения);
- благотворительные и иные фонды;
- объединения юридических лиц (ассоциации и союзы).

На рис. 2.1.1 представлена классификация юридических лиц по признаку цели создания.

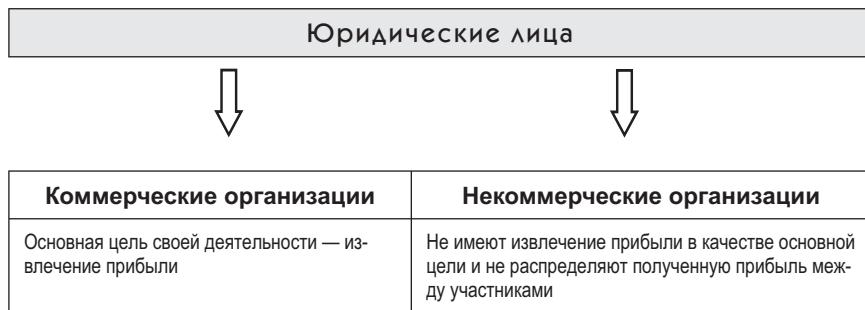


Рис. 2.1.1

Рассмотрим подробнее юридические лица, в отношении которых их участники имеют обязательственные права, — *хозяйственные товарищества; общества; производственные и потребительские кооперативы*.

Хозяйственные товарищества и общества — коммерческие организации с разделенным на доли (вклады) учредителей (участников) уставным (складочным) капиталом.

- ✓ Имущество, созданное за счет вкладов учредителей (участников), а также произведенное и приобретенное хозяйственным товариществом или обществом в процессе его деятельности, принадлежит ему на

праве собственности.

Виды товариществ и обществ приведена в таблице 2.1.1

Таблица 2.1.1

Хозяйственные товарищества и общества			
Полное товарищество	Товарищество на вере (командитное товарищество)	Общество с ограниченной ответственностью	Общество с дополнительной ответственностью

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

Товарищество на вере (командитным товариществом) является 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 (командитистов), которые несут риск убытков, связанных с деятельностью товарищества, в пределах сумм внесенных ими вкладов и не принимают участия в осуществлении товариществом предпринимательской деятельности.

Обществом с ограниченной ответственностью признается учрежденное одним или несколькими лицами общество, уставный капитал которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров; участники общества с ограниченной ответственностью не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов.

В обществе с ограниченной ответственностью один или более полных партнеров будут управлять бизнесом и иметь неограниченную ответственность, но будут еще один или более ограниченных партнеров (вкладчиков), которые не будут активно участвовать в деле. Ответственность ограниченного партнера по долгам предприятия ограничена суммой его вклада в товарищество.

Общество с дополнительной ответственностью — учрежденное одним или несколькими лицами общество, 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. Способ, каким распределяются доходы и расходы товарищества, описан в договоре товарищества.

Преимущества и недостатки товарищества и обществ в основном такие же, как и у индивидуального частного предпринимателя. Основное достоинство состоит в том, что основать товарищества легко и недорого.

Полные партнеры имеют неограниченную ответственность по долгам товарищества. Товарищество прекращает свою работу, когда полный партнер решает продать его или умирает. Передать свою долю в товариществе полному партнеру не так легко, так как должно быть сформировано новое товарищество. Доля ограниченного партнера может быть продана без роспуска товарищества, но поиск потенциального продавца доли может оказаться затруднительным.

Так как партнеры в полном товариществе могут быть признаны ответственными за долги товарищества, то очень важно наличие письменного договора. Неточное определение прав и обязанностей партнеров при организации товарищества в дальнейшем часто ведет к непониманию.

Итак, основные **недостатки товариществ и обществ как форм организации бизнеса**, следующие:

- неограниченная ответственность по долгам бизнеса со стороны владельцев;
- ограниченный период существования предприятия;
- трудности при передаче доли собственности;
- возможности роста такого бизнеса могут быть серьезно ограничены невозможностью привлечь дополнительные денежные средства для инвестиций.

Рассмотрим *акционерные общества*.

Акционерное общество — общество, в котором

- ✓ уставный капитал разделен на определенное число акций;
- ✓ участники не отвечают по его обязательствам ;
- ✓ несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им акций.

Акционерное общество формирует свой капитал посредством выпуска и продажи акций.

Открытое акционерное общество — акционерное 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

Закрытое акционерное общество — акционерное 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.

Учреждение акционерного общества сложнее, чем других форм бизнеса, так как требует тщательной подготовки учредительных документов. Создание акционерного общества связано с регистрацией проспекта эмиссии акций.

В крупных акционерных обществах обычно акционеры и менеджеры — обычно разные группы людей. Акционеры выбирают правление, которое в свою очередь выбирает менеджеров.

В результате разделение собственности и управления акционерная форма имеет ряд преимуществ. Акционеры имеют ограниченную ответственность в рамках своей доли капитала. Кроме того, возможность привлечения дополнительных источников финансирования в акционерном обществе выше. Это могут быть средства от новой эмиссии акций, от выпуска облигаций или привлечения банковских кредитов. Потребность крупных предприятий во внешних инвесторах и кредиторах велика, поэтому акционерная форма является преобладающей для крупного бизнеса.

Сравнение закрытых и открытых акционерных обществ по следующим признакам: состав, роль, участников; формирование уставного капитала; управление; возможность выпускать акции и другим признакам проведено в таблице 2.1.2.

Таблица 2.1.2

Сравнение открытых и закрытых акционерных обществ		
Признаки	Открытые АО	Закрытые АО
1. Состав участников (учредителей)	Граждане и юридические лица	
2. Роль участников (учредителей)	Не требуется непосредственного участия в деятельности общества	
3. Ответственность участников (учредителей)	Несут ответственность в пределах стоимости принадлежащих им акций	
4. Состав учредительных документов	Устав акционерного общества	
5. Уставный капитал	Формируется уставный капитал, УК не может быть меньше 1000-кратного размера минимальной оплаты труда в месяц	Формируется уставный капитал, УК не может быть меньше 100-кратного размера минимальной оплаты труда в месяц
6. Управление юридическим лицом	Высший орган — общее собрание акционеров. При числе акционеров более 50 создается Совет директоров (Наблюдательный совет). Исполнительный орган — коллегиальный (правление, дирекция) или единоличный (директор, ген. директор)	Высший орган — общее собрание акционеров. Исполнительный орган — коллегиальный (правление, дирекция) или единоличный (директор, ген. директор)
7. Возможность выпускать акции	Обязано	
8. Ограничения на участие в товариществе (обществе), в т. ч. количественные	Число акционеров не ограничено. АО может быть создано одним лицом. АО не может иметь в качестве единственного участника другое хозяйственное общество, состоящее из одного лица.	Число акционеров не может быть более 50. АО может быть создано одним лицом. АО не может иметь в качестве единственного участника другое хозяйственное общество, состоящее из одного лица.
9. Выбытие участников (учредителей)	Право выхода в любое время, независимо от согласия других акционеров	Право выхода в любое время, независимо от согласия других акционеров. Однако акции могут быть проданы только ограниченному кругу лиц по решению большинства акционеров

Основными отличиями открытого и закрытого акционерных обществ являются:

- механизм продажи акций в случае выхода из общества;
- ограничение числа участников для закрытого АО;
- размер первоначального уставного капитала.

Главным недостатком акционерной формы является «двойное» налогообложение: уплата налога на прибыль и повторное налогообложение дивидендов, являющихся частью чистой прибыли.

Одной из форм, активно используемой на начальном этапе формирования рынка были *производственные кооперативы*.

Производственный кооператив (артель) — добровольное объединение граждан на основе членства для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности, основано

- ✓ на их личном трудовом и ином участии;
- ✓ на объединении его членами (участниками) имущественных паевых взносов с разделенным на доли (вклады) учредителей (участников) уставным (складочным) капиталом.
- ✓ имущество, созданное за счет вкладов учредителей (участников), а также произведенное и приобретенное хозяйственным товариществом или обществом в процессе его деятельности, принадлежит ему на праве собственности.

В настоящее время производственные кооперативы сохранились в основном в секторах, связанных с добычей и переработкой ресурсов, как минерально-сырьевых, так и биологических.

Выбор организационно-правовой формы ведения бизнеса или некоммерческой деятельности зависит от многих факторов, в частности:

- от масштабности деятельности;
- от интересов участников, в первую очередь как собственников и как менеджеров бизнеса;
- от размера стартового капитала;
- от существующих льгот, и в первую очередь налоговых;
- от квалификации участников и многих других факторов.

В экономической практике наиболее используемыми формами легализации хозяйственной деятельности коренных малочисленных народов являлись разнообразные коммерческие организации, в том числе обще-

ства с ограниченной ответственностью, производственные кооперативы, акционерные общества (в случае приватизации национальных предприятий). Организация предпринимательской деятельности осуществлялась также в форме индивидуального предпринимателя. Использование же форм некоммерческих организаций для правового оформления хозяйственной деятельности было незначительным. Проблемой являлся и является оптимальный выбор формы ведения хозяйства в целях реализации прав коренных малочисленных народов на природные ресурсы. В связи с этим необходимо более подробное рассмотрение некоммерческих организаций.

2.2 Основы деятельности некоммерческих организаций

Некоммерческие организации, их цели и формы. Общественные и религиозные организации. Потребительские кооперативы. Фонды. Некоммерческие партнерства. Учреждения. Автономные некоммерческие организации. Ассоциации и союзы. Виды экономической поддержки некоммерческих организаций. Некоммерческая организация как форма осуществления традиционной хозяйственной деятельности коренных малочисленных народов.

У некоммерческих организаций получение прибыли не является основной целью. Возможные цели некоммерческих организаций приведены в таблице 2.2.1.

Таблица 2.2.1

Цели некоммерческих организаций								
Социальные								
Благотворительные								
Культурные								
Образовательные								
Научные и управленческие								
Охрана здоровья								
Развития физической культуры и спорта								
Удовлетворения духовных и иных нематериальных потребностей граждан								
Заштиты прав и интересов граждан и организаций								
Разрешения споров и конфликтов								
Оказания юридической помощи								

Некоммерческие организации могут создаваться в следующих **формах**:

- общественных или религиозных организаций (объединений);
- потребительских кооперативов;
- социальных, благотворительных и иных фондов;
- некоммерческих партнерств;
- учреждений;

- автономных некоммерческих организаций;
- ассоциаций и союзов;
- а также в других формах, предусмотренных федеральными законами.

Дадим краткое представление об этих правовых формах некоммерческих организаций.

Общественные и религиозные организации (объединения)

— добровольные объединения граждан, в установленном законом порядке объединившихся на основе общности их интересов для удовлетворения духовных или иных нематериальных интересов.

Общественные и религиозные организации (объединения) вправе осуществлять предпринимательскую деятельность, соответствующую целям, для достижения которых они созданы.

Потребительский кооператив — добровольное объединение граждан и юридических лиц на основе членства с целью удовлетворения материальных и иных потребностей участников, осуществляемое путем объединения его членами имущественных паевых взносов.

Доходы, полученные **потребительским кооперативом** от предпринимательской деятельности, осуществляющей кооперативом в соответствии с законом и уставом, распределяются между его членами.

Фонды — не имеющая членства некоммерческая организация, учрежденная гражданами и (или) юридическими лицами на основе добровольных имущественных взносов, преследующая социальные, благотворительные, культурные, образовательные или иные общественно полезные цели.

- ✓ имущество, переданное фонду его учредителями (учредителем), является собственностью фонда
- ✓ учредители не отвечают по обязательствам созданного ими фонда, а фонд не отвечает по обязательствам своих учредителей.

Для осуществления предпринимательской деятельности **фонды** вправе создавать хозяйственные общества или участвовать в них. Фонд обязан ежегодно публиковать отчеты об использовании своего имущества. В случае ликвидации фонда его имущество, оставшееся после удовлетворения требований кредиторов, направляется на цели, указанные в уставе фонда.

Некоммерческое партнерство — основанная на членстве некоммерческая организация, учрежденная гражданами и (или) юридическими лицами для содействия ее членам в осуществлении деятельности, направленной на достижение поставленных целей;

- ✓ имущество, переданное некоммерческому партнерству его членами, является собственностью партнерства;
- ✓ члены некоммерческого партнерства не отвечают по его обязательствам, а некоммерческое партнерство не отвечает по обязательствам своих членов.

Некоммерческое партнерство также имеет право заниматься предпринимательской деятельностью.

Учреждением является некоммерческая организация, созданная собственником для осуществления управленческих, социально-культурных или иных функций некоммерческого характера и финансируемая полностью или частично этим собственником. Имущество учреждения закрепляется за ним на праве оперативного управления.

Автономная некоммерческая организация — не имеющая членства некоммерческая организация, учрежденная гражданами и (или) юридическими лицами на основе добровольных имущественных взносов в целях предоставления услуг в области образования, здравоохранения, культуры, науки, права, физической культуры и спорта и иных услуг.

Имущество, переданное автономной некоммерческой организации ее учредителями (учредителем), является собственностью автономной некоммерческой организации. Учредители автономной некоммерческой организации не сохраняют прав на имущество, переданное ими в собственность этой организации. Учредители не отвечают по обязательствам созданной ими автономной некоммерческой организации, а она не отвечает по обязательствам своих учредителей.

Коммерческие и некоммерческие организации в целях координации их предпринимательской деятельности, а также представления и защиты общих имущественных интересов могут по договору между собой создавать объединения в форме **ассоциаций или союзов, являющихся некоммерческими организациями**.

Члены ассоциации (союза) сохраняют свою самостоятельность и права юридического лица.

Ассоциация (союз) не отвечает по обязательствам своих членов. Члены ассоциации (союза) несут субсидиарную ответственность по обязательствам этой ассоциации (союза) в размере и в порядке, предусмотренных ее учредительными документами.

Итак, некоммерческие организации могут осуществлять предпринимательскую деятельность лишь постольку, поскольку это служит достижению целей, ради которых она создана. Такой деятельностью признаются:

- приносящее прибыль производство товаров и услуг, отвечающих целям создания некоммерческой организации,
- приобретение и реализация ценных бумаг, имущественных и неимущественных прав,
- участие в хозяйственных обществах и участие в товариществах на вере в качестве вкладчика.

Законодательством Российской Федерации могут устанавливаться ограничения на предпринимательскую деятельность некоммерческих организаций отдельных видов.

Экономическая поддержка некоммерческих организаций органами государственной власти и органами местного самоуправления осуществляется в различных формах, в том числе:

- предоставлении льгот по уплате налогов, таможенных и иных сборов и платежей;
- предоставление иных льгот — полное или частичное освобождение от платы за пользование государственным и муниципальным имуществом;
- размещение среди некоммерческих организаций на конкурсной основе государственных и муниципальных социальных заказов;
- предоставление в соответствии с законом льгот по уплате налогов гражданам и юридическим лицам, оказывающим некоммерческим организациям материальную поддержку.

Традиционные формы хозяйственной деятельности коренных малочисленных народов Российской Федерации: оленеводство, охота, морской зверобойный промысел, рыболовство, собирательство, традиционные формы земледелия и скотоводства, художественные народные промыслы и ремесла являются основой сохранения традиционного образа жизни (ФЗ «О гарантиях прав коренных малочисленных народов Российской Федерации»). На выбор правовой формы осуществления традиционной хозяйственной деятельности влияют те негативные условия деятельности, в которых находится большинство существующих и создаваемых хозяйствующих субъектов коренных малочисленных народов, которые состоят в следующем:

- недостаток собственного капитала и отсутствие доступа к дешевым заемным финансовым ресурсам, выражющееся прежде всего в острой нехватке оборотных средств;

- высокий физический и моральный износ основных фондов, в том числе оборудования, транспорта и технологий;
- нехватка квалифицированных специалистов по всем звеньям производственной цепочки, отсутствие менеджеров с необходимым уровнем знаний и опыта управления;
- несовершенство нормативно-правовой базы использования природных ресурсов;
- сложность разработки, лицензирования, стандартизации и сертификации видов готовой продукции традиционного природопользования
- трудности в получении маркетинговой информации о рынках сбыта, новых технологиях переработки, оборудовании, упаковке и т.п.;
- отсутствие системы специализированной торговли продукцией традиционного природопользования;
- плохая транспортная доступность предприятий, препятствующая дешевой доставке продукции к потребителю и объединению производственной базы географически разрозненных хозяйств;
- нерегламентированная социальная нагрузка на хозяйствующие субъекты, выражаясь в необходимости поддержания объектов социальной инфраструктуры, решения проблем занятости, снабжения, транспортировки, поддержки социально незащищенных слоев населения.

Осуществление традиционной хозяйственной деятельности коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока РФ в форме общин в современных условиях является одной из предпочтительных форм организации деятельности с точки зрения реализации прав, в частности на природные ресурсы. Деятельность общин согласно ФЗ “Об общих принципах организации общин коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока РФ” носит некоммерческий характер, их целями являются:

- защита исконной среды обитания,
- сохранение традиционного образа жизни малочисленных этнических общин.

Те права, которые предоставляются общинам в ФЗ “Об общих принципах организации общин коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока РФ” и организационная структура общин основаны целиком и полностью на нормах ФЗ “О некоммерческих организациях”. В действующем законе ФЗ “О гарантиях прав коренных малочисленных народов Российской Федерации” и других профильных законах РФ, а

также в региональном законодательстве перечислены возможности, которые предоставляются коренным малочисленным народам и их организациям, касающиеся

- использования природных ресурсов, контроля за их использованием,
- участия в использовании бюджетных средств на программы развития коренных малочисленных народов;
- получения помощи от российских и международных организаций.

Эти законные преимущества в начальный период становления хозяйствующих субъектов коренных малочисленных народов могут компенсировать перечисленные выше негативные условия деятельности, в которых находится большинство существующих и создаваемых хозяйствующих субъектов коренных малочисленных народов.

В случае принятия решения об образовании общины коренных малочисленных народов необходимо помнить, во-первых, что уставные задачи общины должны соответствовать принципам в ФЗ “Об общих принципах организации общин коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока РФ”, во-вторых, что при изменении условий или характера деятельности вашего дела за организацией остается право изменения организационно-правовой формы.

Не может быть единой рекомендации для всех хозяйствующих субъектов в сфере традиционного хозяйствования использовать только формы общин. В зависимости от ситуации, этапа развития организации, региона, доходности традиционных видов деятельности, потребности во внешнем финансировании и многих других факторов могут использовать все другие возможные формы, и в том числе индивидуального предпринимателя, общества с ограниченной ответственностью, производственного кооператива, акционерного общества.

Глава 3

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

В этой главе:

3.1	Основные фонды	39
3.2	Оборотные средства	45
3.3	Персонал организации	51
3.4	Затраты	58
3.5	Прибыль	65

3.1 Основные фонды

Средства производства. Основные фонды и оборотные средства. Производственные и непроизводственные фонды. Классификация основных производственных фондов. Структура основных фондов Виды оценки основных фондов. Износ, виды износа. Амортизация, амортизационные отчисления, норма амортизационных отчислений. Способы начисления амортизационных отчислений. Амортизационный фонд. Роль амортизационных отчислений как источника инвестиций.

Основу экономики составляют экономические ресурсы, в том числе материальные ресурсы, обслуживающие производственную и непроизводственную сферу. Составной частью процесса производства являются *средства производства*.

Средства производства —

- ✓ средства труда (машины, оборудование, здания, транспортные средства);
- ✓ предметы труда (сырье, материалы, полуфабрикаты, топливо)

Выраженные в стоимостной форме средства производства являются **производственными фондами предприятий**, которые в свою очередь делятся на основные фонды и оборотные средства (рис. 3.1.1).

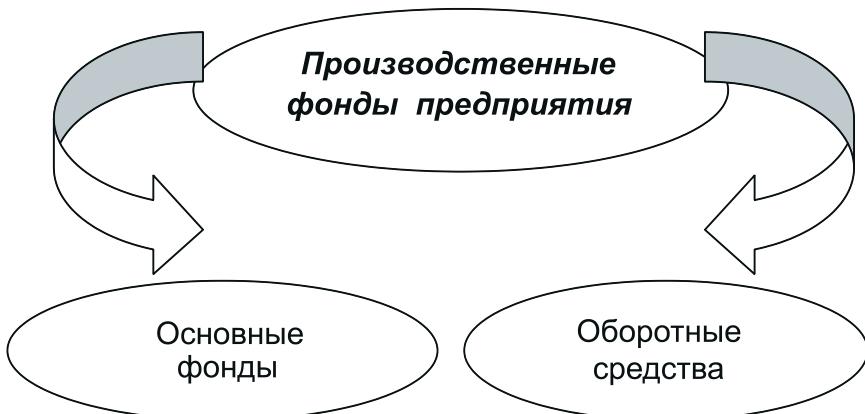


Рис. 3.1.1.

Основные фонды — произведенные активы, используемые неоднократно или постоянно в течение длительного периода, но не менее одного года, для производства товаров, оказания рыночных и нерыночных услуг.

Основные фонды состоят из материальных и нематериальных основных фондов.

Материальные основные фонды (основные средства) включают здания, сооружения, машины и оборудование, измерительные и регулирующие приборы и устройства, жилища, вычислительную технику и оргтехнику, транспортные средства, инструмент, производственный и хозяйственный инвентарь, рабочий, продуктивный и племенной скот, многолетние насаждения и прочие виды материальных основных фондов.

Нематериальные основные фонды (нематериальные активы) включают компьютерное программное обеспечение, базы данных, оригинальные произведения развлекательного жанра, литературы или искусства, наукоемкие промышленные технологии, прочие нематериальные основные фонды, являющиеся объектами интеллектуальной собственности, использование которых ограничено установленными на них правами владения.

Кроме того, основные фонды делятся на две группы:

- ❖ основные производственные фонды
- ❖ непроизводственные основные фонды

Основные производственные фонды — средства труда, участвующие в процессе производства длительное время и сохраняющие при этом свою материально — вещественную форму. Стоимость *основных производственных фондов* переносится на готовую продукцию частями, по мере утраты потребительской стоимости.

Элементы основных фондов в процессе производства выполняют различные функции, что обусловлено различием их технологического участия в процессе производства. Одни из них (машины, оборудование) непосредственно воздействуют на предмет труда, другие (здания, сооружения) создают условия, необходимые для нормального процесса производства.

Соответственно этому участию основные фонды условно делят на две части:

- активную;
- пассивную.

Наряду с производственными существуют **непроизводственные основные фонды** — имущество социального назначения, которые включают: жилые дома, детские и спортивные учреждения, столовые, базы отдыха и другие объекты культурно-бытового обслуживания трудящихся, наход-

дящиеся на балансе предприятий и не оказывающие прямого воздействия на производственный процесс.

Для организации первичного учета и статистической отчетности, анализа состава и анализа деятельности основных фондов проводится классификация их в зависимости от целевого назначения по натурально-вещественным признакам. Существует Общероссийский классификатор основных фондов (ОКОФ в ред. Изменения 1/98), утвержденный Госстандартом РФ 14.04.98. Классификация эта обширна, поэтому мы для примера ограничимся только отдельными элементами классификации основных производственных фондов, которая приведена в таблице 3.1.1.

Таблица 3.1.1.

Классификация основных производственных фондов в зависимости от целевого назначения и выполняемых функций		
	Группа	Состав
1	Здания	Здания цехов
		Гаражи
		Конструкторские бюро
		Здания управления
2	Сооружения	Водонапорные башни на отдельных фундаментах Дороги для всех видов внутрифирменного транспорта
3	Передаточные устройства	Внутрифирменные и внутрипромышленные нефте- и газопроводы
		Водораспределительные устройства
		Сооружения электропередачи и связи
		Канализационные сооружения
4	Машины и оборудование	Силовые, и рабочие машины
		Оборудование
		Измерительные и регулирующие приборы и устройства
		Лабораторное оборудование
		Вычислительная техника
		И другие
5	Транспортные средства (все средства передвижения)	Автомобильный транспорт
		Железнодорожный транспорт
		Водный транспорт и др.
6	Инструмент, производственный и хозяйственный инвентарь, принадлежности	Механизированные и ручные инструменты всех видов
		Режущие, давящие, ударные, а так же всевозможные приспособления
		Верстаки, контейнеры, инвентарная тара и пр.

Структура основных производственных фондов — соотношение между отдельными группами и частями характеризует их, имеющая важное значение в организации производства.

Важными характеристиками основных фондов являются их денежная оценка. Виды денежной оценки представлены на рис. 3.1.2.



Рис. 3.1.2.

Первоначальная стоимость основных фондов определяется затратами общественного труда в момент их создания (затраты на изготовление или приобретение основных фондов, на их транспортировку, монтаж и другие затраты, связанные с вводом фондов в действие).

Оценка по первоначальной стоимости не позволяет получить точные данные о динамике основных фондов, а так же определить степень их изношенности. Однако с помощью этой оценки можно установить размер производственных затрат на создание основных фондов. Кроме того, оценка по первоначальной стоимости является основой определения величины амортизационных отчислений.

Наиболее точно отражает физический объем основных фондов **восстановительная стоимость**. Оценка по восстановительной стоимости позволяет выразить в единых сопоставимых ценах стоимость основных фондов, произведенных в разное время и числящихся на балансах предприятий.

Для оценки основных фондов в единых ценах требуется периодическая всеобщая (по единой методике и по всем отраслям) переоценка.

Первоначальная стоимость за вычетом износа называется **остаточной стоимостью** основных средств. Оценка по остаточной стоимости ис-

пользуется при разработке планов воспроизводства основных фондов с целью их обновления.

Восстановительная стоимость за минусом износа называется **остаточной восстановительной стоимостью**. Степень износа (в процентах) каждого отдельного объекта после переоценки должна оставаться равной его степени износа до первой оценки по данным бухгалтерского учета.

По мере использования и утраты основными фондами своей потребительской стоимости происходит их износ. Различают физический (материальный) и моральный износ.

Физический износ бывает двух видов:

- **износ первого вида** происходит во время работы, в результате него основные фонды полностью утрачивают свою потребительскую стоимость (свои первоначальные качества);
- **износ второго вида** возникает под воздействием сил природы (коррозия металлических частей и конструкций, гниение деревянных частей, выветривание).

Под **моральным износом** основных производственных фондов понимается их несоответствие современному уровню техники, снижение технико-экономической целесообразности их эксплуатации.

В течение срока службы по мере использования основных фондов и утраты ими своей потребительской стоимости происходит перенос стоимости на готовый продукт. Денежное возмещение износа основных фондов производится путем *амortизации*.

Амортизация — процесс возмещения износа основных фондов, происходящий в обычных условиях их функционирования путем перенесения утраченной ими стоимости на готовый продукт.

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

Денежным выражением размера амортизации являются амортизационные отчисления, соответствующие степени износа основных фондов. Величина амортизационных отчислений определяется на основе *норм амортизации*.

Норма амортизации — размер амортизационных отчислений, выраженный в процентах от балансовой стоимости соответствующих основных фондов.

С 1 января 1988 года амортизационные отчисления производятся только на полное восстановление, исходя из годовой нормы амортизации.

Амортизация объекта основных средств производится одним из следующих способов начисления амортизационных отчислений по группам однородных объектов:

- линейный способ;
- способ уменьшаемого остатка;
- способ списания стоимости по сумме числа лет полезного использования;
- способ списания стоимости пропорционально объему продукции (работ).

Наиболее простым и часто используемым в хозяйственной практике является линейный способ начисления амортизации.

Амортизационный фонд — это денежный фонд, используемый для возобновления изношенных средств труда, формирование которого происходит после реализации товара.

В условиях высокой инфляции амортизационные отчисления как источник инвестиций в большинстве отраслей утратили свое значение. Амортизационные фонды не формируются, так как перед предприятиями стоит проблема краткосрочного выживания. Соответственно проблема обновления основных фондов и его финансовых источников остается актуальнейшей и остройнейшей.

3.2 Оборотные средства

Оборотные средства и их классификация. Оборотные производственные фонды. Запасы. Модели управления запасами. Фонды обращения.

Дебиторская задолженность и проблемы управления ею. Оборотный капитал. Оборотные активы. Обирачиваемость оборотных средств.

Операционный цикл. Период оборота запасов. Период обращения дебиторской задолженности.

Для осуществления производственного процесса хозяйствующие субъекты нуждаются не только в основных фондах, но и в оборотных средствах.

Оборотные средства — оборотные производственные фонды и фонды обращения, выраженные в денежной форме.

Состав оборотных средств представлен на рис. 3.2.1.



Рис. 3.2.1

Оборотные средства совершают кругооборот в производстве и обращении, принимая последовательно форму то *оборотных производственных фондов*, то *фондов обращения*.

Оборотные производственные фонды — часть средств производства, целиком потребляемая в течение производственного цикла, обслуживающая процесс производства и включающая

- ✓ запасы сырья, топлива, полуфабрикатов;
- ✓ незавершенное производство;
- ✓ расходы будущих периодов.

Оборотные производственные фонды целиком потребляются в одном производственном цикле, полностью переносят свою стоимость на произведенный продукт и требуют постоянного воспроизведения в натуральной форме.

Запасы представляют способ резервирования ресурсов для обеспечения бесперебойности производства и обращения, снижения опасности возникновения простоев. Запасы в виде сырья, материалов, топлива, полуфабрикатов, не используемые в данный момент в производстве, хранятся на складах или в других местах и предназначены для последующего использования. Существуют проблемы управления запасами, разработаны разнообразные модели такого управления.

Модели управления запасами включают следующие:

- способ ABC;
- модель экономически обоснованных потребностей;
- модели управления запасами с зависимым спросом.

Сущность способа ABC — разделение всех запасов на три (A, B, C) или более категорий и управление ими с такой точки зрения, что сравнительно малая по количеству группа может представлять значительную по стоимости долю запасов (рис. 3.2.2.) Поэтому эту группу необходимо более тщательно контролировать и поддерживать на низком уровне. Например, такая ситуация возникает, если в производстве используются дорогостоящие высокотехнологические компоненты наряду с другими относительно дешевыми материалами.

Модель экономически обоснованных потребностей — такая модель пополнения запасов, при которой затраты, связанные с наличием запасов минимизируются (рис. 3.2.3).

Модели управления запасами с зависимым спросом — модели управления такими запасами, спрос на которые зависит от потребностей в других видах сырья и включают две разновидности:

- модель планирования потребности в материалах (ПММ);
- модель поставки в момент сборки (ПМС).

ПММ представляет собой набор процедур, используемых для управления сырьем. ПМС — система управления запасами, которая минимизирует уже имеющиеся в распоряжении запасы.



Распределение запасов разных категорий по стоимости



Распределение запасов разных категорий по объему

Рис. 3.2.2

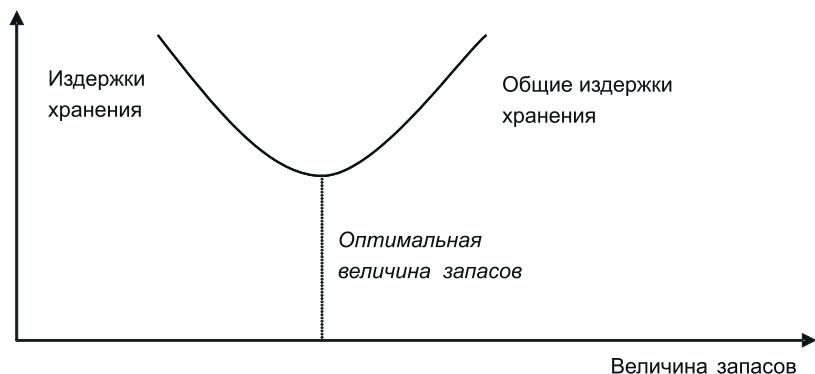


Рис. 3.2.3

Сущность и области применения всех вышеперечисленных моделей является предметом финансового менеджмента.

Вторым важнейшим элементом оборотных средств являются *фонды обращения*.

Фонды обращения — часть средств производства, обслуживающая процесс обращения и включающая

- ✓ нереализованную готовую продукцию;
- ✓ дебиторскую задолженность;
- ✓ денежную наличность;
- ✓ легко реализуемые ценные бумаги.

Дебиторской задолженностью называется сумма долгов, причитающихся предприятию, фирме, компании со стороны других предприятий, фирм, а также граждан, являющихся их должниками (дебиторами).

То, что является дебиторской задолженностью для одного предприятия, является для другого предприятия-контрагента — товарным кредитом.

Проблемы управления дебиторской задолженностью на предприятия — одни из самых важных и включают следующие элементы:

- разработку условий продажи продукции;
- определение вероятности того, будет ли получены средства по дебиторской задолженности;
- мероприятия по возврату дебиторской задолженности.

Условия продажи продукции слагаются из трех основных компонентов:

- период времени, в течение которой должна быть погашена дебиторская задолженность;
- определение скидки или наценки в зависимости от времени погашения дебиторской задолженности;
- механизмы страхования от непогашения дебиторской задолженности (залог, вексель или другие способы).

Денежная наличность включает в себя:

- остатки денежных средств на расчетном, валютном, текущих счетах;
- остатки наличных денежных средств в кассе предприятия.

Легко реализуемые ценные бумаги включают в себя акции, облигации, векселя, которые можно быстро превратить в деньги, то есть высоколиквидные финансовые активы. В случае необходимости они могут восполнить недостаток оборотного капитала на предприятии.

Кроме понятия оборотных средств широко используется понятие *оборотного капитала*.

Оборотный капитал — наиболее подвижная часть капитала предприятия, которая в отличие от основного капитала является более ликвидной, легко трансформируемой в денежные средства.

Оборотный капитал представляет собой стоимостное выражение оборотных средств предприятия. С точки зрения бухгалтерского баланса наличие собственного оборотного капитала представляет собой превышение текущих активов компании над ее краткосрочными обязательствами.

Понятие оборотного капитала связано с принятием решений о краткосрочном финансировании. Управление оборотным капиталом является частью краткосрочного финансового управления.

Оборотные средства предприятий, фирм, отражаемые в активе их бухгалтерского баланса называются **оборотными активами**.

Минимальная сумма оборотных средств, необходимых предприятию, фирме для создания или поддержания переходящих товарно-материальных запасов, обеспечивающих бесперебойную работу предприятия называется **нормативом оборотных средств**.

Основной характеристикой оборотных средств является их *оборачиваемость*.

Оборачиваемость оборотных средств — показатель, характеризующий скорость движения оборотных средств предприятия, компании, равный времени, в течение которого эти оборотные средства осуществляют полный оборот; измеряется также числом оборотов, осуществляемых оборотными средствами в течение одного года или за другой расчетный период.

Кроме общего показателя оборачиваемости важнейшими показателями оборотных средств являются:

- операционный цикл;
- период оборота запасов;
- период обращения дебиторской задолженности.

Операционный цикл — период времени между приобретением материалов и получением денег от денег дебиторов. Длительность оборотного цикла определяется суммированием периода оборота запасов и периода погашения дебиторской задолженности (рис. 3.2.4).

Период оборота запасов — время, необходимое для закупки, переработки и продажи запасов.

Время от момента продажи продукции до полного погашения дебиторской задолженности называется **периодом обращения дебиторской задолженности**.

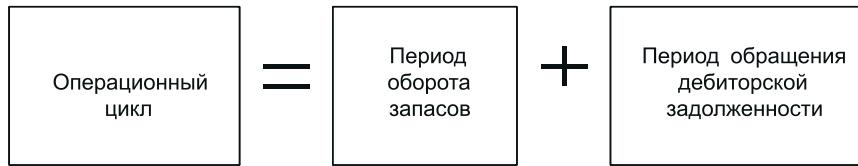


Рис. 3.2.4

Длительность операционного цикла зависит от многих факторов, в том числе от отраслевой принадлежности, общего состояния рынка, ритмичности поставок, договорной дисциплины и других. Чем длиннее операционный цикл, тем требуется больший объем финансирования. Чем короче операционный цикл, тем меньше предприятие финансирует запасы и дебиторскую задолженность, то есть тем выше потенциальная доходность предприятия.

Определение операционного цикла и мероприятия по управлению им является предметом финансового менеджмента.

3.3 Персонал организации

Трудовые ресурсы. Персонал. Классификация персонала. Штат. Штатное расписание. Трудовой контракт. Заработка плата. Минимальная заработка плата. Тарифная система. Квалификационный разряд. Формы и системы оплаты труда. Сдельная заработка плата. Повременная заработка плата. Фонд оплаты труда.

Различают понятия “трудовые ресурсы” и “персонал” предприятия.

Трудовые ресурсы — экономически активное, трудоспособное население, обладающая необходимым физическим развитием, знаниями и практическим опытом для участия в трудовой деятельности.

К *трудовым ресурсам* относят как занятых, так и потенциальных работников.

Персонал (кадры) — состав учреждения, предприятия, фирмы или часть этого состава, выделенная по признаку характера выполняемой работы.

Персонал предприятия делятся на две группы:

- промышленно-производственный персонал, занятый производством и его обслуживанием;
- непромышленный персонал, занятый в основном в социальной сфере деятельности предприятия.

По характеру выполняемых функций промышленно-производственный персонал (ППП) подразделяется на четыре категории (см. рис. 3.3.1):

- рабочих;
- руководителей;
- специалистов;
- технических исполнителей (служащих).

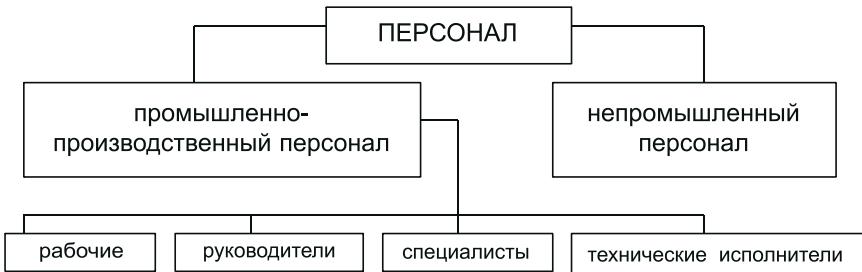


Рис. 3.3.1

Рабочие — это работники, непосредственно занятые производством продукции (услуг), ремонтом, перемещением грузов и т.п. К ним также относятся уборщицы, дворники, гардеробщики, охранники. В зависимости от характера участия в производственном процессе рабочие, в свою очередь, делятся на основных (производящих продукцию) и вспомогательных (обслуживающих технологический процесс).

Руководители — работники, занимающие должности руководителей предприятий и их структурных подразделений (функциональных служб), а также их заместители.

Специалисты — работники, выполняющие инженерно-технические, экономические и другие функции. К ним относятся инженеры, экономисты, бухгалтеры, социологи, юрисконсульты, нормировщики, техники и др.

Технические исполнители (служащие) — работники, осуществляющие подготовку и оформление документов, хозяйственное обслуживание (делопроизводители, секретари-машинисты, табельщики, чертежники, копировщицы, архивариусы, агенты и др.).

Соотношение работников по категориям характеризует структуру трудовых ресурсов предприятия. В зависимости от характера трудовой деятельности персонал предприятия подразделяют по

- профессиям;
- специальностям;
- уровню квалификации.

Профессия — определенный вид деятельности (занятий) человека, обусловленный совокупностью знаний и трудовых навыков, приобретенных в результате специального обучения.

Специальность — вид деятельности в рамках той или иной профессии, который имеет специфические особенности и требует от работников дополнительных специальных знаний и навыков.

Квалификация — степень и вид профессиональной подготовки работника, наличие у него знаний, умения и навыков, необходимых для выполнения работы или функций определенной сложности, которая отображается в квалификационных (тарифных) разрядах и категориях.

Существует общероссийский классификатор профессий рабочих, должностей служащих и тарифных разрядов (ОКПДТР), введенным в действие Постановлением № 367 Госстандарта России с 1 января 1996 года.

Для характеристики трудового потенциала предприятия используется ряд показателей. Количественная характеристика персонала измеряется в первую очередь такими показателями, как списочная, явочная и среднесписочная численность работников.

Списочная численность — это количество работников списочного состава на определенную дату с учетом принятых и выбывших за этот день работников. **Явочная численность** включает лишь работников, явившихся на работу. Для определения численности работников за определенный период используется показатель среднесписочной численности.

Среднесписочная численность работников за месяц определяется как частное от деления суммы всех списочных данных за каждый день на календарное число дней в месяце. При этом в выходные и праздничные дни показывается списочная численность работников за предыдущую дату. Среднесписочная численность работников за год определяется путем суммирования среднемесячной численности работников за все месяцы работы предприятия в году и деления полученной суммы на 12.

Штат — постоянный состав сотрудников, работников учреждения, организации, фирмы, предприятия

Утвержденный перечень численного состава работников предприятия, учреждения с указанием их количества, должностей, должностных окладов, особенностей оплаты называется **штатным расписанием**.

Правовые основы взаимоотношений сотрудника и организации оформляются *трудовым договором* (контрактом) в соответствии с ТК РФ.

Трудовой контракт — договор, заключаемый между нанимателем и наемным работником в письменной форме на определенный срок или на время выполнения конкретной работы (подряд).

Права, обязанности и ответственность сторон, условия оплаты и организация труда устанавливаются самостоятельно сторонами соглашения. В контракте могут быть предусмотрены разнообразные льготы для создания дополнительных стимулов к труду. При истечении срока действия контракта он автоматически продлевается на неопределенный срок, если ни одна из сторон не потребовала прекращения трудовых отношений.

Трудовые споры — разногласия между работниками и администрацией предприятий по вопросам, связанным с оплатой труда, условиями труда, продолжительностью отпуска, наймом на работу увольнением с работы.

Одним из базовых условий трудового договора является *заработка плата*.

Заработка плата — денежное вознаграждение за труд; часть стоимости созданного трудом продукта, дохода от его продажи, выдаваемая работнику предприятием, учреждением, в котором он работает, или другим нанимателем.

Величина заработной платы может устанавливаться разными способами:

- в виде должностного оклада;
- по тарифной сетке (ставке);
- в соответствии с контрактом.

Заработка плата не может быть ниже уровня установленной законом минимальной зарплаты. Верхний предел заработка платы в условиях экономики рыночного типа обычно не ограничивается.

Минимальная заработка плата — официально устанавливаемый государством минимальный уровень оплаты труда на предприятиях любой формы собственности в виде наименьшей месячной ставки или почасовой оплаты. Значение минимальной заработной платы не всегда привязано к величине прожиточного минимума. Оно определяется в каждый период времени финансовыми возможностями государства, периодически изменяется. Используется для исчисления размеров государственных налогов, платежей, штрафов.

Совокупность нормативно-установленных ставок, тарифных коэффициентов, в соответствии с которыми устанавливается и изменяется уровень заработной платы работников, оплачиваемых по тарифам называется **тарифной системой**. Нормативные ставки устанавливаются в зависимости от профессии, стажа работы, квалификации, образования, условий труда.

Квалификационный разряд — показатель в виде порядкового номера (первый разряд, второй...), определяющий уровень квалификации работника и влияющий на его заработную плату. Устанавливается квалификационной аттестационной комиссией.

Формы оплаты труда включают следующие:

- сдельную;
- повременную.

Сдельная форма оплаты труда — форма оплаты труда, в основе которой лежит принцип зависимости величины заработной платы от количества произведенной продукции.

При *сдельной* форме оплаты труда заработка плата определяется умножением объема произведенной продукции часов на сдельная расценка за единицу данной продукции (рис. 3.3.2)

Условиями применения сдельной заработной платы являются:

- наличие способа измерения работ;
- точный учет объема выполненных работ, исключающий возможность завышения фактического объема;
- обеспечение контроля за качеством выполненной работы.

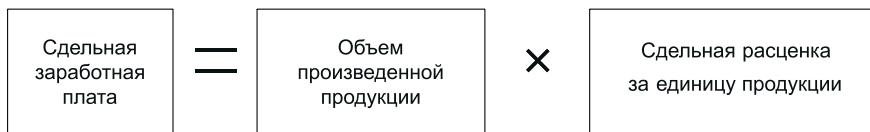


Рис. 3.3.2

В рамках сдельной формы оплаты труда имеются следующие системы оплаты труда, представленные в таблице 3.3.1.

Повременная форма заработной платы предусматривает оплату труда в зависимости от затраченного времени и уровня квалификации. Она применяется там, где экономически нецелесообразно детально нормировать и учитывать труд, где выработка определяется принятым технологическим режимом и главным является высокое качество продукции.

Таблица 3.3.1

Системы сдельной оплаты труда	
Индивидуальная сдельная	Заработка плата определяется количеством изготовленной продукции и расценкой за единицу ее, исходя из тарифной ставки, соответствующей разряду работы, и из нормы времени или нормы выработки. Индивидуальная сдельная система оплаты труда применяется при детальном разделении труда, когда определенную операцию выполняет один рабочий. ❖ Эта система проста, эффективна, понятна.
Сдельно-прогрессивная	Предусматривает оплату изготовленной продукции в пределах норм по прямым сдельным расценкам, а оплату продукции сверх норм — по повышенным расценкам. Степень повышения регламентируется специальной шкалой, в которой показывается процент увеличения основной расценки в зависимости от перевыполнения. ❖ Система применяется редко и на непродолжительное время на узких участках основного производства при условии увеличения выпуска продукции
Сдельно-премиальная	Заработка складывается из оплаты по прямым сдельным расценкам и премии за выполнение качественных и количественных показателей. Размер премии зависит либо от основного заработка за расчетный период, либо от величины достигнутой экономии.
Косвенная сдельная	Применяется для стимулирования производительности труда рабочих, непосредственно не занятых выпуском продукции, но своим трудом влияющих на результаты труда обслуживаемых ими основных рабочих. По этой системе может оплачиваться труд наладчиков станков, рабочих, занятых на внутризаводском транспорте и обслуживании оборудования.. Для получения косвенной расценки дневная тарифная ставка рабочего, оплачиваемого по косвенной сдельной системе, делится на установленную ему норму обслуживания или норму дневной выработки обслуживаемых рабочих.
Аккордная	Рабочему или группе заранее указывается общая сумма заработной платы за обусловленный объем продукции. Размер аккордной оплаты зависит от действующих на предприятии норм и расценок на данные работы. Заработка между отдельными исполнителями распределяется, как и при сдельной оплате.

Повременная оплата труда — форма оплаты труда, в основе которой лежит принцип зависимости величины заработной платы от количества рабочего времени, отработанных часов.

Повременная заработная плата определяется умножением количества отработанных часов на часовую тарифную ставку оплаты труда, установленную для данной категории работников (рис. 3.3.3).

Повременная оплата подразделяется на два вида:

- простую повременную;
- повременно-премиальную.

При **простой повременной форме** оплачивается отработанное время с учетом уровня квалификации. Специалисты и служащие получают должностной оклад, а рабочий — тарифную ставку.



Рис. 3.3.3

При **повременно-премиальной системе** работник к окладу и тарифной заработной плате может получить премию за достижение определенных количественных и качественных показателей. Эта система материально заинтересовывает в повышении количества и качества труда.

Фонд оплаты труда — суммарные денежные средства предприятия, организации, израсходованные в течение определенного периода времени на заработную плату, премиальные выплаты, доплаты работникам.

3.4 Затраты

Сущность и виды денежных затрат организации. Текущие затраты. Затраты инвестиционного характера. Классификации затрат на производство и реализацию продукции. Себестоимость и ее элементы. Калькуляция себестоимости продукции. Прямые и накладные затраты. Постоянные и переменные затраты.

Для оценки результатов деятельности хозяйствующих субъектов необходимо определение их *затрат*.

Затраты — выраженные в денежной форме расходы хозяйствующих субъектов

- ✓ на производство и реализацию продукцию;
- ✓ для достижения непроизводственных целей.

В связи с этим все затраты делятся на две группы: затраты на производство и реализацию продукции и затраты непроизводственного назначения, обслуживающие социально-культурные нужды хозяйствующего субъекта (рис. 3.4.1). Ко второй группе в частности относятся:

- расходы на осуществление спортивных мероприятий, отдыха, развлечений и т.д.
- перечисление средств, связанных с благотворительной деятельностью.

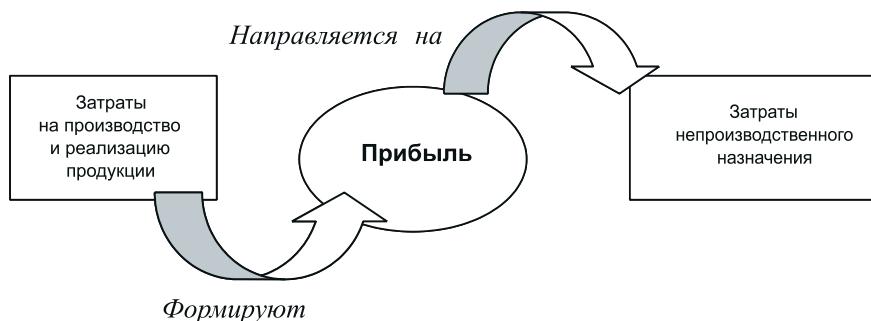


Рис. 3.4.1.

Затраты первого рода приносят прибыль предприятию, вторые же покрываются из прибыли.

По характеру участия в процессе производства затраты на производство и реализацию продукции подразделяются на:

- текущие затраты;
- затраты инвестиционного характера.

К затратам инвестиционного характера относятся:

- ❖ расходы в связи с приобретением внеоборотных активов(основных фондов, нематериальных активов);
- ❖ вклады в уставные (складочные) капиталы других организаций;
- ❖ приобретение акций акционерных обществ и иных ценных бумаг не с целью перепродажи.

Текущие затраты включают в себя:

- затраты на производство;
- затраты на реализацию продукции.

В зарубежной литературе текущие затраты чаще называются издержками, которые делят на издержки производства и издержки обращения.

В российской литературе и практике под текущими издержками понимают *себестоимость* продукции.

Себестоимость продукции — стоимостная оценка используемых в процессе производства и реализации продукции

- ✓ природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии;
- ✓ основных фондов;
- ✓ трудовых ресурсов;
- ✓ а также других затрат.

Существует много **классификаций затрат**, но наиболее важными являются:

- классификация по учетному признаку (по элементам);
- классификация для целей калькулирования;
- классификация по зависимости затрат от объема производимой продукции.

Базовой является **классификация затрат по учетному признаку**, которая делит затраты на пять основных групп: материальные затраты, за-

траты на оплату труда, отчисления на социальные нужды, амортизацию основных фондов и прочие затраты (табл. 3.4.1).

Таблица 3.4.1

Классификация затрат, образующих себестоимость продукции, по элементам		
	Группа затрат	Состав
1	Материальные затраты	Сырье, материалы, топливо, электроэнергия
		Запасные части для ремонта оборудования
		Инвентарь, приборы, лабораторное оборудование и другие средства труда, не относимые к основным фондам
		Комплектующие изделия и полуфабрикаты
		Работы и услуги производственного характера
		Платежи за природные ресурсы
2	Затраты на оплату труда	Затраты на оплату труда основного производственного персонала предприятия
		Премии рабочим и служащим за производственные результаты
		Стимулирующие и компенсирующие выплаты
3	Отчисления на социальные нужды	Обязательные отчисления органам государственного социального страхования, Пенсионного фонда, государственного фонда занятости и медицинского страхования
4	Амортизация основных фондов	Сумма амортизационных отчислений основных производственных фондов
5	Прочие затраты	Налоги, сборы, платежи (включая по обязательным видам страхования), экологические налоги
		Затраты на оплату процентов по полученным кредитам
		Затраты на командировки, представительские расходы, рекламу
		Расходы на административно-управленческий персонал
		Плата за аренду объектов основных производственных фондов
		Лизинговые платежи
		Амортизация по нематериальным активам
		Другие затраты

Наиболее обширной по составу и разнообразной по содержанию является группа «Прочие затраты», в которой есть затраты, имеющие двойной источник погашения, то есть в пределах норматива они включаются в себестоимость и учитываются при формировании налогооблагаемой прибыли, а свыше этих нормативов выплачиваются из чистой прибыли предприятия. В настоящее время предусмотрено сокращение этого списка расходов, в частности, по расходам на добровольное страхование, командировочные расходы (кроме суточных). Кроме того, изменен порядок исчисления ограничения при отнесении на расходы процентов по кредитам банков, которые являются лимитируемыми расходами.

Для определения средних затрат производства и установления себестоимости продукции осуществляется *калькуляция себестоимости*.

Калькуляция себестоимости — расчет себестоимости на производство и реализацию единицы изделия или партии изделий или на осуществление работ и услуг.

Калькуляция может быть прогнозной, плановой, отчетной. Состав статей калькуляции различен в разных отраслях и строго не регламентируется.

Для целей калькулирования затраты делятся на две основные группы: прямые и накладные (косвенные) затраты (рис. 3.4.2).

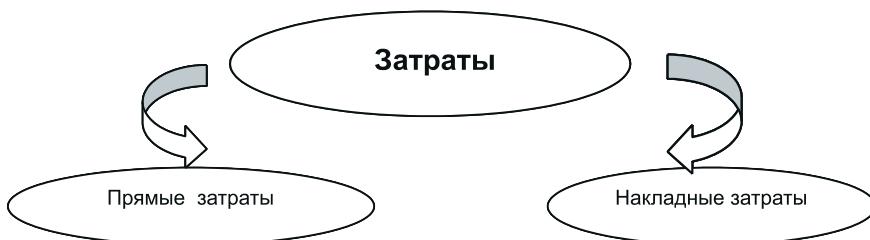


Рис.3.4.2.

Прямые затраты — затраты, непосредственно связанные с производством данного вида продукции, включаемые в себестоимость продукции.

Накладные затраты — затраты, сопутствующие основному производству, связанные в целом с ним, а не с конкретным видом продукции. Например, это затраты на содержание и эксплуатацию основных средств, на управление, организацию, обслуживание производства, на командировки, обучение работников и так называемые непроизводительные расходы (потери от простоев, порчи материальных ценностей и др.).

Накладные расходы включаются в себестоимость конкретной продукции пропорционально элементу прямых затрат или их сумме.

Затраты в зависимости от объема производимой продукции делятся на:

- переменные затраты;
- постоянные затраты.

Переменные затраты — затраты, непосредственно связанные с объемом производства, изменяющиеся в зависимости от объема

На рис. 3.4.3 представлена зависимость переменных затрат от объема производства.



Рис. 3.4.3

К переменным затратам относятся затраты на материалы, сырье, полуфабрикаты, топливо, электроэнергию, сдельная оплата труда работников и другие.

Постоянные затраты — расходы предприятия, не зависящие непосредственным образом от объема производимой продукции, которые не могут быть в течение короткого периода времени ни увеличены, ни уменьшены с целью роста или сокращения выпуска продукции.

К постоянным затратам обычно относят амортизацию, расходы на содержание зданий, долгосрочную аренду помещений, оплату расходов по содержанию административно-управленческого персонала, проценты по кредитам.

Строго говоря, абсолютной зависимости в делении на постоянные и переменные затраты нет, поэтому оно иногда условно. В связи с чем выделяют также условно-постоянные затраты, которые слабо зависят от объема производимой продукции.

Полные затраты включают суммирование переменных и постоянных затрат (рис. 3.4.4).

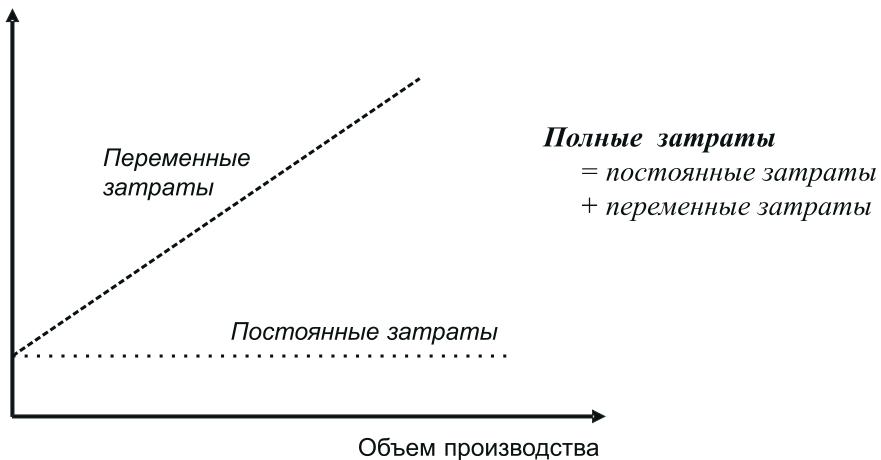


Рис. 3.4.4

Управление затратами является предметом финансового менеджмента и имеет своей целью определение точки безубыточности.

Приведем общую схему классификации затрат по разным признакам (табл. 3.4.2).

Таблица 3.4.2

Классификации затрат на производство и реализацию продукции

	Цель или признак классификации	Группы затрат
1	Учетный признак	<ul style="list-style-type: none">● Материальные затраты● Затраты на оплату труда● Отчисления на социальные нужды● Амортизация основных фондов● Прочие затраты
2	Для целей калькулирования	<ul style="list-style-type: none">○ Прямые затраты○ Накладные затраты
3	Зависимость от объема продукции	<ul style="list-style-type: none">■ Переменные затраты■ Постоянные затраты

Итак, затраты на производство и реализацию продукции являются основой исчисления прибыли как основного финансового результата деятельности предприятия.

3.5 Прибыль

Прибыль. Виды прибыли — валовая прибыль. Прибыль от реализации продукции. Прибыль до налогообложения. Чистая прибыль. Доходы и расходы. Поступления, не являющиеся доходами. Затраты, не являющиеся расходами. Состав доходов и расходов: от обычных видов деятельности; прочие — операционные, внереализационные, чрезвычайные. Особенности включения доходов-расходов в доходы от обычной деятельности или в операционные доходы. Алгоритм определение прибыли.

Прибыль — важнейший финансовый результат хозяйственной деятельности предприятий и предпринимателей. В самом общем виде под прибылью понимают превышение доходов над расходами, приводящее к увеличению материальных и денежных ресурсов. Если расходы превышают доходы, то образуется убыток.

В российской практике различают следующие виды прибыли:

- валовую прибыль;
- прибыль от продаж;
- прибыль до налогообложения;
- чистую прибыль.

Общие принципы формирования прибыли изложены в основных нормативных документах:

1. Налоговом Кодексе РФ;
2. приказе Минфина РФ от 06.05.99г. №33н “Об утверждении положения по бухгалтерскому учету “Расходы организаций” ПБУ 10/99;
3. приказе Минфина РФ от 06.05.99г. №32н “Об утверждении положения по бухгалтерскому учету “Доходы организаций” ПБУ 9/99.

Все доходы и расходы организации в зависимости от характера, условия получения и направлений деятельности на:

- доходы и расходы от обычных видов деятельности;
- прочие доходы и расходы, включающие в свою очередь:
 - операционные доходы и расходы;
 - внереализационные доходы и расходы,
 - чрезвычайные доходы и расходы.

Такая классификация доходов и расходов организации применяется для составления бухгалтерской отчетности, исчисления прибыли и налога на прибыль (рис. 3.5.1).



Рис. 3.5.1

Дадим определение *доходов* и рассмотрим подробно состав доходов от обычной деятельности и прочих расходов.

Доходы организации — увеличение экономических выгод в результате

- ✓ поступления активов (денежных средств, иного имущества) и (или)
- ✓ погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала этой организации,
 - за исключением вкладов участников (собственников имущества).

Виды доходов от обычных видов деятельности приведены в табл. 3.5.1.

К доходам от обычных видов деятельности , как правило, в первую очередь относятся те доходы предприятия которые связаны с той деятельностью, которая является целью создания предприятия.

Таблица 3.5.1

Состав доходов от обычных видов деятельности	
1	Выручка
1.1	От продажи продукции и товаров
1.2.	От выполнения работ и оказания услуг
2	Поступления
2.1	Плата за временное пользование активами (арен-дная плата)
2.2	Плата за предоставление прав интеллектуальной собственности
2.3	Поступления от участия в уставных капиталах других организаций (в том числе проценты и другие доходы)

Доходы и расходы предприятий, связанные с предоставлением активов (имущества) в аренду, участием в уставных капиталах других организаций могут учитываться как в составе доходов и расходов от обычных видов деятельности, так и в составе операционных доходов и расходов, в зависимости от того, являются ли они предметом деятельности предприятия (рис. 3.5.2).



Рис. 3.5.2.

Дадим комментарии по составу **операционных доходов** (табл. 3.5.2).

Таблица 3.5.2

Состав прочих доходов		
1	Операционные доходы	
1.1	Плата за временное пользование активами (арендная плата)	Если поступления не являются основной деятельностью для организации
1.2	Плата за предоставление прав интеллектуальной собственности	
1.3	Поступления от участия в уставных капиталах других организаций (в том числе проценты и другие доходы)	
1.4	Прибыль от совместной деятельности	
1.5	Поступления от продажи основных средств и иных активов, отличных от денежных средств (кроме иностранной валюты), продукции, товаров	
1.6	Проценты от предоставления денежных средств в пользование	
1.7	Проценты за использование банком средств организации, находящихся на банковском счете организации	
2	Внереализационные доходы	
2.1	Штрафы, пени, неустойки и другие санкции за нарушение условий договоров	
2.2	Активы, полученные безвозмездно (в том числе по договору дарения)	
2.3	Поступления в возмещение причиненных организации убытков	
2.4	Прибыль прошлых лет, выявленная в отчетном году	
2.5	Кредиторская и депонентская задолженность, по которой истек срок исковой давности	
2.6	Курсовые разницы	
2.7	Сумма дооценки активов (за исключением внеоборотных активов)	
2.8	Прочие внереализационные доходы	
3	Чрезвычайные доходы	
3.1	Страховое возмещение	
3.2	Стоимость материальных ценностей, оставшихся от списания непригодных к использованию активов	

Если плата за временное пользование активами организации; за предоставление прав, возникающих из патентов за изобретения, промышленные образцы и другие виды интеллектуальной собственности; поступления от участия в уставных капиталах других организаций не связаны с предметом деятельности организации, то они включаются в состав операционных расходов.

К поступлениям от продажи основных средств и иных активов, отличных от денежных средств (кроме иностранной валюты), продукции, товаров относится выручка от реализации основных средств и прочих активов, т.е. суммы, причитающиеся организации за проданное имущество.

В состав операционных доходов также включаются проценты от предоставления денежных средств в пользование и за использование банком

средств организации, находящихся на счете организации.

Дадим комментарии по отдельным направлениям доходов.

Неустойкой (штрафом, пени) признается определенная законом или договором денежная сумма, которую должник обязан уплатить кредитору в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательства, в частности в случае просрочки исполнения (ст. 330 ГК РФ). Неустойки, штрафы, пени за нарушение условий договоров принимаются к учету в суммах, присужденных судом или признанных должником.

Активы, полученные безвозмездно, принимаются к учету по рыночной стоимости, которая определяется организацией на основе действующих на дату принятия к учету цен на данный или аналогичный вид активов. Данные о ценах должны быть подтверждены документально или проведением экспертизы.

Поступления в возмещение причиненных организаций убытков принимаются к учету в суммах, присужденных судом или признанных должником, в том отчетном периоде, когда было принято решение об их взыскании или они признаны должником.

В случае установления в ходе проверки годового бухгалтерского отчета занижения доходов или финансовых результатов, прибыль прошлых лет отражается в отчетном году.

Суммы кредиторской и депонентской задолженности, по которой истек срок исковой давности (3 года согласно ст.196 ГК РФ), списываются по каждому обязательству на основании инвентаризации, письменного обоснования и приказа руководителя и относятся на финансовые результаты.

В состав **внереализационных доходов** включаются положительные курсовые разницы. Суммы дооценки активов (за исключением внеоборотных активов) определяются в соответствии с правилами, установленными для проведения переоценки активов, отражаются в том отчетном периоде, к которому относится дата переоценки.

В прочие реализационные доходы включаются доходы

- полученные на содержание законсервированных производственных мощностей;
- по суммам, списанным в прошлые годы в убыток как безнадежные к получению;

- при зачислении на баланс имущества, оказавшегося в излишке по результатам инвентаризации и т. д.

Чрезвычайными доходами считаются поступления, возникающие как последствия чрезвычайных обстоятельств: стихийных бедствий, пожара, аварии, национализации и т.п. Они включают страховое возмещение, стоимость материальных ценностей, оставшихся от списания непригодных к восстановлению и дальнейшему использованию активов.

По требованию п.18.1 ПБУ 9/99 выручка, операционные и внереализационные доходы, составляющие 5 и более процентов от общей суммы доходов организации за отчетный период, показываются по каждому виду в отдельности.

Рассмотрим формирование *расходов* организации.

Расходы организации — уменьшение экономических выгод в результате

- ✓ выбытия активов (денежных средств, иного имущества) и (или)
- ✓ возникновения обязательств

Признаками расхода являются уменьшение экономических выгод, приводящее к уменьшению капитала и уменьшение произошедшего в результате выбытия активов или возникновения обязательств.

В зависимости от характера и условий осуществления деятельности организации расходы делятся на:

- расходы от обычных видов деятельности;
- прочие расходы, которые включают операционные, внереализационные и чрезвычайные.

Состав затрат, исключаемых из состава расходов, приведен на рис. 3.5.3.

Расходы в связи с приобретением внеоборотных активов не учитываются как текущие затраты. Вклады в уставные (складочные) капиталы других организаций, приобретение акций акционерных обществ и иных ценных бумаг не с целью перепродажи носит инвестиционный характер и не включаются в состав расходов, признаваемых при уменьшении экономических выгод (ст. 39 ГК РФ). Перечисление средств, связанных с благотворительной деятельностью, расходы на осуществление спортивных мероприятий, отдыха, развлечений и т.п. производятся за счет прибыли.



Рис.3.5.3

В таблице 3.5.4. представлен состав расходов по обычным видам деятельности. Это расходы прежде всего связаны с производством продукции, реализацией товаров, выполнением работ и оказанием услуг. При формировании расходов по обычным видам деятельности необходимо обеспечить их группировку по элементам: материальные затраты; затраты на оплату труда; отчисления на социальные нужды; амортизация; прочие затраты.

Расходы от обычных видов деятельности принимаются к учету в сумме, исчисленной в денежном выражении, которая равна величине оплаты в денежной и иной форме или величине кредиторской задолженности, если она связана с этими расходами непосредственно.

Величина оплаты или кредиторской задолженности определяется исходя из цены и условий договора. Если цена не была предусмотрена в договоре и ее нельзя установить из условий договора, то организация определяет цену, по которой она определяет расходы в отношении аналогичных материально-производственных запасов и иных ценностей, работ, услуг и т. п.

Таблица 3.5.4

Состав расходов от обычных видов деятельности		
1	Материальные затраты	
1.1	Расходы по приобретению сырья, материалов, товаров и иных материально-производственных запасов	
1.2	Расходы, возникающие в процессе переработки (доработки) материально-производственных запасов для целей производства и продажи	
2	Затраты по оплату труда	
3	Отчисления на социальные нужды	
4	Амортизация основных средств, нематериальных и иных амортизуемых активов	
5	Расходы по содержанию и эксплуатации основных средств и иных внеоборотных активов и по поддержанию их в исправном состоянии	
6	Коммерческие расходы	
7	Управленческие расходы	
8	Другие расходы	
8.1	Расходы по предоставлению во временное пользование активов организации	Если расходы связаны с предметом деятельности организации
8.2	Расходы по предоставлению прав, возникающих из патентов за изобретения, промышленные образцы и другие виды интеллектуальной собственности	
8.3	Расходы, возникающие от участия в уставных капиталах других организаций	

При оплате приобретаемых материально-производственных запасов и иных ценностей, работ, услуг на условиях коммерческого кредита, расходы принимаются к учету в полной сумме кредиторской задолженности.

Расходы по обычным видам деятельности подлежат списанию в размерах, фактически оплаченных поставщиком.

Для того чтобы определить финансовый результат от обычных видов деятельности, необходимо определить себестоимость проданной продукции, товаров, работ, услуг, являющихся обычными видами деятельности, для чего учесть переходящие расходы, которые имеют отношение к полученным доходам от обычных видов деятельности.

Например, затраты по незавершенному производству на начало текущего отчетного периода включаются в расходы от обычных видов деятельности в отчетном периоде, и, наоборот, незавершенное производство на конец отчетного периода исключается из расходов от обычных видов деятельности. Или если оплата по аренде произведена за 3 месяца вперед, то в расходы (в случае аренды основных производственных фондов) может быть включена арендная плата, приходящаяся на данный отчетный период.

Состав прочих расходов представлен в таблице 3.5.5.

Таблица 3.5.5

Состав прочих расходов	
1.	Операционные расходы
1.1	Расходы по предоставлению во временное пользование активов организации
1.2	Расходы по предоставлению прав, возникающих из патентов за изобретения, промышленные образцы и другие виды интеллектуальной собственности
1.3	Расходы, возникающие от участия в уставных капиталах других организаций
1.4	Расходы, связанные с продажей, выбытием, прочим списанием основных средств и иных активов, отличных от денежных средств (кроме иностранной валюты), продукции, товаров
1.5	Проценты, уплачиваемые за предоставление денежных средств в пользование
1.6	Расходы по оплате услуг , оказываемых кредитными организациями
1.7	Прочие операционные расходы
2	Внереализационные расходы
2.1	Штрафы, пени, неустойки и другие санкции за нарушение условий договоров
2.2	Причиненные организацией убытки
2.3	Убытки прошлых лет, признанные в отчетном году
2.4	Дебиторская задолженность, по которой истек срок исковой давности, другие долги, нереальные для взыскания
2.5	Курсовые разницы
2.6	Сумма уценки активов (за исключением внеоборотных активов)
2.7	Прочие внереализационные расходы
3	Чрезвычайные расходы
3.1	Расходы, связанные со стихийными бедствиями, пожарами, авариями и пр.
3.2	Расходы, связанные с последствиями национализации

Способ классификации операционных, внереализационных и чрезвычайных доходов симметричен соответствующим расходам.

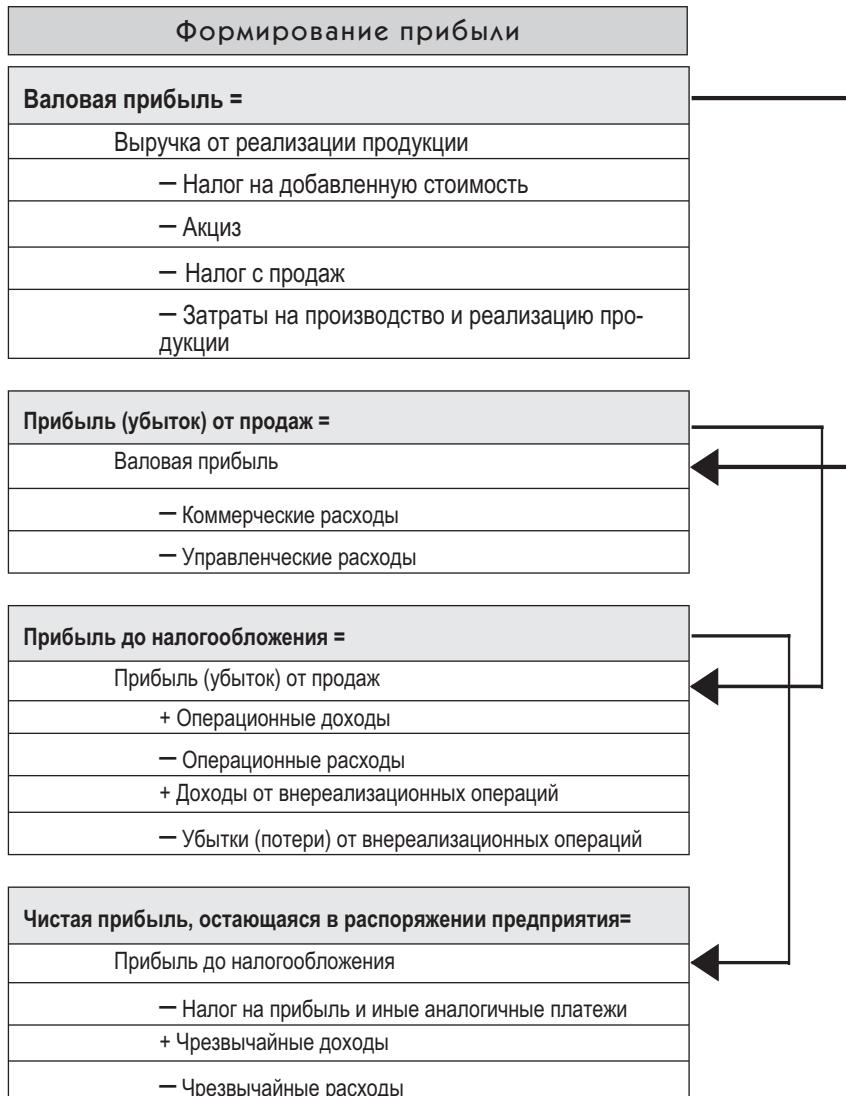
Для списания признанных доходов и убытков необходимы выполнение следующих условий:

- расход производится в соответствии с конкретным договором, требованием законодательных и нормативных актов, обычаями делового оборота;
- сумма расхода может быть определена;
- имеется уверенность в том, что в результате операции произойдет уменьшение экономических выгод организации.

В случае, когда в отношении любых расходов не выполнено одно из этих условий, то в учете признается дебиторская задолженность, а не расходы.

Итак, итогом является формирование прибыли, алгоритм представлен в таблице 3.5.6.

Таблица 3.5.6



В результате этих расчетов организация определяет валовую прибыль; прибыль от продаж; прибыль до налогообложения; чистую прибыль.

Глава 4

ФИНАНСОВЫЕ ОСНОВЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

В этой главе:

4.1	Финансы организации	76
4.2	Банковское обслуживание и кредитование организаций	85
4.3	Бухгалтерский учет организации	95

4.1 Финансы организации

Финансы. Денежные фонды — уставный, добавочный, резервный, фонды потребления и накопления. Финансовые ресурсы. Собственные и привлеченные ресурсы. Принципы организации финансов. Финансовый механизм предприятия. Финансовые методы. Финансовые инструменты. Понятие о финансовых рисках.

В процессе предпринимательской и некоммерческой деятельности у организаций возникают хозяйствственные связи со своими контрагентами: поставщиками и покупателями, партнерами по совместной деятельности, объединениями и ассоциациями, финансовой и кредитной системой. В результате возникают финансовые отношения, связанные с организацией производства и реализацией продукции, выполнением работ, оказанием услуг, формированием финансовых ресурсов, осуществлением инвестиционной деятельности.

Материальной основой финансовых отношений выступают деньги, необходимым условием их возникновения является реальное движение денежных средств, в процессе которого создаются и используются централизованные и децентрализованные фонды денежных средств.

Финансы — финансовые или денежные отношения, возникающие в процессе формирования основного и оборотного капитала, фондов денежных средств предприятия и их распределения и использования.

Состав фондов организации представлен на рис. 4.1.1. Формирование денежных фондов предприятия начинается с момента его организации. Предприятие в соответствии с законодательством создает уставный капитал.

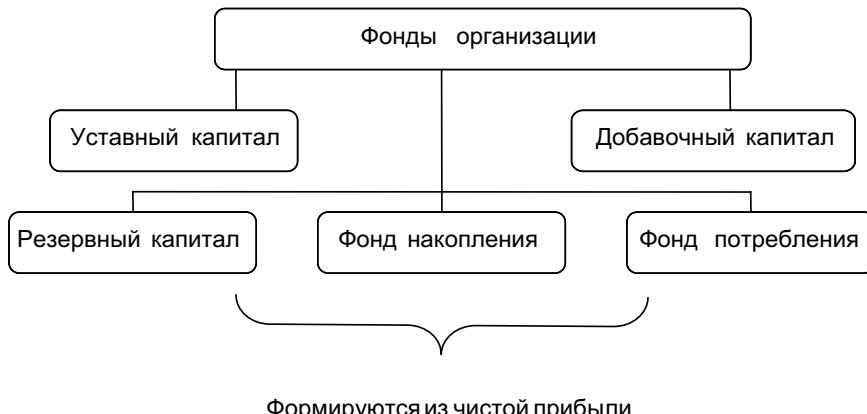


Рис. 4.1.1

Уставный капитал — основной первоначальный источник собственных средств предприятия. Из уставного капитала формируется основной и оборотный капитал, которые в свою очередь направляются на приобретение основных производственных фондов, нематериальных активов, оборотных средств.

К числу денежных фондов предприятия относится добавочный капитал. Он создается за счет:

- прироста стоимости имущества в результате переоценки основных фондов;
- эмиссионного дохода (превышение продажной цены акций над номинальной);
- безвозмездно полученных денежных и материальных ценностей на производственные цели.

Добавочный капитал может быть использован на погашение сумм снижения стоимости имущества, выявившихся по результатам его переоценки, на погашение убытков, возникших в результате безвозмездной передачи имущества другим предприятиям и лицам, на увеличение уставного капитала, на погашение убытка, выявленного по результатам работы предприятия за отчетный год.

Результатом предпринимательской деятельности предприятия могут быть:

- доходы от реализации произведенного товара;
- доходы от выполненных работ и оказанных услуг;
- доходы от предоставления в пользование имущества.

Эти доходы выступают в форме выручки от реализации. Выручка является прежде всего источником возмещения затрат на производство, продвижение на рынок и реализацию товаров (работ, услуг). Сюда также включается часть затрат по осуществлению экономической деятельности, непосредственно не связанной с производством и (или) реализацией продукции, но связанных с извлечением прибыли. Эти затраты в соответствии с законодательством также относятся на себестоимость продукции.

Результатом хозяйственной деятельности предприятия является прибыль. После налоговых выплат образуется прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия, из которой формируются: резервный капитал и другие аналогичные резервы, а также фонд накопления и фонд потребления.

Резервный капитал — денежный фонд предприятия, который образуется в соответствии с законодательством Российской Федерации и учредительными документами. Источником его формирования являются отчисления от прибыли, остающейся в распоряжении предприятия. Он предназначен для покрытия убытков отчетного года, выплаты дивидендов при отсутствии или недостаточности прибыли отчетного года для этих целей. Наличие резервного фонда является важнейшим условием обеспечения устойчивого финансового состояния предприятия. К числу резервных фондов денежных средств относятся также резервы под обесценение вложений в ценные бумаги, выкупной фонд, отложенный фонд и др., создаваемые в акционерных обществах для погашения облигаций и выкупа акций.

Фонд накопления — денежные средства, предназначенные для развития производства. Использование этих средств связано как с развитием основного производства в целях увеличения имущества предприятия, так и с финансовыми вложениями для извлечения прибыли.

Фонд потребления — денежные средства, направляемые на социальные нужды, финансирование объектов непроизводственной сферы, единовременное поощрение, выплаты компенсационного характера и другие аналогичные цели.

Финансовые ресурсы организации — это совокупность собственных денежных доходов и поступлений извне (привлеченные и заемные средства), предназначенные для выполнения финансовых обязательств предприятия, финансирования текущих затрат и затрат, связанных с расширением производства.

Капитал — часть *финансовых ресурсов*, вложенных в производство и приносящих доход по завершении оборота. Другими словами, капитал выступает как превращенная форма финансовых ресурсов.

Финансовые ресурсы предприятия по своему происхождению разделяются на собственные (внутренние) и привлеченные на разных условиях (внешние) (рис. 4.1.2).

Собственные финансовые ресурсы включают в себя уставный капитал, прибыль и амортизационные отчисления.

Прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия, распределяется решением руководящих органов на цели накопления и потребления. Прибыль, направляемая на накопление, используется на развитие производства и способствует росту имущества предприятия. Прибыль, направляемая на потребление, используется для решения социальных задач.

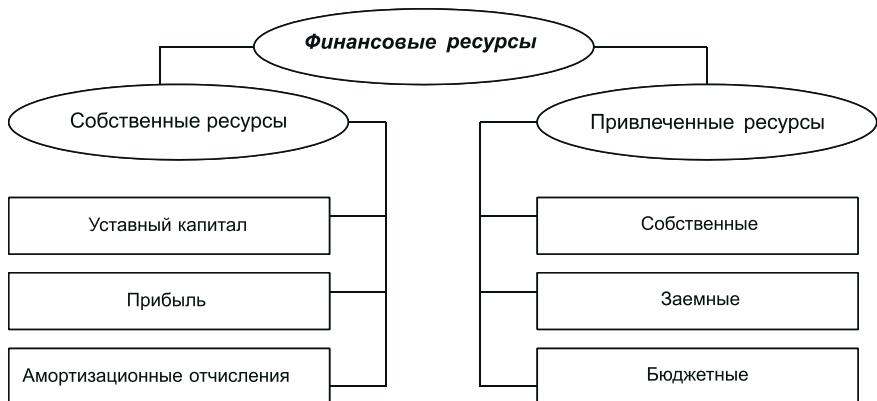


Рис. 4.1.2

Амортизационные отчисления представляют собой денежное выражение стоимости износа основных производственных фондов и нематериальных активов. Они имеют двойственный характер, так как включаются в себестоимость продукции и в составе выручки от реализации продукции возвращаются на расчетный счет предприятия, становясь внутренним источником финансирования как простого, так и расширенного воспроизводства.

Привлеченные, или внешние, источники формирования финансовых ресурсов можно также разделить на собственные, заемные и бюджетные ассигнования. Это деление обусловлено формой вложения капитала.

Если внешние инвесторы вкладывают денежные средства в качестве предпринимательского капитала, то результатом такого вложения средств является образование привлеченных собственных финансовых ресурсов. Например, дополнительный выпуск акций.

Заемные ресурсы представляют собой ссудный капитал, который передается предприятию во временное пользование на условиях платности и возвратности в виде кредитов банков, выданных на разные сроки, средств других предприятий в виде векселей, облигационных займов.

Бюджетные ресурсы могут использоваться как на безвозвратной, так и на возвратной основе. Как правило, они выделяются для финансирования государственных заказов, отдельных инвестиционных программ или в качестве краткосрочной государственной поддержки предприятий, производство продукции которых имеет общегосударственное значение.

Финансовые ресурсы используются предприятием в процессе производственной и инвестиционной деятельности. Они находятся в постоянном движении и пребывают в денежной форме лишь в виде остатков денежных средств на расчетном счете в банке и в кассе предприятия.

Предприятие, заботясь о своей финансовой устойчивости и стабильном месте в рыночном хозяйстве, распределяет свои финансовые ресурсы по видам деятельности и во времени. Углубление этих процессов приводит к усложнению финансовой работы, использованию в практике специальных финансовых инструментов.

Организация финансов предприятия строится на определенных принципах, которые представлены в таблице 4.1.1.

Таблица 4.1.1

Принципы организации финансов
Хозяйственная самостоятельность
Самофинансирование
Материальная ответственность
Заинтересованности в результатах деятельности
Формирование финансовых резервов.

Принцип хозяйственной самостоятельности предполагает, что предприятие самостоятельно независимо от организационно-правовой формы хозяйствования определяет свою экономическую деятельность, направления вложений денежных средств в целях извлечения прибыли. В рыночной экономике существенно расширились права предприятий, коммерческой деятельности, инвестиций как краткосрочного, так и долгосрочного характера. Рынок стимулирует предприятия к поиску все новых и новых сфер приложения капитала, созданию гибких производств, соответствующих потребительскому спросу. Однако о полной хозяйственной самостоятельности говорить нельзя. Государство определяет отдельные стороны деятельности предприятий, например амортизационную политику. Так, законодательно регламентируются взаимоотношения предприятий с бюджетами разных уровней, внебюджетными фондами.

Принцип самофинансирования означает полную окупаемость затрат на производство и реализацию продукции, инвестирование в развитие производства за счет собственных денежных средств и при необходимости банковских и коммерческих кредитов. Реализация этого принципа — одно из основных условий предпринимательской деятельности, обеспечивающее конкурентоспособность предприятия. В развитых рыноч-

ных странах на предприятиях с высоким уровнем самофинансирования удельный вес собственных средств достигает 70% и более.

К основным собственным источникам финансирования предприятий в Российской Федерации относятся: амортизационные отчисления, прибыль, отчисления в ремонтный фонд. Но общий объем денежных средств предприятий недостаточен для осуществления серьезных инвестиционных программ. В настоящее время не все предприятия и организации способны полностью реализовать этот принцип. Предприятия и организации ряда отраслей народного хозяйства, выпуская продукцию и оказывая услуги, необходимые потребителю, по объективным причинам не могут обеспечить их достаточную рентабельность. К ним относятся отдельные предприятия городского пассажирского транспорта, жилищно-коммунального хозяйства, сельского хозяйства, оборонной промышленности, добывающих отраслей. Такие предприятия получают ассигнования из бюджета на разных условиях.

Принцип материальной ответственности означает наличие определенной системы ответственности за ведение и результаты хозяйственной деятельности. Финансовые методы реализации этого принципа различны для отдельных предприятий, их руководителей и работников предприятия. В соответствии с российским законодательством предприятия, нарушающие договорные обязательства (сроки, качество продукции), расчетную дисциплину, допускающие несвоевременный возврат краткосрочных и долгосрочных ссуд, погашение векселей, нарушение налогового законодательства уплачивают пени, неустойки, штрафы. В случае неэффективной деятельности к предприятию может быть применена процедура банкротства. Для руководителей предприятия принцип материальной ответственности реализуется через систему штрафов в случаях нарушения предприятием налогового законодательства. К отдельным работникам предприятия применяется система штрафов, лишение премий, увольнение с работы в случаях нарушения трудовой дисциплины, допущенного брака.

Объективная необходимость **принципа заинтересованности в результатах деятельности** определяется основной целью предпринимательской деятельности — извлечением прибыли. Заинтересованность в результатах хозяйственной деятельности в равной степени присуща работникам предприятия, самому предприятию и государству в целом.

На уровне отдельных работников реализация этого принципа должна быть обеспечена

- достойной оплатой труда за счет фонда оплаты труда и прибыли, направляемой на потребление в виде премий,
- вознаграждений по итогам работы за год,

- выплат за выслугу лет,
- материальной помощи и других стимулирующих выплат.

Для предприятия данный принцип может быть реализован в результате проведения государством оптимальной налоговой политики и соблюдением экономически обоснованных пропорций в распределении чистой прибыли на фонд потребления и фонд накопления. Интересы государства обеспечиваются рентабельной деятельностью предприятий.

Принцип обеспечения финансовых резервов связан с необходимостью формирования финансовых резервов для обеспечения предпринимательской деятельности, которая сопряжена с риском вследствие возможных колебаний рыночной конъюнктуры. В рыночной экономике последствия риска ложатся непосредственно на предпринимателя, который самостоятельно принимает решения, реализует разработанные программы с риском невозврата вложенных денежных средств. Финансовые вложения предприятия также связаны с риском получения недостаточного процента дохода по сравнению с темпами инфляции или более доходными сферами приложения капитала. Наконец, могут иметь место прямые просчеты в разработке производственной программы.

Финансовые резервы могут формироваться предприятиями всех организационно-правовых форм собственности из чистой прибыли, после уплаты налогов и других обязательных платежей в бюджет.

Вместе с тем денежные средства, направляемые в финансовый резерв, целесообразно хранить в ликвидной форме, чтобы они приносили доход и при необходимости могли легко быть превращены в наличный капитал.

Управление финансами предприятия осуществляется с помощью *финансового механизма*.

Финансовый механизм предприятия — это система управления финансами предприятия в целях достижения максимальной прибыли или некоммерческих целей.

Система управления финансами включает в себя: финансовые методы, финансовые инструменты, правовое обеспечение, информационно-методическое обеспечение управления финансами (рис. 4.1.3).

Финансовыми методами являются финансовое планирование, финансовый учет, финансовый анализ, финансовое регулирование, финансовый контроль.



Рис. 4.1.3.

Финансовый инструмент — любой контракт, из которого возникает финансовый актив для одного предприятия и финансовое обязательство или инструмент капитального характера (т. е. связанный с участием в капитале) — для другого.

Финансовые инструменты включают в себя как первичные инструменты, такие как дебиторская и кредиторская задолженность, а также *акции*, *облигации* так и производные инструменты, такие как финансовые опционы, фьючерсы и форварды, процентные и валютные свопы.

Акция — долевая ценная бумага, выпускаемые акционерными обществами без Акция удостоверяет внесение ее владельцем доли в акционерный капитал (уставный фонд) общества.

Акция дает следующие права: — на получение части прибыли в виде дивидендов; на продажу на рынке ценных бумаг; на участие в управлении акционерным обществом; имущественное право.

Облигация — долговая ценная бумага. Облигация подтверждает, что ее владелец внес денежные средства на приобретение ценной бумаги и тем самым вправе предъявить ее затем к оплате как долговое обязательство.

Организация, выпустившая облигацию, обязана возместить по nominalной стоимости, указанной на облигации. Такое возмещение называют погашением облигации. Кроме выкупа в течение заранее установленного при выпуске облигации срока, эмитент облигации обязан

выплачивать их обладателю фиксированный процент от номинальной стоимости облигации либо доход в виде выигрышей или оплаты купонов к облигации.

Финансовый актив может быть в виде: денежных средств, контрактного права на получение денежных средств или другого финансового актива от другого предприятия, контрактного права обмена на финансовый инструмент с другим предприятием, инструментом капитального характера другого предприятия.

Финансовое обязательство — это любое обязательство, которое является контрактным: передать денежные средства или иной финансовый актив; обменять финансовые инструменты с другим предприятием на потенциально неблагоприятных условиях.

Операции с финансовыми инструментами всегда сопровождаются финансовыми рисками, среди которых наиболее важными являются:

- **ценовой риск**, который включает в себя не только потенциальные убытки, но и потенциальную прибыль в связи с изменением цен;
- **валютный риск** — риск того, что стоимость финансового инструмента изменится в результате изменения обменного курса иностранной валюты;
- **процентный риск** — это риск того, что стоимость финансового инструмента изменится в результате изменения рыночной процентной ставки.

4.2 Банковское обслуживание и кредитование организаций

Открытие и обслуживание банковских счетов организации. Кредит. Кредитный договор. Порядок кредитования. Формы обеспечения кредита. Нетрадиционные формы кредитования. Лизинг. Некоммерческое кредитование организаций.

Организациям для осуществления своей финансовой деятельности необходимо взаимодействовать с банками. Дадим определение банка.

Банк — финансовая организация, учреждение, производящее разнообразные виды операций с деньгами и ценными бумагами и оказывающее финансовые услуги правительству, предприятиям, гражданам и друг другу.

Банки выпускают, хранят, предоставляют в кредит, покупают и продают, обменивают деньги и ценные бумаги, контролируют движение денежных средств, обращение денег и ценных бумаг, оказывают услуги по платежам и расчетам.

Различают две основные разновидности банков, образующих вместе **двухуровневую банковскую систему**:

- центральный банк — главный государственный банк страны, наделенный особыми правами.

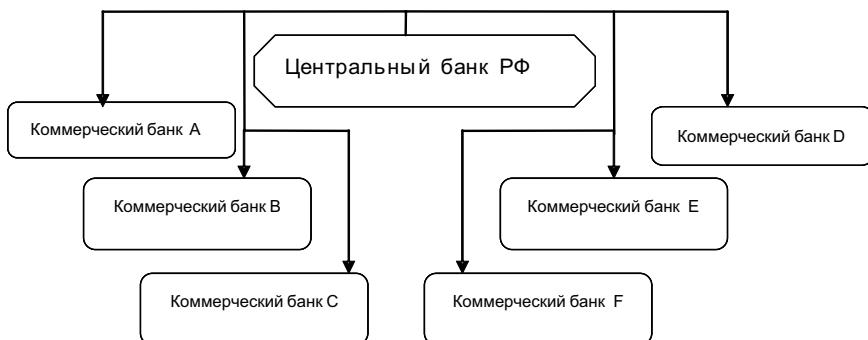


Рис. 4.2.1. Банковская система

Центральный банк РФ призван регулировать денежное обращение в стране, осуществлять денежную эмиссию, регулировать кредит и валютный курс, контролировать деятельность коммерческих банков, хранить резервы и запасы денежных средств и золота. Центральный банк называют “банком банков”;

б) **коммерческие банки** — чаще всего негосударственные банки, выполняющие широкий спектр банковских услуг.

Обслуживание взаимных расчетов организаций, предприятий, компаний, ведение, осуществление таких расчетов через банки и другие финансово-кредитные учреждения называется **расчетно-кассовым обслуживанием организаций**.

Расчет представляет собой совокупность взаимосвязанных элементов, к числу которых относятся способ платежа и соответствующий ему документооборот.

Для проведения расчетов организация открывает *расчетный счет*.

Расчетный счет — счет, открываемый банками юридическим лицам (предприятиям, организациям, учреждениям, фирмам), имеющим самостоятельный баланс, для хранения денежных средств и осуществления расчетов с другими юридическими и физическими лицами.

Оформленные в письменном виде платежные требования или поручения предприятий, компаний, организаций на перечисление денежных средств в безналичном виде для оплаты товаров, работ, услуг или других платежей называются **расчетными документами**.

Расчетные документы, используемые при действующих формах расчетов, принимаются банком к исполнению только при их соответствии стандартизованным требованиям и, следовательно, должны содержать следующие данные:

- наименование расчетного документа, число, месяц, год его выписки;
- наименование плательщика, номер его счета в банке, наименование и номер банка плательщика;
- наименование получателя средств, номер его счета в банке, наименование и номер банка получателя средств;
- назначение платежа (в чеке не указывается);
- сумма платежа (цифрами и прописью).

Первый экземпляр расчетного документа должен быть обязательно подписан должностными лицами, имеющими право распоряжаться счетом в банке и иметь оттиск печати. Списание средств со счета плательщика производится только на основании первого экземпляра расчетного документа.

Расчетные документы принимаются банками к исполнению в течение операционного дня банка. Документы, принятые банком от клиентов в операционное время, проводятся им по балансу в этот же день.

Преимущественная часть расчетных операций должна производиться в безналичной форме. Виды безналичных расчетов представлены в табл. 4.2.1.

Таблица 4.2.1

Виды безналичных расчетов	
Платежное поручение	письменное распоряжение владельца счета банку о перечислении определенной денежной суммы его счета (расчетного, текущего, бюджетного, ссудного) на счет другого предприятия-получателя средств в том же или другом одногороднем или иногороднем учреждении банка
Платежное требование	требование поставщика к покупателю оплатить на основании приложенных к нему отгрузочных и товарных документов стоимость поставленной по договору продукции, выполненных работ, оказанных услуг.
Инкассовое поручение	это банковская операция, посредством которой банк по поручению своего клиента получает причитающиеся ему денежные средства от других организаций и предприятий на основе товарных, расчетных и денежных документов. При инкассовой услуге банк поставщика сам пересыпает платежные требования-поручения в банк плательщика через органы связи спецпочтой.
Аккредитив	поручение банка покупателя банку поставщика об оплате поставщику товаров и услуг на условиях, предусмотренных в аккредитивном заявлении покупателя против предоставленных поставщиком соответствующих документов. Аккредитивная форма расчетов используется только в иногороднем обороте. Аккредитив может быть предназначен для расчетов только с одним поставщиком
Чеки	письменное распоряжение плательщика своему банку уплатить с его счета держателю чека определенную денежную сумму. Различают денежные чеки и расчетные чеки.

Формы расчетов между плательщиком и получателем средств определяются ими самими в хозяйственных договорах (соглашениях).

Взаимные претензии по расчетам между плательщиком и получателем платежа рассматриваются обеими сторонами без участия банковских учреждений. Спорные вопросы решаются в суде, третейском суде и арбитраже.

Претензии к банку, связанные с выполнением расчетно-кассовых операций, направляются клиентами в письменной форме в обслуживающий их банк. Сами банки ведут переписку по этим претензиям между собой при участии РКЦ.

За несвоевременное или неправильное списание средств со счета владельца, а также несвоевременное или неправильное зачисление банком сумм, причитающихся владельцу счета, последний имеет право потребовать от банка уплатить в свою пользу штраф в размере 0,5% от суммы, несвоевременно или неправильно списанной за каждый день задержки.

Наиболее распространенным видом безналичных расчетов являются расчеты платежными поручениями.

При нехватке собственных средств организация обращается в банк за банковской ссудой или кредитом. Дадим общее понятие о займе, его участниках и его банковской разновидности (рис. 4.2.2).

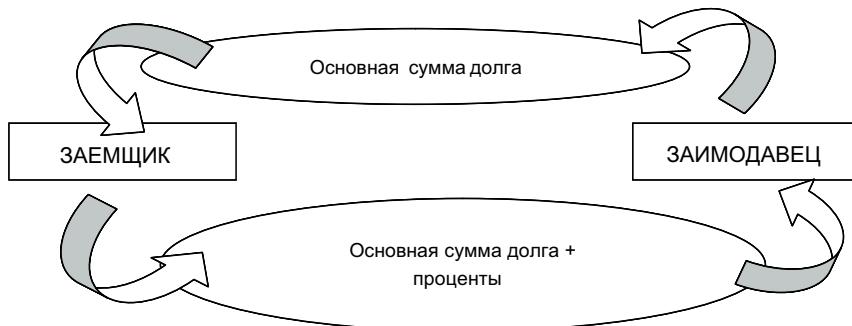


Рис. 4.2.2

Займ — один из видов договора, соглашения между двумя договаривающимися сторонами: заимодавцем и заемщиком. Согласно такому договору заемщик получает от заимодавца в собственность или в оперативное управление деньги либо товары, а через определенный срок обязан вернуть равную сумму денег или товары эквивалентной значимости и ценности. Договор займа, как правило, безвозмездный. Взимание процентов по нему допускается в предусмотренных законом случаях, например по заемным операциям кредитных учреждений, ломбардов.

Заемщик — получатель кредита, займа, принимающий на себя обязательство, гарантирующий возвращение полученных средств, оплату предоставленного кредита.

Заемодавец — лицо, предоставившее заем, приобретающее право на его последующий возврат и получение процентов или на другую форму оплаты.

Кредит — ссуда, выданная на условиях срочности, платности и возвратности.

Получение *кредита* в банке длительный и сложный процесс, который включает ряд этапов (табл. 4.2.2).

Таблица 4.2.2.

Этапы процесса кредитования организации	
1	Представление заявки потенциальным заемщиком, где содержатся исходные сведения о требуемой ссуде, предполагаемом обеспечении
2	Рассмотрение банком заявки
3	Оценка банком кредитоспособности заемщика и риска, связанного с выдачей ссуды
4	Принятие банком решения о целесообразности выдачи кредита и форме его предоставления
5	Заключение кредитного договора и оформление кредитного дела заемщика
6	.Контроль банка над выполнением условий договора и погашения кредита
7	Возврат кредита с процентами и закрытие кредитного дела

Отношения между заемщиком (кредитуемой организацией — клиентом банка) и заимодавцем (кредитором) оформляются *кредитным договором*.

Кредитный договор — это развернутый документ, который подписывают участники кредитной сделки и который содержит подробное описание всех условий предоставления ссуды.

По кредитному договору клиент обязан:

- вернуть в срок полученный кредит;
- уплатить банку проценты за пользование кредитом, не уклоняться от банковского контроля;
- соблюдать целевое назначение полученного кредита;
- предоставить и гарантировать наличие обеспечения по кредитному договору в течение всего срока кредитования, т.е. по день фактического возврата кредита.

За нарушение срока возврата полученного кредита клиент обязан упла-

тить банку повышенные проценты, что также должно быть отмечено в договоре.

Сумма кредита обычно индивидуальна, поскольку определяется финансовыми потребностями и возможностями кредитора и заемщика.

Срок сделки займа-кредитования определяет временные границы пользования ссуженными средствами и расчетов по погашению и оплате ссуды. Конкретные сроки сделок всегда являются результатом компромисса разнонаправленных интересов кредитора и заемщика. Но несмотря на индивидуальный характер каждого договорного соглашения, в банковском деле применяется определенная унификация, результатом которой становятся займы и кредиты на 1-2-3-6-9-12 месяцев. Чем более продолжителен срок ссуды, тем выше риск, тем больше вероятность того, что возникнут непредвиденные трудности и клиент не сможет погасить долг в соответствии с договором.

Процентная ставка по кредиту определяется обеими сторонами самостоятельно и зависит от стоимости кредитных ресурсов, характера ссуды и степени риска, связанного с ней.

Обычно ставки ранжируются в зависимости от кредитоспособности заемщика.

Порядок погашения кредита определяется банком по согласованию с клиентом в зависимости от величины и регулярности получения прибыли, обычно поквартально. Для этого разрабатывается график погашения ссуды

Все необходимые документы, сопровождающие процесс кредитования, формируют кредитное дело заемщика, которое включает:

- Заявление на получение кредита установленного образца.
- Устав, учредительный договор, решение о регистрации предприятия, карточка с образцами подписей, регистрационная карта налоговой инспекции.
- Последний годовой (квартальный) баланс с приложениями.
- Финансовый план прибылей и убытков на предстоящий квартал (копия плана, представляемого в налоговую инспекцию).
- Технико-экономическое обоснование финансовой операции, под которую запрашивается кредит, ожидаемой прибыли от его реализации с подробным расчетом себестоимости (затрат) сделки, увязка прибыли от сделки с результатами работы всего предприятия.
- Копии договоров, контрактов, протоколов о намерении, платеж-

ных документов, подтверждающих реальность сделки, проекта.

- Проект договора о залоге с перечнем имущества, предлагаемого в залог, либо другие документы, обеспечивающие погашение кредита.
- Кредитный договор с обязательной визой юриста.
- Подробное заключение о целесообразности выдачи кредита эксперта работника (начальника кредитного отдела).
- Анкета клиента.
- Срочное обязательство на дату возврата кредита, карточка с образцами подписей, оформленная и заверенная в установленном порядке, разрешение на открытие ссудного счета.

Для банка важно иметь гарантии возврата кредита, для ему необходимо *обеспечение кредита*.

Обеспечение кредита — совокупность условий, обязательств, дающих кредитору основание быть более уверенными в том, что долг будет ему возвращен.

Виды обеспечения кредита представлены на рис. 4.2.3.

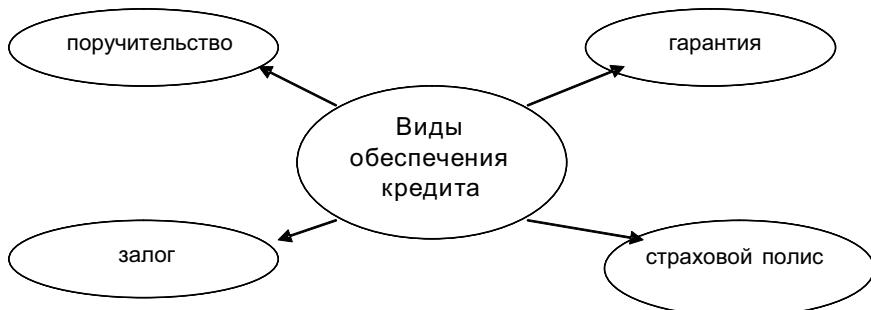


Рис. 4.2.3.

Посредством договора поручительства поручитель берет на себя обязательство перед кредитором (банком) оплатить при необходимости задолженность, признаваемую заемщиком (именно в такой форме поручительство наиболее часто встречается в кредитных операциях). Как показывает практика, это приемлемая форма обеспечения при условии, что поручитель имеет безупречную платежеспособность, не вызывающую сомнений в отношении объема и юридической обоснованности гарантированных им обязательств.

Гарантия — письменное обязательство третьего лица уплатить за ссудо-заемщика определенную сумму при наступлении гарантийного случая. Особенное распространение получила банковская гарантия. Она отличается от поручительства тем, что в рамках гарантийного обязательства банка претензии заемщика к кредитору не учитываются

При обеспечении в виде залога активов, необходимо определить, какие активы считать подходящим залогом при заключении той или иной кредитной сделки и как рассчитать современную стоимость кредита.

При оценке стоимости закладываемых активов необходимо, в частности, учитывать следующие их характеристики:

- возможность их реализации на рынке в кратчайшие сроки и без проведения предпродажной подготовки;
- частоту колебаний рыночных цен по данному виду активов;
- легкость, с которой кредитор может определить местонахождение залога и вступить во владение им;
- физический и моральный износ закладываемых активов.

Страхование кредита предполагает передачу риска его невозврата организации, занимающейся страхованием, оно оформляется страховым полисом, который может приниматься в качестве обеспечения кредита. При этом все расходы по страхованию относятся на счет ссудополучателя. В случае непогашения кредита банк вправе рассчитывать на возмещение страховым обществом недополученной ссуды согласно условиям страхового полиса.

Лизинг — имущественные и экономические отношения, возникающие в связи с приобретением в собственность имущества и последующей сдачей его во временное пользование за определенную плату.

Лизинговая сделка состоит из двух взаимосвязанных составляющих:

- купля-продажа;
- временное использование имущества

На первом этапе изготовитель оборудования и лизингодатель, заключая договор купли-продажи, выступают как продавец и покупатель. При этом пользователь имущества, не участвуя в договоре купли-продажи, является активным участником этой сделки, выбирая оборудование и конкретного поставщика.

На втором этапе покупатель имущества сдает его во временное пользование, выступая как лизингодатель. Продавец имущества, хотя и заключает

договор купли-продажи с лизингодателем, несет ответственность за качество оборудования перед пользователем.

Основные особенности лизинга состоят в следующем:

- преимущественное право выбора имущества и его изготовителя (продавца) принадлежит пользователю;
- продавец имущества знает, что имущество специально приобретается для сдачи его в лизинг;
- имущество непосредственно поставляется пользователю, минуя собственника, и принимается в эксплуатацию пользователем;
- лизингодатель приобретает имущество не для собственного использования, а специально для передачи его во временное пользование;
- весь срок договора лизинга имущество остается собственностью лизингодателя;
- собственник имущества за передачу его во временное пользование получает вознаграждение;
- пользователь имущества досрочно или после окончания срока договора имеет право на приобретение его в собственность.

Объектом лизинга может быть любое движимое и недвижимое имущество, относящееся по действующей классификации к основным средствам, кроме имущества, запрещенного к свободному обращению на рынке.

Преимущества лизинга по сравнению с кредитом представлены в табл. 4.2.3.

Наибольшее распространение в России получил финансовый лизинг, который представляет собой лизинг имущества с полной выплатой стоимости имущества и характеризуется тем, что срок, на который передается имущество во временное пользование, приближается по продолжительности к сроку эксплуатации и амортизации всей или большей части стоимости имущества. В течение срока договора лизингодатель за возвращает себе всю стоимость имущества и получает прибыль от лизинговой сделки.

Таблица 4.2.3

Преимущества лизинга по сравнению с кредитом		
	Лизинг	Кредит
1	Снижение риска невозврата средств, так как за лизингодателем сохраняются права собственности на переданное имущество.	Риск невозврата кредита без обеспечения кредита велик
2	Лизинг предполагает 100%-ное кредитование в виде имущества, что позволяет без резкого финансового напряжения обновлять производственные фонды, приобретать дорогостоящее имущество.	Требуется немедленное начало платежей для реализации кредитуемой сделки или проекта. Предприятие должно часть стоимости покупки оплатить за счет собственных средств.
3	Лизинговое соглашение более гибко, чем ссуда, так как предоставляет возможность обеим сторонам выработать удобную схему выплат. Ставки платежей могут быть фиксированными и плавающими.	Ссуды имеют более жесткие условия финансирования, чаще всего ставки бывают фиксированными.
4	Срок лизинга может быть значительно больше срока кредита.	Срок кредита ограничен
5	При лизинге предусматривается возможность выкупить оборудование по номинальной или остаточной стоимости по истечении срока договора лизинга.	
6	Для лизингополучателя уменьшается риск морального и физического износа, а также и устаревания имущества, поскольку имущество не приобретается в собственность, а берется во временное пользование.	
7	Лизинговое имущество не числится у лизингополучателя на его балансе, что не увеличивает его активы и освобождает от уплаты налога на это имущество.	Купленное на кредитные средства оборудование числится на балансе организации, необходимо платить налог на имущество.
8	Лизинговые платежи полностью относятся на издержки производства лизингополучателя и соответственно снижают налогооблагаемую прибыль.	Оплата банковских процентов относятся на издержки производства в лимитированном размере
9	Наличие амортизационных и налоговых льгот для лизингодателя, дает ему возможность поделиться этими льготами с лизингополучателем путем уменьшения размера лизинговых платежей.	

4.3 Бухгалтерский учет организаций

Бухгалтерский учет — упорядоченная система сбора, регистрации и обобщения информации в денежном выражении об имуществе, обязательствах организаций и их движении путем сплошного, непрерывного и документального учета всех хозяйственных операций.

Объектами бухгалтерского учета являются:

- имущество организаций;
- обязательства организаций;
- хозяйствственные операции, осуществляемые организациями в процессе их деятельности.

Основными задачами бухгалтерского учета являются:

- формирование полной и достоверной информации о деятельности организации и ее имущественном положении, необходимой внутренним пользователям *бухгалтерской отчетности* — руководителям, учредителям, участникам и собственникам имущества организации, а также внешним — инвесторам, кредиторам и другим пользователям бухгалтерской отчетности;
- обеспечение информацией, необходимой внутренним и внешним пользователям бухгалтерской отчетности для контроля за соблюдением законодательства Российской Федерации при осуществлении организацией хозяйственных операций и их целесообразностью, наличием и движением имущества и обязательств, использованием материальных, трудовых и финансовых ресурсов в соответствии с утвержденными нормами, нормативами и сметами;
- предотвращение отрицательных результатов хозяйственной деятельности организации и выявление внутрихозяйственных резервов обеспечения ее финансовой устойчивости.

Бухгалтерская отчетность — единая система данных об имущественном и финансовом положении организации и о результатах ее хозяйственной деятельности, составляемая на основе данных бухгалтерского учета по установленным формам.

Синтетический учет — учет обобщенных данных бухгалтерского учета о видах имущества, обязательств и хозяйственных операций по определенным экономическим признакам, который ведется на синтетических счетах бухгалтерского учета.

Аналитический учет — учет, который ведется в лицевых, материальных и иных аналитических счетах бухгалтерского учета, группирующих детальную информацию об имуществе, обязательствах и о хозяйственных операциях внутри каждого синтетического счета.

План счетов бухгалтерского учета представляет собой систематизированный перечень синтетических счетов бухгалтерского учета.

Ответственность за организацию бухгалтерского учета в организациях, соблюдение законодательства при выполнении хозяйственных операций несут руководители организаций.

Организацией принимается *учетная политика*, которая утверждается приказом или распоряжением лица, ответственного за организацию и состояние бухгалтерского учета.

Учетная политика организации — совокупность способов ведения бухгалтерского учета — первичного наблюдения, стоимостного измерения, текущей группировки и итогового обобщения фактов хозяйственной деятельности.

К способам ведения бухгалтерского учета относятся способы группировки и оценки фактов хозяйственной деятельности, погашения стоимости активов, организации документооборота, инвентаризации, способы применения счетов бухгалтерского учета, системы регистров бухгалтерского учета, обработки информации и иные соответствующие способы и приемы.

Элементы учетной политики представлены в табл. 4.3.1.

Таблица 4.3.1

Элементы учетной политики	
1	рабочий план счетов бухгалтерского учета, содержащий синтетические и аналитические счета
2	формы первичных учетных документов, применяемых для оформления хозяйственных операций, по которым не предусмотрены типовые формы первичных учетных документов, а также формы документов для внутренней бухгалтерской отчетности
3	порядок проведения инвентаризации и методы оценки видов имущества и обязательств
4	правила документооборота и технология обработки учетной информации
5	порядок контроля за хозяйственными операциями, а также другие решения, необходимые для организации бухгалтерского учета

Все хозяйствственные операции, проводимые организацией, должны оформляться оправдательными документами. Эти документы служат **первоначальными учетными документами**, на основании которых ведется бухгалтерский учет. Первичные учетные документы принимаются к учету, если они составлены по форме,

Регистры бухгалтерского учета ведутся в специальных книгах (журналах), на отдельных листах и карточках, в виде машинограмм, полученных при использовании вычислительной техники, а также на магнитных лентах, дисках, дискетах и иных машинных носителях.

Хозяйственные операции должны отражаться в регистрах бухгалтерского учета в хронологической последовательности и группироваться по соответствующим счетам бухгалтерского учета. Правильность отражения хозяйственных операций в регистрах бухгалтерского учета обеспечивают лица, составившие и подписавшие их. Содержание регистров бухгалтерского учета и внутренней бухгалтерской отчетности является коммерческой тайной.

Для обеспечения достоверности данных бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности организации обязаны проводить **инвентаризацию имущества и обязательств**, в ходе которой проверяются и документально подтверждаются их наличие, состояние и оценка.

Состав бухгалтерской отчетности отчетность организации представлен на рис. 4.3.1.

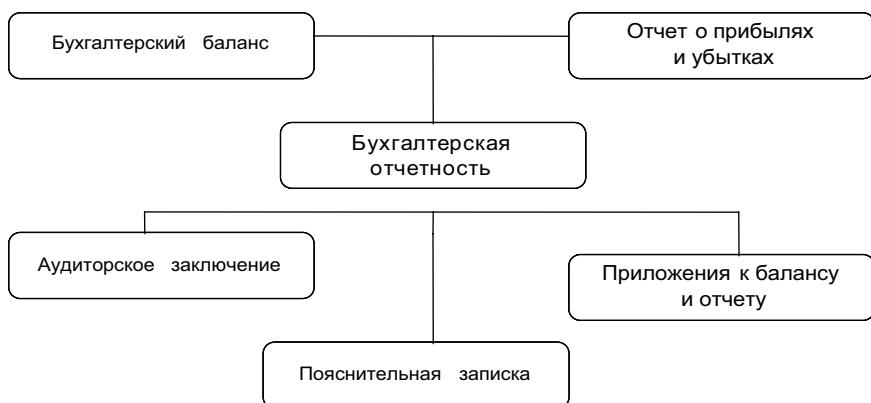


Рис. 4.3.1. Состав бухгалтерской отчетности

Общественные организации (объединения) и их структурные подразделения, не осуществляющие предпринимательской деятельности и не

имеющие кроме выбывшего имущества оборотов по реализации товаров (работ, услуг), представляют бухгалтерскую отчетность только один раз в год по итогам отчетного года в упрощенном составе, а именно:

- а) бухгалтерский баланс;
- б) отчет о прибылях и убытках;
- в) отчет о целевом использовании полученных средств.

Отчетным годом для всех организаций является календарный год — с 1 января по 31 декабря включительно. Первым отчетным годом для вновь созданных организаций считается период с даты их создания.

Отчетный период — период, за который организация должна составлять бухгалтерскую отчетность.

Отчетная дата — дата, по состоянию на которую организация должна составлять бухгалтерскую отчетность.

Бухгалтерский баланс — документ бухгалтерского учета, представляющий совокупность показателей, обрисовывающих картину финансового и хозяйственного состояния фирмы на определенную дату, чаще всего — на конец или начало календарного периода.

Баланс состоит из двух частей (таблиц). Активы баланса отражают состав и размещение хозяйственных средств фирмы, а пассивы баланса — источники образования этих средств и их размещение.

Баланс подразумевает равенство активов предприятия в форме внеоборотных и оборотных активов источникам образования средств — капиталу и резервам и обязательствам предприятия (см. рис. 4.3.2).

Рассмотрим состав активов и пассивов, которые приведены в таблицах 4.3.2-4.3.5.

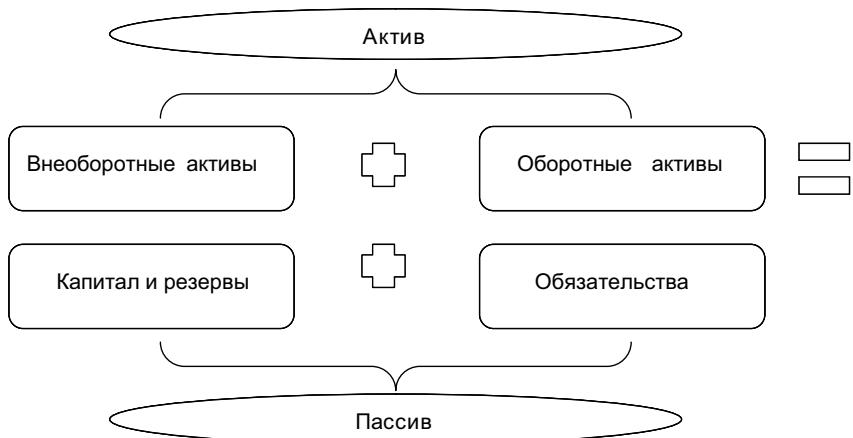


Рис. 4.3.2

Таблица 4.3.2

Внеоборотные активы	
Группа статей	Статьи
Нематериальные активы	<ul style="list-style-type: none"> • Права на объекты интеллектуальной (промышленной) собственности • Патенты, лицензии, торговые знаки, знаки обслуживания, иные аналогичные права и активы • Организационные расходы • Деловая репутация организации
Основные средства	<ul style="list-style-type: none"> ○ Земельные участки и объекты природопользования ○ Здания, машины, оборудование и другие основные средства ○ Незавершенное строительство
Доходные вложения в материальные ценности	<ul style="list-style-type: none"> ■ Имущество для передачи в лизинг ■ Имущество, предоставляемое по договору проката
Финансовые вложения	<ul style="list-style-type: none"> □ Инвестиции в дочерние общества □ Инвестиции в зависимые общества □ Инвестиции в другие организации □ Займы, предоставленные организациям на срок более 12 месяцев □ Прочие финансовые вложения

Таблица 4.3.3

Оборотные активы	
Группа статей	Статьи
Запасы	• Сырье, материалы и другие аналогичные ценности
	• Затраты в незавершенном производстве
	• Готовая продукция, товары для перепродажи и товары отгруженные
	• Расходы будущих периодов
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	
Дебиторская задолженность	<input type="radio"/> Покупатели и заказчики
	<input type="radio"/> Бекселя к получению
	<input type="radio"/> Задолженность дочерних и зависимых обществ
	<input type="radio"/> Задолженность участников (учредителей) по вкладам в уставный капитал
	<input type="radio"/> Авансы выданные
	<input type="radio"/> Прочие дебиторы
Финансовые вложения	<input type="checkbox"/> Займы, предоставленные организациям на срок менее 12 месяцев
	<input type="checkbox"/> Собственные акции, выкупленные у акционеров
	<input type="checkbox"/> Прочие финансовые вложения
Денежные средства	<input type="checkbox"/> Расчетные счета
	<input type="checkbox"/> Валютные счета
	<input type="checkbox"/> Прочие денежные средства

Табл. 4.3.4

Капитал и резервы	
Группа статей	Статьи
Уставный капитал	
Добавочный капитал	
Резервный капитал	• Резервы, образованные в соответствии с законодательством
	• Резервы, образованные в соответствии с учредительными документами
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток вычитается)	

Таблица 4.3.5

Обязательства		
Долго-срочные обязательства	Заемные средства	Кредиты, подлежащие погашению более чем через 12 месяцев после отчетной даты
		Займы, подлежащие погашению более чем через 12 месяцев после отчетной даты
Прочие обязательства		
Кратко-срочные обязательства	Заемные средства	Кредиты, подлежащие погашению в течение 12 месяцев после отчетной даты
		Займы, подлежащие погашению в течение 12 месяцев после отчетной даты
Кредиторская задолженность	<ul style="list-style-type: none"> • Поставщики и подрядчики • Векселя к уплате • Задолженность перед дочерними и зависимыми обществами • Задолженность перед персоналом организации • Задолженность перед бюджетом и госуд. внебюджетными фондами • Задолженность участникам (учредителям) по выплате доходов • Авансы полученные • Прочие кредиторы 	Доходы будущих периодов
		Резервы предстоящих расходов и платежей

Активы баланса — часть бухгалтерского баланса предприятия, отражающая в денежном выражении материальные и нематериальные ценности, принадлежащие предприятию, их состав и размещение.

Актив баланса равен пассиву.

Пассивы — часть бухгалтерского баланса, отражающая источники образования средств предприятия, его финансирования, сгруппированные по их принадлежности и назначению.

Отчет о прибылях и убытках характеризует финансовые результаты деятельности организации за отчетный период.

В отчете о прибылях и убытках доходы и расходы должны показываться с разделением на обычные и чрезвычайные.

Пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о прибылях и убытках должны раскрывать:

- юридический адрес организации;
- основные виды деятельности;
- среднегодовую численность работающих за отчетный период или численность работающих на отчетную дату;
- состав (фамилии и должности) членов исполнительных и контрольных органов организации.

Бухгалтерская отчетность является открытой для следующих групп пользователей:

- учредителей (участников);
- инвесторов;
- кредитных организаций и кредиторов;
- покупателей и поставщиков.

Организация должна обеспечить возможность для этих пользователей ознакомиться с бухгалтерской отчетностью.

Все организации, за исключением бюджетных, представляют годовую бухгалтерскую отчетность в соответствии с учредительными документами учредителям, участникам организации или собственникам ее имущества, а также территориальным органам государственной статистики по месту их регистрации.

Глава 5

ЭКОНОМИКА ПРИРОДНЫХ РЕСУРСОВ И ТРАДИЦИОННОГО ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ

В этой главе:

5.1	Основы экономики природопользования	104
5.2	Основы традиционного хозяйства и традиционного природопользования . . .	114

5.1 Основы экономики природопользования

Природные ресурсы, природные условия. Природопользование. Платность природопользования. Платежи за природные ресурсы и загрязнение окружающей среды.

Природные ресурсы являются важнейшей составляющей экономических ресурсов.

Природные ресурсы — элементы и силы природы, которые могут быть использованы в производственной и непроизводственной сфере для удовлетворения потребностей людей.

К природным ресурсам принадлежат элементы литосферы, гидросферы, атмосферы.

Природные условия создают возможность деятельности человека (солнечное излучение, внутреннее тепло земли, географическое положение, рельеф, климат).

Хозяйственные классификации природных ресурсов зависят от направлений и форм хозяйственного использования ресурсов:

- исчерпаемые и практически неисчерпаемые;
- исчерпаемые ресурсы, в свою очередь делятся на возобновимые и практически невозобновимые;
- заменимые и практически незаменимые;
- классификация по степени изученности.

Наличие благоприятных природных условий по-разному влияет на экономическое и общественное развитие стран при разном уровне развития производительных сил.

Для экономического развития важными факторами являются:

- близость рек, морей, океанов;
- наличие богатых природных ресурсов;
- наличие благоприятных природных условий;
- отношение нации к природным ресурсам и природопользованию.

Природопользование — совокупность всех форм воздействия человечества на природу, включая ее охрану, освоение и преобразование.

Природопользование основывается на отношениях собственности, существующих между людьми по поводу природных благ. В зависимости от наличия государственной, частной или иных форм собственности на природные ресурсы складывается система природопользования.

Виды природопользования классифицируются следующим образом:

- общее и специальное (не требующее и требующее специальных разрешений, лицензий);
- с изъятием и без изъятия;
- комплексное и монопользование (использование нескольких ресурсов или одного ресурса);
- бессрочное и временное;
- по виду ресурсов.

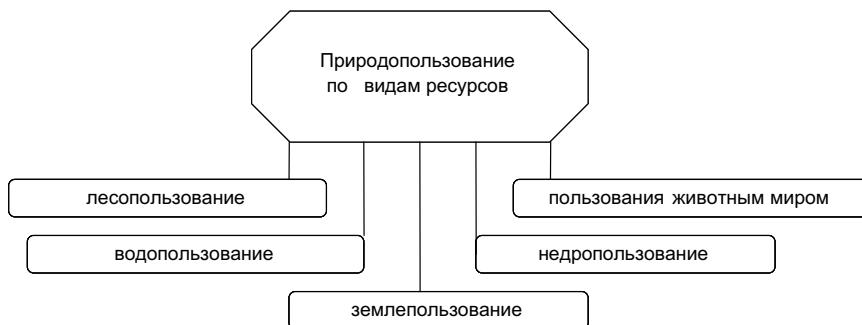


Рис. 5.1.1. Классификация природопользования по ресурсам

Одно из основных богатств Российской Федерации является ее природная среда, совокупность ее природных ресурсов и природных условий.

Министерство природных ресурсов Российской Федерации является федеральным органом исполнительной власти, проводящим государственную политику в сфере изучения, воспроизводства, использования и охраны природных ресурсов, а именно:

- управления государственным фондом недр и лесным хозяйством;
- управления использованием и охраной водного фонда;
- использования, охраны, защиты лесного фонда и воспроизводства лесов;

- охраны окружающей природной среды;
- государственной экологической экспертизы;
- охраны, контроля и регулирования использования объектов животного мира и среды их обитания;
- охраны атмосферного воздуха,
- осуществления государственного контроля за использованием и охраной земель и др.

В соответствии с Конституцией РФ земля и другие природные ресурсы используются и охраняются в Российской Федерации как основа жизни и деятельности народов, проживающих на соответствующей территории. Вопросы владения, пользования и распоряжения землей, недрами, водными и другими природными ресурсами находятся в совместном ведении Российской Федерации и субъектов Российской Федерации. Все отраслевые законы Российской Федерации о пользовании конкретным природным ресурсом предусматривают платность такого пользования.

Платного использования природных ресурсов — юридическая форма реализации государством права собственности на природные ресурсы, а также средство достижения баланса экономических и экологических интересов общества. Однако не всегда принцип платности, декларируемый в законодательных актах, нашел свое адекватное развитие в законодательстве о налогах и сборах, а также других нормативных правовых актах платного природопользования.

Структура платного природопользования представлена в таблице 5.1.1.

Таблица 5.1.1

Структура платного природопользования	
1	Платежи за лесные ресурсы
2	Платежи за пользование животным миром
3	Платежи за пользование водными биологическими ресурсами
4	Платежи за пользование водными ресурсами
5	Платежи за пользование минерально-сырьевыми ресурсами
6	Платежи за загрязнение окружающей природной среды

1. Платежи за лесные ресурсы включают лесные подати и арендную плату (рис. 5.1.2).

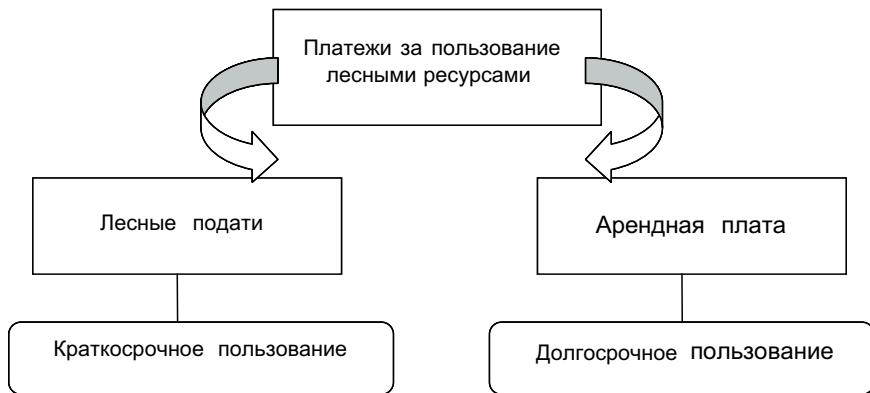


Рис. 5.1.2. Система платного лесопользования

Лесные подати взимаются за все виды лесопользования при краткосрочном пользовании участками лесного фонда и представляют из себя плату за пользование лесными ресурсами, а именно:

- за древесину, отпускаемую на корню;
- за живицу, второстепенные лесные материалы, побочное лесопользование (сенокошение, пастьбу скота, промысловую заготовку древесных соков, дикорастущих плодов, ягод, грибов, лекарственных растений, технического сырья, размещение ульев и пасек);
- за пользование участками лесного фонда для нужд охотничьего хозяйства;
- за пользование участками лесного фонда для культурно-оздоровительных, туристических и спортивных целей.

Лесные подати взимаются со всех пользователей лесным фондом, за исключением арендаторов, а также физических и юридических лиц, которым лесным законодательством представлены льготы по уплате этих податей.

Ставки лесных податей устанавливаются за единицу лесного ресурса, по отдельным видам лесопользования — за гектар находящихся в пользовании участков лесного фонда.

Не взимается плата за древесину, заготавливаемую при рубках промежуточного пользования, проводимых осуществляющим рубки главного пользования арендатором за свой счет. Лица, внесшие платежи за пользованием лесным фондом, а также лесхозы федерального органа управления лесным хозяйством освобождаются от внесения платы за землю.

Арендная плата взимается при аренде участков лесного фонда.

В договоре аренды участка лесного фонда определяются

- размер арендной платы;
- порядок, условия и сроки ее внесения.

За основу для определения арендной платы берутся ставки лесных податей. В частности, оплата за древесину в объеме, предусмотренном договором аренды, производится по действующим ставкам лесных податей за древесину на корню (в обычном порядке или в порядке, установленном арендным договором).

При передаче участков лесного фонда для нужд охотничьего хозяйства ставки арендной платы устанавливаются исходя из фактического качества охотничьих угодий, сдаваемых в аренду, а также количества и стоимости лицензий, которые могут быть выданы для отстрела животных на арендуемом участке.

Арендная плата за участки лесного фонда, переданные в аренду для культурно-оздоровительных, туристических и спортивных целей, рассчитывается исходя из ожидаемых расходов арендатора и нормальной для этого вида деятельности рентабельности соответствующих объектов.

Часть лесных платежей в размере минимальных ставок платы за древесину, отпускаемую на корню, поступают в определенной пропорции в федеральный бюджет и бюджеты субъектов Федерации. Значительная доля средств, поступивших на местные уровни, должна использоваться на воспроизводство лесов и другие нужды лесного хозяйства.

2. Система платежей за пользование животным миром включает в себя плату за пользование животным миром и штрафы за сверхлимитное и нерациональное пользование животным миром (рис. 5.1.3).



Рис. 5.1.3

Плата за пользование животным миром поступает в федеральный бюджет и бюджеты субъектов Российской Федерации в определенном соотношении (пропорции). Штрафы за сверхлимитное и нерациональное пользование животным миром поступают в бюджеты субъектов Федерации

Кроме непосредственных платежей за пользование животным миром законодательством предусмотрен **сбор за выдачу лицензий на соответствующее пользование**.

Лицензия или разрешение на пользование животным миром

— официально оформленный и выданный в установленном порядке документ, в соответствие с которым осуществляется изъятие объектов животного мира из окружающей природной среды.

Конкретные размеры платы устанавливаются органами исполнительной власти субъектов Федерации с учетом местных особенностей и видов пользования объектами животного мира на основании предельных размеров платы, утвержденных Правительством Российской Федерации.

3. Система платежей за пользование водными биологическими ресурсами

Размеры платы за пользование отдельными видами водных биологических ресурсов для российских пользователей утверждены специальным постановлением Правительства Российской Федерации.

Характерной особенностью экономического регулирования пользования гидробиологическими ресурсами является установление квот вылова соответствующих ресурсов, выделяемых на платной основе по межправительственным соглашениям и контрактам для российских (в том числе с участием иностранного капитала) и иностранных пользователей.

4. Система платежей за пользование водными ресурсами определена Водном кодексе Российской Федерации и включает плату за пользование водными объектами (водный налог), а также плату, направляемую на восстановление и охрану водных объектов (рис. 5.1.4).

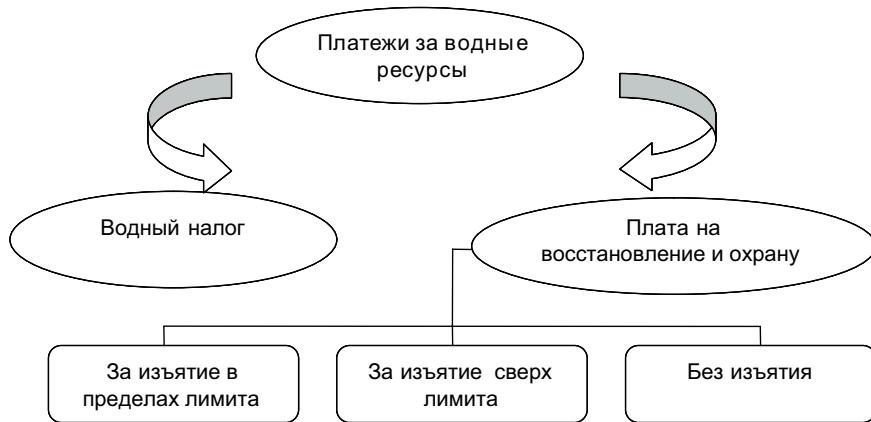


Рис. 5.1.4

Плата, направляемая на восстановление и охрану водных объектов, вносится за изъятие воды из водных объектов

- в пределах установленного лимита;
- за сверхлимитное изъятие воды;
- за использование водных объектов без изъятия воды в соответствии с условиями лицензии на водопользование.

В 1998 г. был принят специальный Закон Российской Федерации “О плате за пользование водными объектами”. Согласно данному Закону был введен водный налог. Налогоплательщиками водного налога признаются организации и индивидуальные предприниматели, непосредственно осуществляющие пользование водными объектами (кроме подземных) с применением сооружений, технических средств или устройств по лицензиям в порядке, установленном водным законодательством Российской Федерации.

Объектом налогообложения признается пользование водными объектами в целях:

- осуществления забора воды из водных объектов;
- удовлетворения потребности гидроэнергетики в воде;
- использования акватории водных объектов для осуществления лесосплава без применения судовой тяги, а также для добычи полезных ископаемых, организованной рекреации, размещения плавательных средств, коммуникаций, сооружений, установок и оборудования, проведения буровых, строительных и иных работ;
- осуществления сброса сточных вод в водные объекты.

Конкретные дифференцированные ставки платы за пользование водными объектами были установлены исходя из характера этих объектов, видов водопользования и групп водопользователей, а также соблюдения установленных нормативов (лимитов) водозабора и сброса сточных вод.

При превышении установленных лимитов применяются кратные повышающие коэффициенты платежей. Как и по другим видам платежей за природные ресурсы были установлены различные льготы и по данным выплатам. Сумма платы включается в себестоимость продукции (работ, услуг), связанных с водопользованием.

5. Система платежей за пользование минерально-сырьевыми ресурсами регламентируется Законом Российской Федерации “О недрах” (принятым в 1992 г.; с дальнейшими поправками и уточнениями). Состав платежей приведен в табл.5.1.2

Таблица 5.1.2

Платежи за пользование минерально-сырьевыми ресурсами	
1	Сбор за участие в конкурсе (аукционе) и выдачу лицензий
2	Платежи за пользование (за право пользования) недрами
3	Отчисления на воспроизводство минерально-сырьевой базы
4	Акцизы
5	Другие виды платежей.

Кроме того, пользователи недр уплачивают налоги, сборы и производят иные другие платежи, предусмотренные налоговым и природно-ресурсным законодательствами, включая плату за землю или за акваторию и участок дна территориального моря, а также плату за геологическую информацию о недрах.

Сбор за участие в конкурсе (аукционе) вносится всеми их участниками и является одним из условий регистрации заявки. Сумма стоимости сборов определяется, исходя из стоимости прямых затрат на подготовку, проведение и подведение итогов конкурса (аукциона), подготовку, оформление и регистрацию выдаваемой лицензии за пользование недрами. Сбор за участие в конкурсе (аукционе) и выдачу лицензий направляется в органы, выдающие соответствующие разрешительные документы.

Основная цель взимания платежей (кроме чисто фискальных, связанных с пополнением бюджета) — создание источников для финансирования поисков и разведки месторождений полезных ископаемых, стимулирования их добычи, а также для проведения мероприятий по ресурсосбережению и охране недр. Указанные платежи поступают в Федеральный бюджет, бюджеты субъектов Федерации, соответствующие местные бюджеты.

В местные бюджеты поступают:

- платежи за поиск и разведку месторождений всех полезных ископаемых и платежи за добычу общераспространенных полезных ископаемых на территориях соответствующих районов и городов;
- платежи за пользование недрами в целях, не связанных с добычей полезных ископаемых;
- часть суммы платежей за добычу полезных ископаемых, кроме общераспространенных.

В бюджеты субъектов Федерации и в Федеральный бюджет поступает часть суммы платежей за добычу полезных ископаемых, за исключением тех, платы за которые поступает только в местные бюджеты. Часть пользователей недрами при определенных условиях полностью или частично освобождаются от соответствующих платежей. Пользователи недр, осуществляющие добычу всех видов полезных ископаемых, разведенных за счет государственных средств, производят отчисления на воспроизводство минерально-сырьевой базы. Ставки этих отчислений, как доли стоимости добываемых полезных ископаемых, устанавливаются в размерах, обеспечивающих необходимые затраты на воспроизводство, и являются дифференцированными для пользователей недр, добывающих минеральное сырье в зависимости от его качества и других факторов. Размеры отчислений на воспроизводство минерально-сырьевой базы устанавливаются Федеральным Собранием Российской Федерации по представлению Правительства Российской Федерации. Часть суммы отчислений на воспроизводство поступает в федеральный бюджет и используется для целевого финансирования работ, предусмотренных федеральными программами геологического изучения недр.

Система платности пользования недрами в Российской Федерации практически сложилась. Основная задача на сегодня — это закрепление сложившейся системы, порядка исчисления и уплаты платежей в законодательстве о налогах и сборах. Основными природными ресурсами, обеспечивающими доходную часть бюджетной системы, являются недра и добываемые из них полезные ископаемые.

Платежи за загрязнение окружающей природной среды включают:

- платежи выбросы, сбросы загрязняющих веществ, размещение отходов и другие виды загрязнения в пределах установленных лимитов;
- выбросы, сбросы загрязняющих веществ, размещение отходов и другие виды загрязнения сверх установленных лимитов.

Расчет величины первой группы платежей осуществляется, исходя из централизованно установленных ставок, дифференцированных по

- объектам природной среды;
- видам и токсичности поступающих в окружающую среду веществ;
- местоположения природопользователя (уровня деградации и сложившегося воздействия на окружающую среду);
- уникальности природного комплекса.

Указанные ставки могут в определенной степени корректироваться на местах, исходя из действующего законодательства. Платежи за загрязнение окружающей природной среды сверх установленных лимитов носят штрафной характер, т.е. осуществляются по многократно повышенным тарифам. Предприятиям-природопользователям могут представляться определенные льготы по указанным экологическим платежам и иным налогам при проведении природоохранных мероприятий.

5.2 Основы традиционного хозяйства и традиционного природопользования

Традиционное хозяйство, его виды. Традиционное природопользование, его особенности и противоречия. Традиционное жизнеобеспечение.

Оленеводство, региональные различия, причины кризиса. Участие оленеводства в рыночной экономике и традиционном жизнеобеспечении.

Охотничье хозяйство, особенности, причины кризиса. Условия для развития охотничьего туризма.

Традиционное хозяйство — совокупность отраслей хозяйства, исторически сложившихся на определенной территории в процессе взаимодействия человека (этноса, этнической группы) с природной средой.

Традиционное хозяйство, с одной стороны, является основой жизнедеятельности коренных малочисленных народов, с другой уникальным историческим, но исчезающим опытом культуры и традиционного природопользования. Кроме того, за время перехода к рынку традиционное хозяйство постепенно вовлекается в рыночные отношения. Климатические условия, а особенно экстремальные климатические условия, влияют на традиционную хозяйственную культуру

Виды традиционного хозяйства представлены в таблице 5.2.1.

Таблица 5.2.1

Виды традиционного хозяйства	
1.	Оленеводство
2.	Охотничий промысел
3.	Рыболовство
4.	Морской зверобойный промысел
5.	Сбор и заготовка недревесных продуктов леса (дикоросов)
6.	Традиционное ремесленничество (изготовление одежды, обуви, предметов быта) и изготовление сувениров
7.	Этнический туризм

Развитие всех видов традиционного хозяйства зависит от наличия при-

родных ресурсов и природных условий. Непосредственно связаны с использованием и изъятием природных ресурсов оленеводство, охотничий промысел, рыболовство, морской зверобойный промысел, сбор дикоросов.

Традиционное природопользование — система деятельности, призванная обеспечить наиболее эффективный режим неистощительной эксплуатации и воспроизводства природных ресурсов в интересах этнокультурного развития коренных малочисленных народов, для которых традиционные отрасли хозяйства являются основой их жизнеобеспечения.

Традиционное природопользование основано на использовании возобновимых ресурсов, в основном биологических. Можно по-разному классифицировать виды традиционного природопользования. Существуют типы природопользования, связанные с одним из видов хозяйственной деятельности. — оленеводческий тип природопользования, охотничий тип. Также существуют комплексные виды — рыболовно-охотничий тип, рыболовно-зверобойный и т.п. Степень участия коренных малочисленных народов в этих видах природопользования разная. В большинстве типов природопользования существует конкуренция коренным малочисленным народам со стороны новопоселенцев, но есть типы, где этой конкуренции нет.

Оленеводство — единственная отрасль традиционного природопользования, в которой заняты коренные малочисленные народы. В нем практически они не встречают конкуренции. В рыболовстве и охотничьем промысле эта конкуренция достаточно сильна и возрастает по мере увеличения эффективности промысла. В целом в условиях рыночной экономики традиционные формы хозяйства не защищены от монополизма и конкуренции.

Методы и средства традиционного природопользования: охоты, рыболовства и оленеводства зависят от географических и исторических особенностей.

Традиционное хозяйство и традиционное природопользование связаны с системой *традиционного жизнеобеспечения* (5.2.1).

Традиционное жизнеобеспечение — сложившееся веками использование коренными малочисленными народами возобновимых природных ресурсов для прямого личного или семейного потребления как пищи, топлива, одежды, жилища, инструмента, вида транспорта.

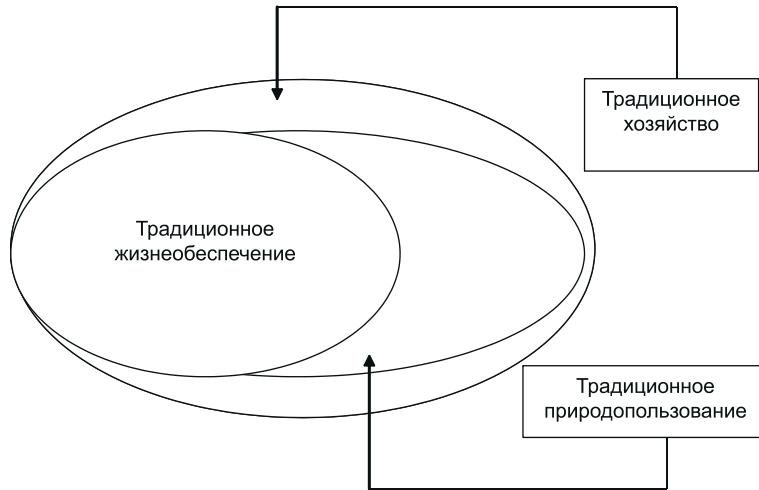


Рис. 5.2.1

Суровые природно-климатические условия исторически ограничивали возможность расширения видов традиционной хозяйственной деятельности, а слабое развитие производительных сил обуславливало малый набор природных ресурсов (в первую очередь биологических), используемых коренными малочисленными народами для жизнеобеспечения. Потенциал жизнеобеспечения зависит от биологической продуктивности экосистем территории.

Традиционное природопользование имеет ряд специфических черт (табл. 5.2.2).

Сознательное ограничение потребления природных ресурсов заключается в том, что характерной чертой цивилизации северных народов является принцип — не брать у природы больше допустимого, ограничиться возможностями природы, т.е. вписываться в экологическую емкость территории.

Таблица 5.2.2

Особенности традиционного природопользования	
1	Сознательное ограничение потребления природных ресурсов
2	Консервативность
3	Экологическая чистота
4	Влияние духовных ценностей на систему природопользования
5	Высокая информированность о традиционных методах хозяйствования.

Консервативность развития традиционного хозяйства — обязательный элемент сознательного подхода к природе, так как равновесие в природ-

ных системах напрямую не зависит от экономических законов, преследующих только максимизацию прибыли. Известен печальный опыт многочисленных попыток интенсификации традиционного природопользования, который не увенчался успехом. Традиционное природопользование существовало и существует на основе использования натуральных природных тел, и не могло создавать вещества, не существующие в природе, поэтому традиционное природопользование не дошло до уровня добычи полезных ископаемых из недр и использовало материалы и вещества, находящиеся на поверхности земли.

Экологическая чистота традиционного природопользования обусловлена его консервативностью.

Создание духовных ценностей, которые управляют поведением каждого члена этноса по отношению к природе и природопользованию основано на том, что связывая благополучие жизни с благополучием природной среды, коренные народы создали цивилизацию, направленную на сохранение природы, развитие жизни в гармонии с окружающей природной средой. На главенстве духовного над материальным строится психология коренных малочисленных народов и этические основы традиционного природопользования. Духовное начало обеспечивает сознательное ограничение человеческих потребностей.

Высокая информированность о традиционных методах хозяйствования связана с тем, что жизненная практика многих поколений, а именно: знание особенностей климатических условий, повадок промысловых животных, свойств кормовых, пищевых и лекарственных трав, времени жизненных циклов рыб, птиц, — позволяла оленеводам, охотникам и рыболовам рационально вести хозяйство.

Основное различие между традиционным природопользованием и хозяйственной деятельностью вообще связано с различными представлениями людей о природе и месте в ней человека. Традиционные культуры и сейчас сохраняют свое восприятие природы как живого единства, с которым можно вступать в общение, для большинства представителей цивилизации природа является только полезной вещью.

Противоречия традиционного природопользования состоят в следующем (рис.5.2.2):

- противоречия между объемом использования и воспроизводства ресурсов;
- противоречия между коренным и некоренным местным населением, а также между местными жителями и населением других регионов;
- в рамках самого традиционного хозяйства — между традиционными способами использования ресурсов и новациями.

Противоречия традиционного природопользования

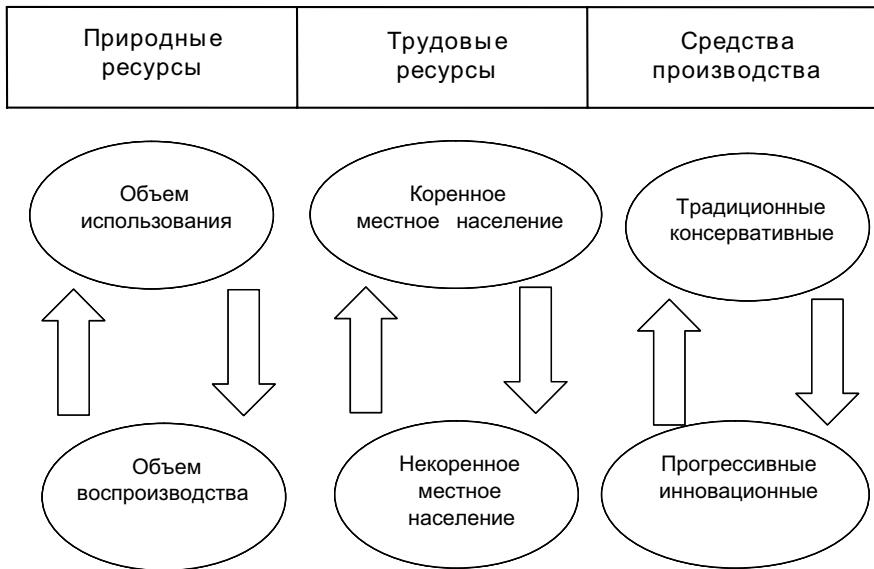


Рис. 5.2.2

Государственное управление в сфере природопользования и традиционного природопользования должно примерять эти противоречия, уравновешивать интересы государства, коренных малочисленных народов и некоренного населения.

Традиционные отрасли хозяйствования — оленеводство, пушной, рыбный и морской зверобойный промыслы продолжают играть важную роль в жизнедеятельности малочисленных народов. Сегодня они обеспечивают занятость и удовлетворяют повседневные потребности в мясе, рыбе, недревесной продукции, меховой одежде и т.п.

Традиционные отрасли хозяйствования с большими трудностями вошли в рыночные отношения. Резкое повышение цен на энергоносители, транспортные тарифы, отказ государства дотировать производимую продукцию в прежних объемах отрезали эти отрасли от рынков сбыта и привели к их стремительному свертыванию.

Потенциальная рентабельность отраслей традиционного хозяйства низка и не может сравниваться с высокодоходными видами хозяйственной деятельности. В переходный период отрасли традиционного хозяйства имеют либо нулевую рентабельность либо убыточны. Принципиальное отличие убыточности традиционных отраслей от остальных в том, что убыточность не смоделированная, а объективная ввиду высоких изде-

ржек производства, затрат по транспортировке, низкой производительности труда и трудно преодолимая даже при восстановлении нормальных условий хозяйствования. Мощности современных производств, организуемых национальными предпринимателями, как правило, невелики, ориентированы на внутреннее потребление и потому неизбежно не имеют и не могут иметь высокой рентабельности.

Рост эффективности какой-либо отрасли традиционного хозяйства приводит к тому, что она переходит в руки некоренного населения. Коренные малочисленные народы могут вести самостоятельно свое хозяйство до тех пор, пока оно не приносит достаточно прибыли. Как только потенциальная доходность повышается, усиливается конкуренция со стороны некоренного населения. Если не будут созданы адекватные и эффективные механизмы защиты, эта тенденция в рыночной экономике еще более усилится.

Оленеводство является основной отраслью северного традиционного природопользования. Оленеводство по числу занятых доминирует в системе традиционного природопользования.

Оленеводство — исторически сложившаяся форма северного традиционного природопользования России, имеющая специфику в различных регионах и являющаяся приоритетной для жизни малочисленных народов и этнических групп

В настоящее время оленеводство находится в критическом состоянии, во многих регионах эта отрасль уже, по сути, утрачена, что негативно сказывается на положении коренного населения.

Северное оленеводство в условиях России имеет значительные **региональные различия**, что связано:

- с дифференциацией природных условий (тундра, лесотундра, тайга);
- сложившимися хозяйственно-культурными типами ведения оленеводства

По масштабности оленеводство делится на:

- крупностадное;
- среднестадное;
- малостадное.

Развитию крупностадного оленеводства противодействует возможная олениемкость пастбищ. Из-за дефицита кормовых ресурсов в тундре остается актуальным освоение пастбищ зимнего сезона в таежной зоне.

Причины кризисного положения оленеводства состоят в следующем

- резком увеличении себестоимость оленины из — за многоократного роста тарифов на услуги вертолетного транспорта (оленина не конкурентоспособна по сравнению с завозимым в национальные села мясом);
- недостатоке пастбищ, недостаточность маточного поголовья;
- плохом снабжении необходимой техникой (снегоходами, лодочными моторами, радиостанциями и др.), горюче-смазочными материалами, медикаментами;
- недостатках работы зоотехнической и ветеринарной служб;
- социальных проблемах (отсутствии регулярного медицинского обслуживания, плохом снабжении товарами первой необходимости и др.).

Отсутствие финансовой и организационной поддержки, потеря рынков сбыта привело, по сути, к возврату к натуральному хозяйству. В результате чего Россия, а вместе с ней весь мир, могут потерять уникальную экологическую “цивилизацию северного оленя”.

В то же время опыт оленеводческих народов ряда других северных стран (саамов-оленеводов Норвегии, Швеции и Финляндии) показывает, что при разумной организации общества многие их экономические, социальные, культурные проблемы — могут быть успешно решены..

Кризис состояния инфраструктуры в районах Севера может стимулировать локальное возрождение транспортного оленеводства в таежной и лесотундровой зонах.

Оленеводство является составной частью как рыночной, так и традиционной экономики. Жители национальных сел удовлетворяют свою потребность в традиционном жизнеобеспечении, работая в стаде, и одновременно получают за свой труд мясо и деньги. Есть и круглогодичные пастухи, которые сочетают окарауливание стада с различными видами традиционного жизнеобеспечения. Часто пастухи не имеет жесткой специализации только в оленеводстве, они заняты здесь лишь сезонно на корализации и обработке мяса. Другие виды деятельности могут включать включают охотничий, рыбный промысел, заготовку дикоросов.

Целью в рыночных условиях хозяйствования является обеспечение совместности оленеводства как рыночного деятельности (продажа мяса и пантов) и вида традиционного жизнеобеспечения.

Участие в системе традиционного жизнеобеспечения и в рыночном секторе, а соответственно и меры по сохранению и развитию, будут зави-

сеть от типа оленеводства (см. табл. 5.2.3). Чем больше масштабы, тем больше возможности участвовать в рыночном секторе экономике.

Таблица 5.2.3

Участие разных типов оленеводства в рыночном секторе в традиционном жизнеобеспечении	
Крупностадное оленеводство тундровой и лесотундровой зоны	Участвует в традиционном жизнеобеспечении и рыночной экономике Для стимулирования развития рыночного сектора необходимы: <input type="checkbox"/> организация сбытовой сети; <input type="checkbox"/> создание пунктов корализации оленей; <input type="checkbox"/> приобретение малых наземных транспортных средств, холодильников.
Среднестадное оленеводство таежной и тундровой зон	Основная задача — традиционное жизнеобеспечение. Имеет ограниченное рыночное значение.
Малостадное оленеводство	Ориентация исключительно на традиционное жизнеобеспечение при финансовой поддержке приобретения мобильных баз и транспортных средств.

Охотничье хозяйство — исторически сложившаяся традиционная форма ведения охоты в России, имеющая специфику в различных регионах и являющаяся приоритетной для жизни малочисленных народов и этнических групп.

Особенности охотничьего хозяйства состоят в следующем:

- основано на использовании возобновимых охотничьих ресурсов, особенностью которых является разнообразие, динамизм во времени и пространстве;
- имеет экологические ограничения при использовании ресурсного потенциала;
- продуктивность охотничьих угодий зависит помимо природных факторов также от антропогенного воздействия на них (в том числе, воздействия альтернативных видов хозяйственной деятельности на территориях угодий и смежных с ними);
- не является монопродуктивным (производство и реализация пушнины, мяса, лекарственно-технического сырья, услуг и пр.);
- субъекты хозяйствования территориально разобщены;
- концентрация средств производства ограничена;
- является вторичным пользователем угодий при современной российской регламентации отношений собственности на землю;
- имеет ярко выраженный сезонный характер работ;

- имеет изначально невысокую рентабельность в силу высокого удельного веса постоянных издержек в структуре себестоимости;
- использует исторически сложившиеся и мало меняющиеся во времени технологии и технику.

Система производственных ресурсов охотничьего хозяйства включает:

- охотничьи угодья, выступающие в качестве основного средства производства;
- промысловых животных в условиях естественной свободы или временно находящихся на территории охотничьих угодий, которые помимо экономического имеют природоохранное, средообразующее, научное значение;
- средства производства в виде зданий, сооружений, объектов инфраструктуры, разнообразной техники и пр.

Таблица 5.2.4

Производственные ресурсы охотничьего хозяйства		
Охотничьи угодья	Промысловые животные	Средства производства

У коренных малочисленных народов исторически сложилась специфическая охотхозяйственная культура, которая проявлялась в следующем:

- стройная система раздельного пользования угодьями;
- бережное отношение к охотничьям животным;
- самоограничение в потреблении природных ресурсов.

При переходе к рыночным отношениям начался новый этап развития охотничьего хозяйства, который характеризовался ликвидацией монополии ведения коммерческого охотничьего производства только государственными предприятиями и предприятиями потребительской кооперации.

Состояние охотничьего хозяйства отражает кризис в российской экономике в целом:

- тенденция спада;
- разрушение сложившихся хозяйственных связей;
- потеря рынков сбыта;
- возросшие масштабы браконьерства;

Практически разрушена прежняя система заготовок и сбыта охотничьей продукции. Отмена государственной монополии на пушину и обязательную ее сдачу государству, в сущности, ликвидировали существовавшую систему закупок и реализации всех видов пушнины.

Либерализация цен и отмена государственной монополии на экспорт привели к ненужной конкуренции между отечественными производителями, к снижению цен на пушину. Произошло раздробление российского пушного экспорта, утеряны отдельные ниши на международных рынках. Смена форм собственности за время рыночных реформ привела, с одной стороны, к многообразию форм хозяйствования, а с другой стороны, — к раздробленности хозяйственных субъектов, к потере четкого разделения прав и обязанностей в сфере управления охотничим хозяйством, что в целом ослабило контроль за охотпользованием. Значительно возросли масштабы браконьерства в силу недостаточной эффективности мер его пресечения.

В охотничьих хозяйствах произошли структурные изменения, и в том числе в сфере получения доходов. Наметилась тенденция сокращения доходов от промысловой охоты, стали возрастать другие доходы, в частности от спортивно-любительской охоты.

За время перехода к рынку значимость охотничьего хозяйства для материального производства заметно снизилась даже в регионах с богатыми охотничьими угодьями. Наметились предпосылки развития охотничьего туризма

К условиям, необходимым для **развития охотничьего туризма**, относятся.

- наличие хорошей материальной базы (для проживания, доставки и пр.);
- небольшая удаленность от больших городов;
- транспортная доступность;
- возможность проведения трофейной охоты.

Отечественный и зарубежный опыт охотничьего туризма показывает, что он требует специальной подготовки, инвестиций в инфраструктуру, детальных маркетинговых исследований.

Глава 6

МАРКЕТИНГ И МАРКЕТИНГОВАЯ СРЕДА

В этой главе:

6.1	Основные понятия маркетинга	125
6.2	Маркетинговые исследования. Исследования рынка и его сегментация . . .	132
6.3	Комплекс маркетинга. Разработка и распространение товара, ценовая политика	139

6.1 Основные понятия маркетинга

Маркетинг. Функции и виды маркетинга. Товар, уровни товара. Товарные и ассортиментные группы.. Марка и товарный знак. Качества, свойства и классификации товара. Спрос и эластичность спроса.

Маркетинг — обширная по своему спектру деятельность в сфере рынка товаров, услуг, ценных бумаг, осуществляемая в целях стимулирования сбыта товаров, развития и ускорения обмена с целью наилучшего удовлетворения потребностей и получения прибыли.

Маркетинг призван приспособить производство к требованиям рынка. Маркетинг включает в себя

- разработку товара (определение вида и установление характеристик продаваемого товара);
- анализ рынка (разделение рынков, выделения предпочтительных рынков, сегментация и позиционирование рынка),
- ценовую стратегию и политику.

Концепция маркетинга — система взглядов, согласно которой все виды бизнеса существуют для удовлетворения нужд потребителей.

Представление о функциях маркетинга приведено в таблице 6.1.1.

Различные виды маркетинга представлены на рис. 6.1.1.

Вид маркетинга зависит от *товара*.

Товар — продукт человеческой или природной деятельности, а также услуга, обладающие полезными свойствами и предназначенные для продажи.

Товар — это продукты, услуги, ценные бумаги, идеи и знания, которые могут удовлетворить те или иные потребности и предназначены для продажи. Товар имеет две основных характеристики:

- полезность
- способность продаваться (обмениваться на деньги)

Отсутствие хотя бы одного из признаков свидетельствует о том, что явление или процесс товаром не являются.

Таблица 6.1.1

Функции маркетинга			
	Задача	Подфункция	Мероприятия
1	Определение потребностей покупателей	Маркетинговые исследования	Изучение и анализ запросов, продаж, рекламы, конкурентов, прогноз продаж
2	Превращение потребностей в продукцию	Планирование номенклатуры изделий	Планирование нового товара, ассортимента изделий
3	Определение цены продукции	Ценообразование	Разработка ценовой политики в зависимости от жизненного цикла товара, рынка сбыта, конкуренции.
4	Доставка товара	Распределение	Каналы распределения, планирование, контроль, складирование, упаковка, транспортировка
5	Информирование покупателей, стимулирование и поддержка сбыта	Продвижение товара	Меры по увеличению продаж, реклама, проведение выставок

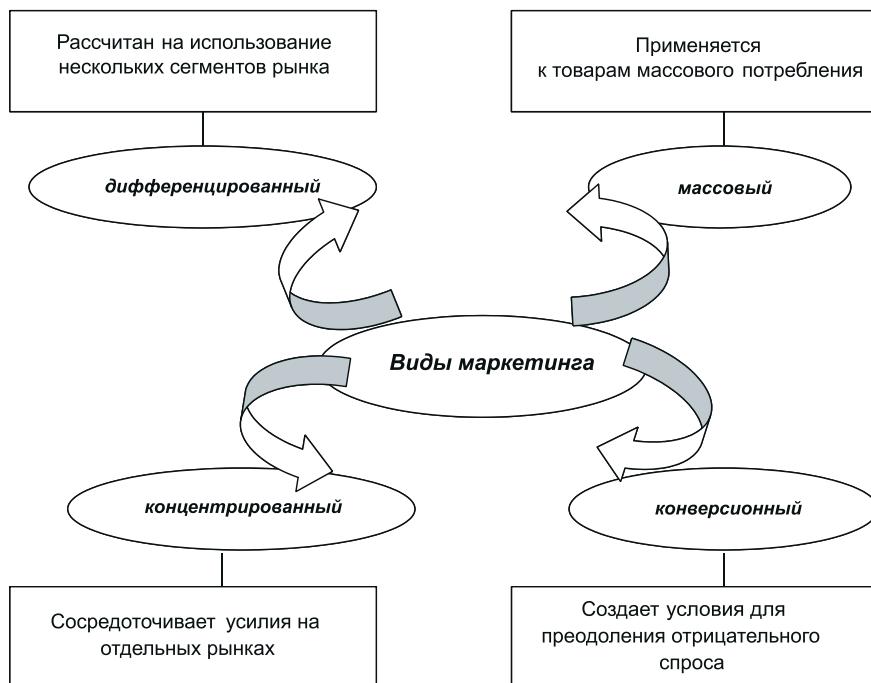


Рис. 6.1.1 Виды маркетинга

Существуют три уровня товара, которые представлены на рис. 6.1.2.

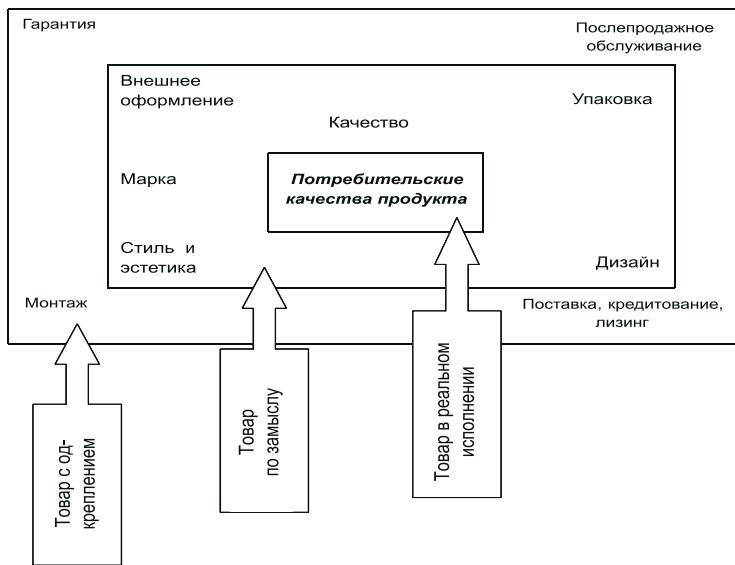


Рис. 6.1.2. Уровни товара

Товарная масса состоит из товарных единиц, т. е. из обособленных величин, обладающих всеми признаками и свойствами товара.

Товарные единицы объединяются в **товарные группы** по признаку потребительской или технологической общности либо по характеру использованного сырья и отраслевому происхождению.

Товарная номенклатура — совокупность всех товарных групп, предлагаемых фирмой.

Отдельный товар, единый по своему потребительскому назначению, имеет некоторое число видов, подвидов, разновидностей, отличающихся друг от друга незначительными потребительскими свойствами (конкретная модель, марка, размер, цвет, цена, и т.п.), каждый из которых носит название **ассортиментной позиции**, а их совокупность — **ассортимента**.

Ассортиментная группа — совокупность ассортиментных позиций, объединенных признаками идентичности принципов функционирования или общности продажи

- ✓ одним и тем же категориям потребителей;
- ✓ продажей через одну и ту же группу торговых предприятий; продажей
- ✓ торговлей в определенном диапазоне товаров.

Основным ассортиментом является совокупность товаров, которая обеспечивает большую часть прибыли; дополнительным ассортиментом — сопутствующие товары и товары, дополняющие основной ассортимент:

Ассортимент имеет несколько характеристик, которые представлены в таблице 6.1.2.

Таблица 6.1.2.

Характеристики ассортимента	
Широта	Численность ассортиментных групп
Глубина	Число вариантов каждого товара в рамках ассортиментной группы
Гармоничность	Степень близости между товарами различных ассортиментных групп с точки зрения общности конечного использования, требований производства и торговли
Насыщенность	Общее фактическое число товаров, представленное в товарной номенклатуре

Существует множество товаров одинакового потребительского назначения и близких по внешнему виду, но выпускаемых различными конкурирующими фирмами. Необходим четкий опознавательный знак, позволяющий потребителю ориентироваться в мире товаров. Роль такого знака играет *марка товара*.

Марка (товарный знак) — это символ, термин, рисунок или их сочетание, предназначенные для идентификации товара.

В марке объединяются два самостоятельных элемента:

- **фирменная эмблема**, т.е. рисунок или окраска, позволяющие отличать одну марку от другой;
- **марочное название (логотип)** — специально разработанное, оригинальное начертание слов, букв, представляющих полное или сокращенное название фирмы или товара, их девиз, т.е. ту часть марки, которую можно прочесть.

Своебразным дополнением фирменной марки служит фирменная упаковка. Она отражает неординарность покупки, ее особое предназначение.

Различаются два **вида марок**:

- фабричная марка, или марка производителя;
- торговая мрака (марка дистрибутора или дилера).

Марка товара сама может быть предметом купли-продажи или долгосрочной аренды, когда крупная, известная фирма продает право помечать свою марку на изделиях менее известной фирмы.

Марка товара регистрируется в государственных органах и получает юридическую защиту. Владельцу предоставляется право помечать свои товары знаком R в круге (в некоторых странах — ТМ), что подтверждает его регистрацию и международную правовую защиту. В Российской Федерации действует Закон “О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров”, принятый в 1992 г.

Каждый товар обладает потребительской полезностью, т.е. может удовлетворять какую-либо потребность или несколько потребностей. Товары различаются наборами полезных свойств, однако и одноименные товары, выпускаемые разными фирмами, и различные модификации одного и того же товара имеют неодинаковый уровень *качества*. Естественно, это отражается на покупательском спросе. Поэтому одной из ведущих проблем маркетинга является управление качеством товара.

Качество товара — совокупность свойств и характеристик продукции или услуги, которые придают им способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности.

На конкурентном рынке качества и свойства товара проявляются в форме конкурентоспособности.

Конкурентоспособность товара выражается возможностью товара быть проданным на рынке в присутствии конкурирующих товаров.

Свойства товара представлены на рис. 6.1.3.

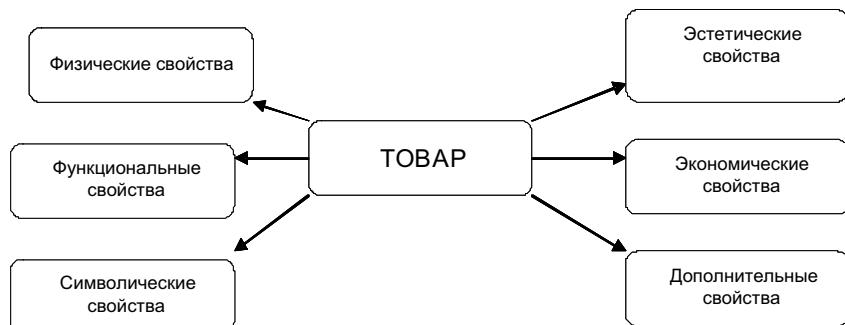


Рис. 6.1.3.

К **физическим свойствам** относят — материальные характеристики товара: форму, вес, объем, цвет, вкус, запах, прочность, надежность, срок службы, технологические параметры, материал, из которого изготовлен продукт.

Эстетические свойства включают:

- дизайн** — внешний облик продукта, его эстетическое совершенство и привлекательный вид,
- стилинг** — художественное конструирование, соответствие изделия определенному стилю, какому-либо направлению в моде, отражающему пристрастия части потребителей.

Функциональные свойства обеспечивают удовлетворение единственной или нескольких потребностей и отражают предназначение товара, его полезность.

Символические качества выражают те свойства, которые им приписывает сам потребитель. Товар для данного покупателя имеет ценность не потому, что обладает действительно полезными потребительскими качествами, а потому, что он придает потребителю определенный социальный статус.

Экономические свойства охватывают его цену, экономичность (например, затраты энергии на единицу эффекта при его эксплуатации, экономия времени при использовании данного изделия по сравнению с аналогичным, но менее производительным изделием и т. д.).

Дополнительные свойства связаны с сервисом, в который входит обязательное предпродажное и послепродажное обслуживание, в том числе: наличие инструкции к товару, гарантия безотказной работы в течение определенного времени, дополнительное оборудование и запасные части, продажа сопутствующих товаров, монтаж, изделия, ремонт и т. д.

Составным элементом товара является **упаковка** — средство или комплекс средств, обеспечивающих защиту товара от влияния внешней среды и связанных с этим потерь и повреждений, а также облегчающих процессы транспортировки, хранения и реализации. Кроме того, упаковка служит целям экологической охраны. Самостоятельным видом упаковки является тара — емкость для некоторого количества товарных единиц.

Товары могут быть классифицированы по ряду признаков. Наиболее распространенным является **признак товарной специализации**, который выводится из потребительского назначения товаров (табл. 6.1.3).

Существуют **товары повседневного спроса** или товарами текущего спроса. Из них можно выделить товары немедленного потребления, к которым относится обеденная продукция ресторанный индустрии, а также некоторые услуги.

Таблица 6.1.3

Классификация товаров по потребительскому назначению	
продукты производственного назначения	
сооружения, оборудование, сырье, материалы, полуфабрикаты, готовая продукция	
услуги производственного назначения	
услуги по эксплуатации и ремонту, монтаж и установка оборудования, транспортные, деловые, консалтинговые услуги (в том числе маркетинговые)	
продукты потребительского назначения	
продукты питания непродовольственные товары	
услуги потребительского назначения	
бытовые, жилищно-коммунальные, транспортные, медицинские и спортивно-оздоровительные, гостиничные, туристские, развлекательные, культурно-просветительские, образовательные, юридические и др	

Непродовольственные товары, как правило, имеют более длительный цикл потребления и значительно меньшую частоту покупок товаров постоянного спроса.

Мебель, посуда, большинство товаров культурно-бытового назначения используются длительное время, их называют **товарами длительного пользования**. Их возобновляемость зависит от факторов физического и морального износа и от дохода покупателей. Некоторые дорогостоящие или уникальные товары приобретаются единожды и относятся к категории **товаров особого, или разового, спроса**.

Спрос — объем продукции, который может быть закуплен определенной потребительской группой на определенно географической территории за определенный период в определенной маркетинговой обстановке при определенной программе маркетинга.

Спрос — явление чрезвычайно гибкое и изменчивое. Его размер, структура, динамика, распределение по социальным группам потребителей зависят от комплекса социально — экономических, демографических, торгово-организационных, национальных и природно-климатических факторов, а также случайных, конъюнктурных воздействий.

Эластичность спроса — реакция потребителей на изменение какого-либо фактора, прежде всего цен и дохода, которая характеризуется процентным изменением спроса при увеличении факторного признака на один процент.

6.2 Маркетинговые исследования. Исследования рынка и его сегментация

Маркетинговые исследования — подходы, методы, способы, направления, этапы. Маркетинговая информация, первичная, вторичная, методы сбора первичных данных. Исследование рынка. Сегментация рынка, виды и критерии сегментации.

Цель маркетинговых исследований: состоит в том, чтобы связать потребителей и производителей посредством маркетинговой информации для достижения целей предприятия.

Система маркетинговой информации — постоянно действующая система взаимодействия людей, технических средств и методических приемов для планирования, получения и обработки информации, направленной на успешное выполнение поставленных задач.

Маркетинговые исследования включают различные подходы, методы и способы (рис. 6.2.1).

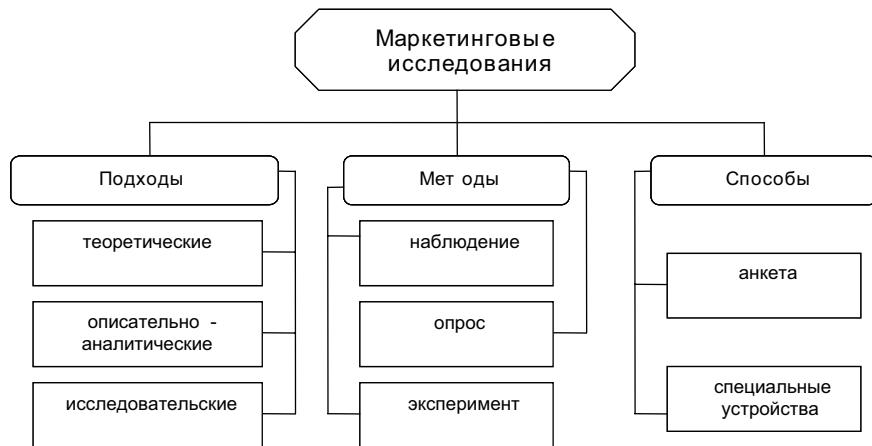


Рис. 6.2.1

Направления маркетинговых исследований включают следующие:

- исследование внешней среды;
- исследование рынка;
- исследование товаров;
- исследование покупателей;
- исследование конкурентов.

Основные этапы маркетинговых исследований представлены в таблице 6.2.1.

Таблица 6.2.1.

Этапы маркетинговых исследований	
Определение потребности в информации	
Определение целей исследования	проблемы и возможности список требуемой информации отбор решений
Постановка задач	поисковые вопросы Гипотезы Границы
Оценка ценности информации с точки зрения принятия решения	
Составление плана исследования	выбор направления исследования разработка опросника определение плана выборочного исследования разработка эксперимента
Осуществление исследования	
Выработка рекомендаций	
Презентация данных	

В маркетинговых исследованиях выделяют два основных вида информации:

- первичная;
- вторичная.

Первичная маркетинговая информация — это информация, собираемая непосредственно под данную цель исследования

Вторичная маркетинговая информация — это информация, собранная и обработанная ранее самой фирмой или другими организациями под отличную от изучаемой цели исследования.

Для сбора первичных данных существуют разнообразные методы (см. рис. 6.2.2).

В вопросниках существуют следующие типы вопросов:

- открытые, которые не предусматривают перечень ответов и ограничений по ним (без заданной структуры, подбор словесных и других ассоциаций, завершение рисунка, предложений, тематический апперцепционный тест);
- закрытые, которые предлагают ограниченный перечень ответов и имеют заданную структуру.

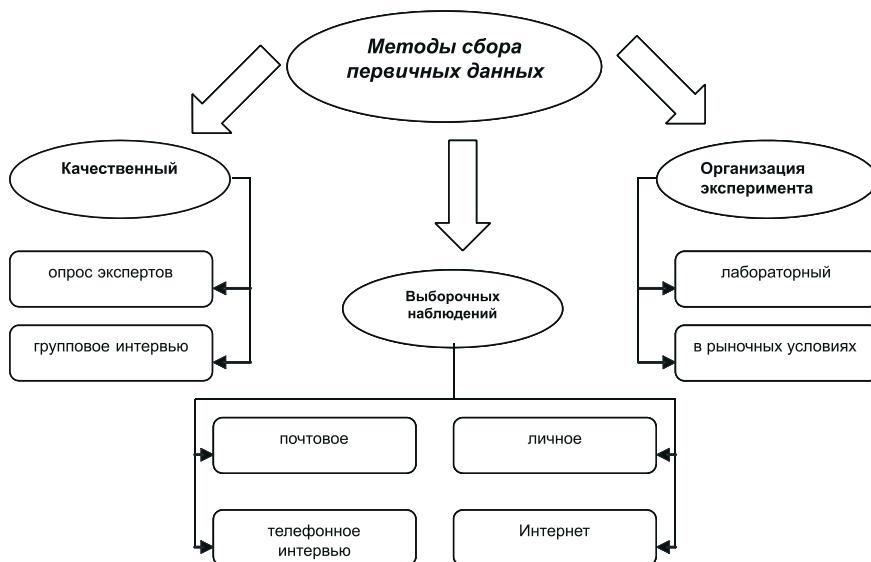


Рис. 6.2.2

Одной из важнейших частей маркетинговых исследований является *исследование рынка*. В маркетинге под **рынком** подразумевается совокупность всех потенциальных потребителей, испытывающих потребность в товарах определенной отрасли и имеющих возможность ее удовлетворить.

Исследование рынка — количественный и качественный анализ одного рынка или совокупности рынков, проводимый с целью изучения потенциального объема рынка, спроса на товары и услуги на данном рынке, конкурентной среды, цен, потребностей в товарах и услугах, проявляющихся на рынке.

В зависимости от вида потребителей различают следующие **типы рынков**:

- потребительский рынок;
- промышленный рынок.

Потребительские рынки — все те, которые связаны со всеми индивидуумами и домашними хозяйствами, приобретающими товары для личного потребления.

Промышленные рынки состоят из всех индивидуумов и организаций, приобретающих товары и услуги, которые используются для производства других товаров и услуг, продаваемых, сдаваемых в аренду или поставляемых другим. В сравнении с потребительским рынком, являющимся «конечным», это «промежуточный рынок».

Существует множество важных отличий между данными двумя видами рынков.

- промышленные рынки имеют меньше покупателей и продавцов;
- промышленные покупатели имеют большую покупательную способность, чем индивидуумы;
- спрос на промышленные продукты зависит от спроса на потребительские товары и, следовательно, является производным в том смысле, что спрос на автомобильные детали зависит от конечного рынка автомобилей;
- промышленные покупатели являются «профессионалами» и часто работают командами.

Сегментация рынка заключается в разделении рынков на четкие группы покупателей (рыночные сегменты), которые могут требовать разные продукты и к которым необходимо прилагать разные маркетинговые усилия.

Сегмент — это группа потребителей, характеризующаяся однотипной реакцией на предлагаемый продукт и на набор маркетинговых стимулов.

Необходимость проведения сегментации заключается в следующем:

- обеспечивается лучшее понимание не только нужд потребителей, но и того, что они из себя представляют (их личностные характеристики, характер поведения на рынке и т.п.);
- обеспечивается лучшее понимание природы конкурентной

борьбы на конкретных рынках (исходя из знания данных обстоятельств легче выбирать рыночные сегменты для их освоения и определять, какими характеристиками должны обладать продукты для завоевания преимуществ в конкурентной борьбе);

- представляется возможность концентрировать ограниченные ресурсы на наиболее выгодных направлениях их использования;
- при разработке планов маркетинговой деятельности учитываются особенности отдельных рыночных сегментов, в результате чего достигается высокая степень ориентации инструментов маркетинговой деятельности на требования конкретных рыночных сегментов.

При сегментации рынка потребительских товаров используются такие критерии, как: географические, демографические, социально-экономические, психографические, поведенческие и др. Сущность этих критериев сегментации приведена в табл. 6.2.2.

Таблица 6.2.2

Виды сегментации рынка	
Географическая сегментация	Деление рынка на различные географические единицы: страны, регионы, области, города и т.д.
Демографическая сегментация	Деление рынка на группы в зависимости от таких характеристик потребителей, как: возраст, пол, семейное положение, жизненный цикл семьи, религия, национальность и раса.
Социально-экономическая сегментация	Деление потребителей по уровню доходов, роду занятия, уровню образования.
Психографическая сегментация	Деление рынка на различные группы в зависимости от социального класса, жизненного стиля или личностных характеристик потребителей.
Поведенческая сегментация	Деление рынка на группы в зависимости от таких характеристик потребителей, как: уровень знаний, отношения характер использования продукта или реакции на него на него.

Сегментация может осуществляться также при последовательном применении нескольких критериев.

Рыночные сегменты должны удовлетворять требованиям измеряемости, доступности, реальности, действенности.

- ❖ **Измеряемость** — степень, с которой может быть измерены размер и покупательная способность рынка.

Например, практически невозможно определить количество левшей — ни в каких статистических сборниках это не указано. Обычны информационные базы компаний не содержат подобных указателей также.

- ❖ **Доступность** — степень, с которой можно достичь и обеспечить необходимым количеством продуктов.
- ❖ **Реальность** — степень прибыльности и размера сегмента.

Фирма должна ориентировать свою маркетинговую стратегию на самую большую однородную группу потребителей, — например, производитель никогда не будет делать автомобиль для людей, чей рост ниже 1,20 м. — только на заказ.

- ❖ **Действенность** — степень, с которой эффективная маркетинговая программа может быть использована для привлечения потребителей.

Например, маленький самолет может удовлетворять 7 рыночных сегментов, но у директора компании не хватает способностей и возможностей добиться успеха на всех рыночных секторах.

Сегментирование рынка проводится постепенно и включает этапы, представленные в табл 6.2.3.

Завершающей стадией формирования сегментных групп является **критериальная оценка** выделенных сегментов, в рамках которых рассматривается их соответствие ряду маркетинговых критериев успешности позиционирования на них продуктов.

Таблица 6.2.3

Этапы сегментирования рынка	
1	Определение возможных признаков сегментирования
2	Проведение опроса
3	Определение “пригодных” признаков сегментирования
4	Выделение сегментов
5	Формулировка сегментов

Существуют следующие критериальные оценки:

- **соответствие емкости сегмента** — положительным параметром можно считать возможность направить все производственные мощности предприятия на работу в данном сегменте, т.е. емкость сегмента должна быть больше или равна производственной мощности предприятия;

- **критерий доступности сегмента** — анализ этого вопроса дает информацию, есть ли у хозяйствующего субъекта возможность начать продвижение своей продукции на выбранном сегменте или еще предстоит формировать сбытовую сеть и налаживать отношения с посредниками;
- **критерий существенности сегмента** — это оценка того, насколько эта группа потребителей устойчива по своим основным объединяющим признакам. является ли данный сегмент растущим, устойчивым или уменьшающимся, стоит ли на него ориентировать свои производственные мощности;
- **критерий совместимости сегмента с рынком основных конкурентов** руководство предприятия должно получить ответ на вопрос, в какой степени основные конкуренты готовы поступиться выбранным сегментом рынка.

Итак, исследование рынка, это одно из направлений маркетинговых исследований, включающих также исследование внешней среды, товаров, покупателей, конкурентов (см. рис. 6.2.3).

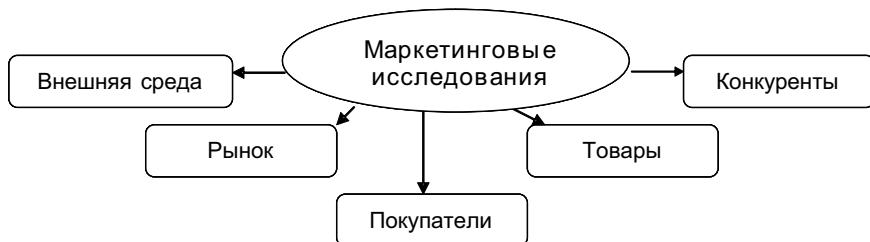


Рис. 6.2.3.

6.3 Комплекс маркетинга. Разработка и распространение товара, ценовая политика

Стратегия и тактика маркетинга. Комплекс маркетинга: разработка товара, система распределения, распространение, ценообразование, позиционирование Классификация товаров по степени новизны.

Разработка нового товара. Основные этапы. Жизненный цикл товара и его этапы. Продвижение товара, формы. Реклама, ее задачи, функции.

Рекламная деятельность. Рекламная компания. Ценовая политика.

Стратегии ценового маркетинга. Методы ценообразования.

Маркетинговая деятельность в организации имеет *стратегический* и *тактический* аспекты.

Разработка стратегии маркетинга — создание предварительной стратегии маркетинга на основе одобренной разработки замысла товара.

Инструментом исполнения стратегии является тактика маркетинга.

Тактика маркетинга — разработка и реализация целей компании на каждом рынке и по каждому товару на заданный отрезок времени, формируется на основе стратегии маркетинга и динамики реальной текущей рыночной ситуации

Комплекс маркетинга включает пять основных составляющих: разработку товара (услуги), систему распределения, ценообразование, продвижение и позиционирование товара (см. табл. 6.3.1).

План маркетинга в организации может разрабатываться сверху вниз и снизу вверх.

Разработка плана маркетинга сверху вниз — разработка плана маркетинга, при котором плановая деятельность управляется и контролируется руководством фирмы.

Разработка плана маркетинга снизу вверх — разработка плана маркетинга, при котором цели, бюджеты, прогнозы, сроки и стратегии марке-

тинга устанавливаются на основе информации продавцов, управляющих по видам продуктов, сотрудников отделов рекламы и других служб маркетинга.

Таблица 6.3.1

Комплекс маркетинга	
Разработка товара (услуги)	превращение замысла товара в реальное изделие, в образец, в расчете на то, что потребители воспримут прототип как воплощение всех основных свойств, изложенных в описании замысла товара, как изделие качественное, безопасное и надежное в эксплуатации
Система распределения	доставка товаров (услуг) потребителям в нужное место и нужное время
Ценобразование	управление ценой продукции в интересах обеспечения сбыта.
Продвижение	целенаправленные действия со стороны продавцов, экспортёров товара, маркетинговые усилия фирм и предпринимателей, проводимые в интересах возбуждения, повышения спроса потенциальных покупателей, потребителей на определенный товар
Позиционирование	процесс определения места нового товара в ряду существующих товаров, то есть установление области его применения наряду с другими товарами, возможности вытеснения им старых товаров и конкуренции с ними, необходимо для уяснения потенциальных возможностей выхода с новым товаром на рынок

Первым этапом разработки стратегии маркетинга является разработка товара.

Существуют разные степени новизны товара. Они определяются при его разработке и оцениваются путем выявления покупательских мнений, а также рыночного тестирования и экспертизы. Часто используется следующая классификация, приведенная в табл. 6.3.2.

Модернизация — процесс обновления товара.

Модификация — изменение свойств товара, приданье ему новых называется Если старый продукт не снят с производства и продажи, то появление нового или модернизированного называется **дифференцированием** товара.

Разработка нового товара — комплексный процесс, включающий параллельное осуществление технологических, экономических и маркетинговых мероприятий, имеющих целью создание и вывод на рынок нового товара.

Таблица 6.3.2

Классификация товаров по степени новизны	
Принципиально новый товар (пионерный товар)	не имеет аналогов на рынке, создан в результате принципиально новых открытий и изобретений с использованием достижений НТР; он удовлетворяет качественно новую потребность или поднимает старую на новую качественную ступень
Кардинально усовершенствованный товар	имеет качественные отличия от аналогов, представленных на рынке; раздвигает границы потребностей, расширяет и улучшает потребительские свойства товара;
Модифицированный товар	представлен на рынке ранее, но подвергся непринципиальному, часто косметическому, усовершенствованию (иногда меняется только упаковка);
Товар рыночной новизны	товар, новый только для данного рынка; старый товар, нашедший новую сферу применения.

При этом решаются следующие проблемы:

- Можно ли, в принципе, создать товар с заданными полезными свойствами и соответствующими техническими параметрами?
- Во что обойдется его создание, за какой срок окупятся вложения, на какую прибыль может рассчитывать фирма?
- Нужен ли товар потребителю, кто его будет покупать, сколько человек его купят?

Разработка товара представляет процесс от идеи до принятия решения на всех уровнях — технологическом, экономическом, маркетинговом (рис. 6.3.1).

Процесс разработки товара занимает определенное время. Чем быстрее товар проходит все стадии от замысла до появления на прилавке, тем эффективнее его реализация. Сокращение временного разрыва между появлением идеи и промышленным выпуском товара представляет важную **совместную программу менеджмента и маркетинга**.

Подавляющая часть товаров имеет ограниченную продолжительность жизни.

Жизненный цикл товара — время от момента выхода товара на рынок и до момента его ухода с рынка.

Товару отведен определенный срок жизни, в течение которого он проходит ряд этапов. Графическая модель *жизненного цикла товара* представляет собой кривую спроса (продажи, сбыта) товара, построенную или по данным измерения параметров рынка, или по прогнозным данным (рис. 6.3.2).



Рис. 6.3.1. Схема основных этапов разработки товара

Цель маркетинга заключается в том, чтобы, по возможности, продлить срок пребывания товара на рынке. При этом следует некоторые этапы сокращать, а некоторые — затягивать, пользуясь инструментами регулирования спроса.

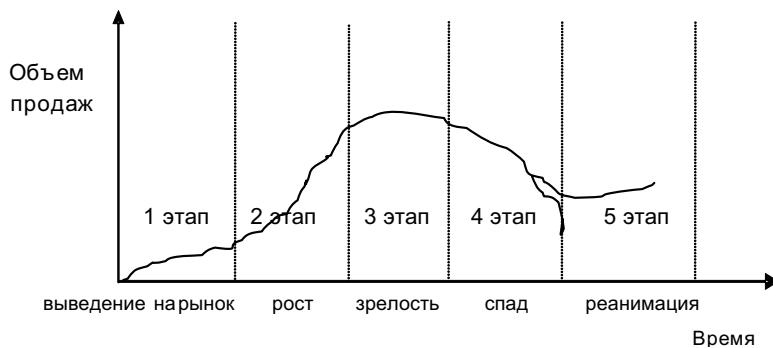


Рис. 6.3.2 Модель жизненного цикла товара

Для каждого этапа жизненного цикла товара на основе изучения рыночной конъюнктуры и прогнозной информации, разрабатываются адекватные маркетинговые мероприятия:

- **1-й этап** — активная реклама, конкурентная борьба за рынок, использование монопольного преимущества, если товар уникален,

- управление ценой, продолжение мероприятий по продвижению товара;
- **2-й этап** — переход к умеренной (информационной) рекламе, поиск новых сегментов рынка, в отдельных случаях меры по ограничению спроса;
 - **3-й этап** — постепенное снижение цен или внедрение удешевленных модификаций товара, борьба с усиливающейся конкуренцией, расширение сервиса, совершенствование рекламы, разработка нового товара;
 - **4-й этап** — первый вариант: уход с рынка, распродажа остатков по сниженным ценам, вывод на рынок нового товара; вариант второй: поддержка угасающего спроса путем снижения цен, активной рекламы, методов стимулирования спроса, переход к 5-му этапу;
 - **5-й этап** — поддержка рынка до тех пор, пока есть возможность получать прибыль, затем осуществляются мероприятия 1-го варианта 4-го этапа.

Существует множество вариантов жизненного цикла товара. Продолжительность и тенденции каждого этапа — результат влияния комплекса факторов и маркетинговых действий. Так, взлет спроса может сохраняться длительное время (кривая бума), а может смениться новым ростом (кривая увлечения). Периоды роста и спада сменяются новым ростом (кривая возобновления, или кривая ностальгии). Сезонная кривая может проявиться во всех случаях цикличного спроса. Товар может потерпеть поражение сразу после выхода на рынок (кривая провала).

Концепция жизненного цикла товара — это концепция, которая анализирует: сбыт, продукцию, прибыль, потребителей, конкурентов, стратегию маркетинга с момента поступления товара на рынок до его снятия с рынка.

Продвижение товаров — представляет собой маркетинговую деятельность, обеспечивающую создание благоприятного образа товара и самой фирмы в представлении потребителей и, в конечном счете, покупку товара.

Продвижение товаров должно вызывать у потребителей желание сделать первую покупку и совершать все последующие. Продвижение — это любая форма сообщений, используемых фирмой для информации, убеждения или напоминания потребителям о своих товарах и их достоинствах.

Цель продвижения — создать устойчивый или растущий спрос на товар данной фирмы.

Существуют следующие **формы продвижения**, которые используются самостоятельно и в комплексе (см. рис. 6.3.3).

Персональная (личная) продажа, прямой маркетинг — личные беседы с клиентами; передача предложений о покупке, условиях сделки по телефону, компьютерным сетям и т. д.

Реклама — любая оплачиваемая конкретным заказчиком (фирмой) форма неперсональной презентации товара или стимулирующего воздействия на потребителя

Пабликити — формирование общественного мнения (презентации, инспирированные публикации, интервью руководителей фирмы и т.п.)

Связи с общественностью (паблик рилейшнз) — формирование благоприятного образа (имиджа) фирмы, т.е. поддержание репутации надежности, солидности, обязательности; доброжелательный диалог с потребителями, торговыми посредниками, поставщиками; формирование у собственных работников и персонала дистрибуторов чувства заинтересованности в результатах маркетинга.

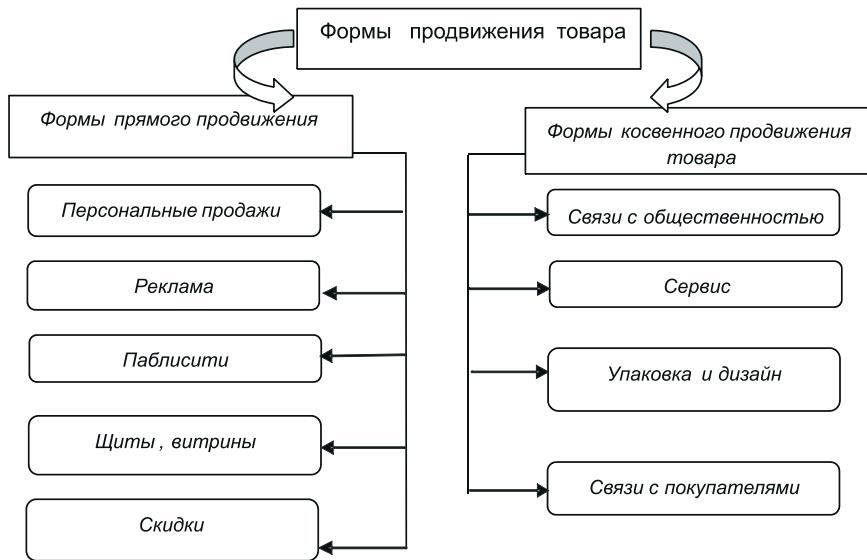


Рис. 6.3.3 Формы продвижения товара

Инструментом продвижения товара служат коммуникативные системы маркетинга.

Под **коммуникацией** в маркетинге понимаются методы и формы подачи информации и воздействия на определенную (целевую) аудиторию.

Целевая аудитория — это совокупность потребителей, принимающих покупательские решения, а также силы, оказывающие на них влияние (общественное мнение, СМИ, торговые посредники). Цель формирования маркетинговых коммуникаций — воздействие на покупательские решения. Выявляется стадия покупательской готовности, определяется ответная реакция на различные способы маркетингового воздействия, создаются коммуникативные каналы.

Реклама — средство маркетинговой коммуникации между производителем, дистрибутором и потребителем, это диалог, посредством которого продавец выражает свои намерения продать товар, а покупатель — заинтересованность в его приобретении.

В широком смысле в понятие **рекламной деятельности** входят:

- исследование необходимости и целесообразности использования рекламы в тех или иных формах в конкретных маркетинговых целях;
- производство рекламной продукции и проведение рекламных мероприятий;
- анализ продвижения рекламы по различным каналам и изучение специфики ее восприятия отдельными группами потребителей;
- оценка эффективности рекламы и затрат на нее.

Задачи рекламы можно сгруппировать следующим образом:

- престижные, которые проявляются в формировании образа товара и имиджа фирмы;
- коммерческие, к которым относятся стимулирование продажи (сбыта), поиск выгодных партнеров.

Основные функции рекламы: включают следующие

- информационная — сообщение о существовании товара, ознакомление с его основными свойствами, параметрами, особенностями, сведения, где и в какое время продается товар;
- психологическая — воздействие на чувства самооценки, престижа, взгляды и предпочтения потребителей, их устремления;
- стимулирующая — напоминание, побуждение к покупке, установление контактов и т.д.

Реклама — творческий процесс, требующий не только коммерческих знаний, но и художественного вкуса, соответствующего образования. Реклама — не только наука, но и искусство.

Рекламная кампания — комплекс рекламных мероприятий, объединенных одной целью и направленных на какой-либо сегмент рынка.

Подготовка и проведение *рекламной компании* включает ряд последовательных этапов, охватывающих определенный период времени, которые приведены в табл.6.3.3.

Реклама имеет следующие формы:

- **по признаку каналов передачи информации:**
 - печатная реклама,
 - реклама в прессе,
 - аудиовизуальная реклама,
 - радио- и телереклама,
 - компьютерная реклама.
- **по признаку видов рекламных материалов (мероприятий):**
 - наружная реклама,
 - почтовая реклама,
 - рекламные сувениры,
 - устная реклама.

Таблица 6.3.3

Этапы рекламной компании	
Исследования	Изучение объекта, на который направлено рекламное воздействие
Стратегическое Планирование	Формирование основных идей и целей рекламной компании, планирование бюджета; творческие разработки форм и видов рекламной информации; разработка планов использования рекламных средств.
Тактические решения	Составление сметы расходов; выбор конкретных СМИ и других средств распространения рекламы; определение сроков и длительности рекламных мероприятий; организация системы текущего контроля
Производство рекламной продукции и проведение рекламной компании	Подготовка макетов, художественного оформления, написание текстов и т.п.; публикация, трансляция, тиражирование, распространение рекламной информации; проведение контроля за осуществлением рекламных мероприятий и расходованием средств.
Подведение итогов	комплексная оценка выполнения плана; анализ правильности выбора целевых групп; оценка экономической эффективности рекламной компании

У разных форм рекламы разные преимущества и недостатки. Реклама должна быть эффективной, иначе она не имеет смысла. Оценка эффективности рекламы состоит в сопоставлении данных, характеризующих “мощность” проведенных рекламных мероприятий, затрат на рекламную кампанию с маркетинговыми результатами: ростом продаж, прибыли, доли рынка, поддержанием благоприятной конъюнктуры и т. д.

Все этапы маркетингового цикла, все направления рыночной деятельности в той или иной мере связаны с процессами ценообразования.

Цена — важнейший инструмент маркетинга, результат взаимодействия различных рыночных процессов.

Ценовая политика маркетинга — одна из форм реализации общей стратегии маркетинга, при реализации которой происходит управление ценой продукции в интересах обеспечения сбыта

Ценовая политика маркетинга начинается с исследования рыночной конъюнктуры и продолжается на протяжении всего жизненного цикла товара. Цена — это одновременно индикатор рыночной ситуации и орудие воздействия на покупательский спрос.

Структура конкретной цены, соотношение ее элементов зависят от рыночной ситуации, вида товара, его себестоимости, а также транспортабельности, длины канала товародвижения (числа торговых посредников) и т.д. На процесс ценообразования сильно влияет налоговая политика государства. Для ценовой политики современного маркетинга характерно явление гибкости цен. В зависимости от этапа жизненного цикла товара, от рыночной ситуации, сезонного или рекреационного периода и т.п. цена может повышаться и снижаться в значительных пределах.

Факторы, оказывающие влияние на процесс ценообразования можно сгруппировать по пяти блокам: производственному; спроса; конкурентности рынка; товарному и каналов товародвижения (табл. 6.3.4).

Различаются следующие **основные стратегии ценового маркетинга**.

- снятия сливок;
- цены проникновения;
- стабильности цен;
- ценовой дискриминации;
- следования за конкурентом и др.

Таблица 6.3.4

Факторы, влияющие на ценообразование	
Производственные факторы	Себестоимость, определяющая тот уровень, ниже которого цены не должны снижаться (исключая демпинговую ценовую политику);
	Производственный потенциал фирмы, определяющий возможность назначения цены, доступной для широкого круга потребителей;
	Финансовый потенциал фирмы и уровень деловой активности, влияющие на способность фирмы к ценовому риску.
Факторы спроса	Действие закона спроса, проявляющиеся в ценообразовании в форме стремления цены к равновесному уровню; цена зависит от соотношения спроса и предложения
	Фактор ценовой эластичности спроса используемый как инструмент регулирования спроса (однако возможности ценового маневра для неэластичных товаров ограничены)
	Ограниченнность спроса, обусловленная ограниченностью дохода и потому препятствующая бесконечному повышению цены
	Сегментация рынка по степени чувствительности к цене, выявляющая потребителей, ориентированных на цену (экономные покупатели), персонифицированных потребителей, для которых образ товара более важен, чем цена, и апатичных потребителей, для которых на первом плане качество товара, его комфортный потенциал или престижность, а цена не имеет значения..
Факторы конкуренции рынка	Возможность контролировать ценовую ситуацию, зависящая от степени монополизации и конкуренции на рынке
	Ценовая ситуация, зависящая от конкуренции покупателей — покупатель-монополист может диктовать цены или идти на соглашение с продавцом; множество покупателей означает совершенную конкуренцию, когда цена зависит от соотношения спроса и предложения.
Факторы характеристики товара	Тип и степень новизны или уникальность товара (на модные, престижные или редкие товары устанавливается высокая цена в расчете на покупателей — "новаторов", или модников)
	Этап жизненного цикла товаров
	Качество продукта (чем оно выше, тем выше цена)
Факторы канала товародвижения	Неуправляемые каналы товародвижения, не позволяющие производителю контролировать ценообразование на всех этапах
	Управляемые каналы

Стратегия “снятия сливок” — кратковременное конъюнктурное завышение цен с целью максимизации прибыли. Ее применение позволяет в краткий срок возместить маркетинговые расходы; однако это может вызвать отток клиентов к конкурентам, не давая времени фирме закрепиться на данном рынке.

Стратегия “цены проникновения” — значительное занижение цены с целью захвата массового рынка. Применение этой стратегии приводит к

падению привлекательности рынка для конкурентов, давая фирме преимущество во времени для закрепления на рынке, а также создает барьер для продуктов-подделок. В то же время рост спроса в результате снижения цены создает предпосылки использования концепции массового производства с сопутствующим снижением себестоимости и ростом прибыли. Разновидность данной стратегии является стратегия “цены вытеснения”, т.е. установления такой низкой цены, которая вообще исключает появление конкурентов.

Стратегия “стабильности цен” — установление цен, неизменных при любом изменении рыночных ситуаций. Применяя данную стратегию, фирма должна располагать постоянным резервом для снижения издержек, по возможности сохраняя прежний уровень качества.

Стратегия “ценовой дискриминации” — продажа одного и того же товара различным клиентам по разным ценам (с целью внедрения в посреднические структуры или поощрения потенциальных покупателей). Различают два варианта такой стратегии:

- а) льготы для постоянных покупателей, для известных лиц (например, популярных авторов), которые, используя товар, тем самым его рекламируют;
- б) разные цены устанавливаются в зависимости от времени пользования, конечной цели потребления, дифференциации потребителей и т.п., а также различные скидки с цены в зависимости от размера покупки, покупки набора, покупки по подписке и т.д.

Стратегия “следования за конкурентом” — линия поведения фирмы, основанная на копировании ценового лидера.

Методы ценообразования включают методы, ориентированные

- на затраты,
- спрос,
- конкурента,
- а также производные от них методы.

Затратные методы: — цена исчисляется как сумма издержек и наценки на них (прогрессивная калькуляция).

Методы, ориентированные на спрос: — ценообразование учитывает рыночную ситуацию и предпочтения потребителей и базируется на опросах потребителей, экспертных оценках, эксперименте.

Методы, ориентированные на конкуренцию основаны на результатах закрытых торгов.

Производственные методы ценообразования включают

- агрегативный метод, который определяет цену товара, состоящего из деталей или комплексных изделий как сумму цен их составляющих;
- метод обратной калькуляции: продажная цена минус скидка равняется затратам;
- метод калькуляционного выравнивания, который применяется, если цена, покрывающая затраты, не будет принята рынком или, наоборот, цена спроса не покрывает затрат.

Глава 7

ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В этой главе:

- | | | |
|-----|---|-----|
| 7.1 | Менеджмент,управленческая
деятельность, управлеченческое решение . . . | 152 |
| 7.2 | Управление персоналом | 162 |
| 7.3 | Финансовый менеджмент | 170 |
-

7.1 Менеджмент, управленческая деятельность, управленческое решение

Управление. Менеджмент, его составляющие, предмет менеджмента. Общий менеджмент и специальный менеджмент. Функции менеджмента. Принципы, обеспечивающие функционирование объекта. Методы управления. экономические, административные и социально-психологические. Управленческое решение. Виды управленческих решений.

Управление — сознательное целенаправленное воздействие со стороны субъектов, органов на людей и экономические объекты, осуществляющееся с целью направить их действия и получить желаемые результаты

Менеджмент — англоязычный аналог понятия “управление”, хотя в современном значении сущность менеджмента трактуется шире, чем управление.

Сущность менеджмента включает три составляющих

- 1) процесс управления в организациях,
- 2) науку об управлении и искусство управления;
- 3) людей, составляющих орган управления.

В менеджменте как науке об управлении в организациях разделяют общий и специальный менеджмент (рис. 7.1.1).

Общий менеджмент — изучает принципы и закономерности управления социально-экономическим процессами, функции управления, управленческий цикл, стратегическое управление, мотивацию, лидерство.

Объектами общего менеджмента являются люди в организациях и совокупность отношений между ними, возникающих в процессе управления этими организациями.

Специальный менеджмент — рассматривает управление специфическими объектами (например, финансовый менеджмент, управление персоналом и пр.).



Рис.7.1.1. Виды менеджмента

Объектами специального менеджмента являются особые отношения между людьми в организациях, отражающие специфику этих организаций, а так же некоторые виды специальных процессов (направленные финансовые потоки, инвестиционные процессы и т. д.).

Предметом менеджмента являются

- совокупность элементов системы управления:;
- экономический и финансовый механизм организации,
- организационные структуры,
- маркетинг,
- персонал,
- информация,
- корпоративная культура,
- поведение людей в организациях и др.

Функции менеджмента представлены в таблице 7.1.1.

Все функции менеджмента взаимно дополняют друг друга, раскрывая его сущность.

Реализация каждой функции менеджмента проявляются прежде всего в целях, методах оценки результатов, отчетности, процедурах контроля ответственности и системы стимулов.

Таблица 7.1.1

Функции менеджмента	
• Целеполагание	○ Прогнозирование
	▪ Планирование
	□ Организация
	❖ Координация
	➤ Принятие решений
	✓ Мотивация
	• Учет и контроль

К общим функциям менеджмента относят:

- планирование;
- организацию;
- мотивацию (активизацию);
- контроль и учет.

Планирование — это формирование цели управления, выбор путей и методов достижения этой цели.

Организация — это создание оптимальной структуры управления. Руководитель подбирает работников для конкретной работы, делегируя им задания или полномочия, или право использовать ресурсы предприятия;

Мотивация (активизация) — это совокупность методов, стимулирующих работников к наиболее эффективной работе.

Контроль и учет — это система регулирования деятельности работников по выполнению работы определенного количества и качества.

Общие принципы управления включают следующие:

- эффективность;
- ориентацию на разные критерии: социальные, экономические, экологические;
- системность или комплексность (нельзя решать одну проблему без учета другой, только прямых и обратных существенных связей);
- сочетание стратегического и оперативного управления;
- оптимальное сочетание рыночного и нерыночного подхода;
- сочетание отраслевого и территориального подхода.

Принципы, обеспечивающие функционирование объекта представлены в таблице 7.1.2.

Экономические методы управления — элементы экономического механизма организации или системы, с помощью которых обеспечивается прогрессивное развитие производства, успешное решение непроизводственных и некоммерческих задач.

Управление предприятием осуществляется с помощью методов и рычагов управления.

Метод применительно к управлению означает прием, способствующий достижению цели.

Стимул управляющего воздействия — это средство, применение которого позволяет выполнить поставленную задачу (цель).

Таблица 7.1.2

Принципы, обеспечивающие функционирование объекта	
Принципы	Решаемые вопросы
Принцип оптимизации	Какое решение должен принять руководитель, сконцентрировав всю полноту власти в своих руках или раздать большую часть своим коллегам? Чему отдать предпочтение — централизации или децентрализации? Какая структура управления в конкретной производственной ситуации является оптимальной?
Принцип делегирования полномочий	Передача своих возложенных обязанностей компетентным сотрудникам.
Принцип соответствия:	Выполняемая работа должна соответствовать интеллектуальным и физическим возможностям исполнителя, что необходимо использовать при подборе и расстановке кадров и в первую очередь при оценке собственных возможностей.
Принцип первого руководителя:	При выполнении важного задания контроль осуществляется первым лицом.

Успешное решение любой производственно-хозяйственной задачи на любом уровне управления требует комплексного применения различных методов управления и стимулов к труду.

К **методам управления** относятся экономические, административные и социально-психологические методы управления (рис. 7.1.2).

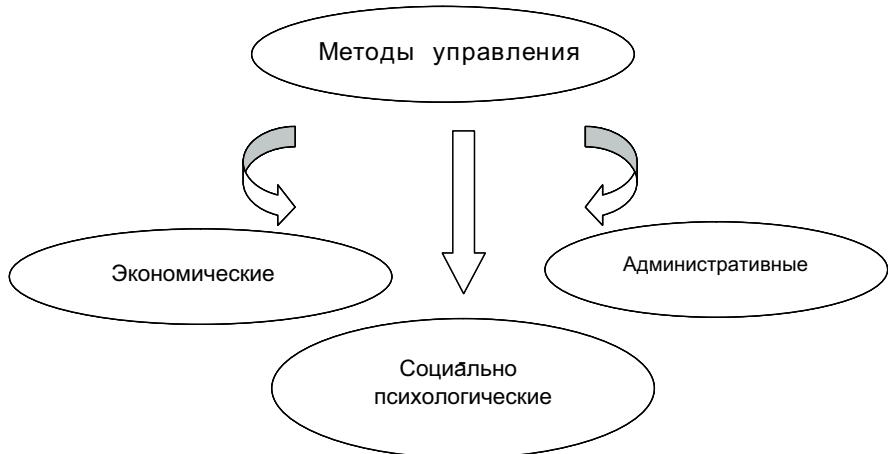


Рис. 7.1.2 Методы управления

В группу экономических методов управления включаются:

- методы экономического стимулирования (в том числе образование и использование фондов экономического стимулирования; премирование за создание и внедрение новой техники, изобретений; использование системы оплаты труда и материального поощрения работников предприятий и т. д.);
- методы ценообразования,
- элементы финансирования и кредитования,
- экономические санкции за соблюдение платёжной дисциплины; выполнение договоров и обязательств по поставкам и т. п.

Административные (организационно-распорядительные)

методы управления — методы, основанные на правовом обеспечении управления, в целях правового регулирования отношений, укрепления законности, защиты прав и законных интересов организации и его работников.

Основными задачами правового обеспечения являются: применение норм законодательства; разработка и утверждение локальных нормативных и ненормативных актов и изменение или отмена устаревших актов; применение в соответствии с действующим законодательством юридической ответственности за нарушение законов.

В группу *административных методов управления* включаются

- регламентирование;
- нормирование,

- инструктирование,
- приказы, указания и распоряжения администрации
- контроль за исполнением и т. д.

Таким образом, административные методы управления основываются на отношениях единоличия, дисциплины и ответственности, решают те же задачи, что и экономические методы, но осуществляются в форме организационного и распорядительного воздействия.

Социально-психологические методы управления — методы управления, основанные на социологических и психологических закономерностях.

В группу *социально-психологических методов управления* включаются:

- планирование социального развития коллектива;
- повышение активности и инициативы членов коллектива;
- установление в коллективе благоприятного психологического климата;
- использование различных форм коллективного и индивидуального морального поощрения;
- изучение и направленное формирование мотивов трудовой деятельности членов коллектива и учет их в управлении.

Для выявления социально-психологических факторов, влияющих на эффективность производства и качество труда, используются такие методы исследования, как анкетирование, интервьюирование, применение специальных тестов, хронометраж, наблюдения, опросы и т. д.

Принятие решений — составная часть любой управленческой функции. Необходимость принятия решений возникает на всех этапах процесса управления. Обычно в процессе какой — либо деятельности возникают ситуации, когда человек или группа людей сталкивается с необходимостью выбора одного из нескольких возможных вариантов действия. Результат этого выбора и будет являться решением.

Решения являются универсальной формой поведения как отдельной личности, так и социальных групп. Эта универсальность объясняется сознательным и целенаправленным характером человеческой деятельности. Однако, несмотря на универсальность решений, их принятие в процессе управления организацией существенно отличается от решений, принимаемых в частной жизни.

Управленческое решение — это выбор альтернативы, осуществлённый руководителем в рамках его должностных полномочий и компетенции и направленный на достижение целей организации.

Существует различные классификаций *управленческих решений* по разным признакам (табл. 7.1.3).

Таблица 7.1.3

Классификация управленческих решений	
Признаки	Группы
Степень повторяемости	<ul style="list-style-type: none">• Традиционные• Нетипичные
Значимость цели	<ul style="list-style-type: none">○ Стратегические○ Тактические
Сфера воздействия	<ul style="list-style-type: none">■ Глобальные■ Локальные
Длительность реализации	<ul style="list-style-type: none">□ Долгосрочные□ Краткосрочные
Прогнозируемые последствия	<ul style="list-style-type: none">• Корректируемые• Некорректируемые
Метод разработки решения	<ul style="list-style-type: none">○ Формализованные○ Неформализованные
Количество критериев выбора	<ul style="list-style-type: none">■ Однокритериальные■ Многокритериальные
Форма принятия	<ul style="list-style-type: none">□ Единоличные□ Коллегиальные
Способ фиксации решения	<ul style="list-style-type: none">• Документированные• Недокументированные
Характер использованной Информации	<ul style="list-style-type: none">○ Детерминированные○ Вероятностные

Степень повторяемости проблемы. В зависимости от повторяемости проблемы, требующей решения, все управленческие решения можно подразделить на традиционные, неоднократно встречавшиеся в практике управления, когда необходимо лишь сделать выбор из уже имеющихся альтернатив, и нетипичные, нестандартные решения, когда их поиск связан прежде всего с генерацией новых альтернатив.

Значимость цели. Принятие решения может преследовать собственную, самостоятельную цель или же быть средством способствовать достижению цели более высокого порядка. В соответствии с этим решения могут быть стратегическими или тактическими.

Сфера воздействия. Результат решения может оказаться на каком —

либо одном или нескольких подразделениях организации. В этом случае решение можно считать локальным. Решение, однако, может приниматься и с целью повлиять на работу организации в целом, в этом случае оно будет глобальным.

Длительность реализации. Реализация решения может потребовать нескольких часов, дней или месяцев. Если между принятием решения и завершением его реализации пройдет сравнительно короткий срок — решение краткосрочное. В то же время все более возрастает количество и значение долгосрочных, перспективных решений, результаты осуществления которых могут быть удалены на несколько лет.

Прогнозируемые последствия решения. Большинство управленческих решений в процессе их реализации так или иначе поддается корректировке с целью устранения каких — либо отклонений или учёта новых факторов, т.е. является корректируемым. Вместе с тем имеются и решения, последствия которых необратимы.

Метод разработки решения. Некоторые решения, как правило, типичные, повторяющиеся, могут быть с успехом формализованы, т.е. приниматься по заранее определённому алгоритму. Другими словами, формализованное решение — это результат выполнения заранее определённой последовательности действий.

Формализация принятия решений повышает эффективность управления в результате снижения вероятности ошибки и экономии времени: не нужно заново разрабатывать решение каждый раз, когда возникает соответствующая ситуация. Поэтому руководство организаций часто формализует решения для определённых, регулярно повторяющихся ситуаций, разрабатывая соответствующие правила, инструкции и нормативы.

В то же время в процессе управления организациями часто встречаются новые, нетипичные ситуации и нестандартные проблемы, которые не поддаются формализованному решению. В таких случаях большую роль играют интеллектуальные способности, талант и личная инициатива менеджеров.

Конечно, на практике большинство решений занимает промежуточное положение между этими двумя крайними точками, допуская в процессе их разработки как проявление личной инициативы, так и применение формальной процедуры. Конкретные методы, используемые в процессе принятия решений, рассмотрены ниже.

Количество критериев выбора. Если выбор наилучшей альтернативы

производится только по одному критерию (что характерно для формализованных решений), то принимаемое решение будет простым, однокритериальным. И наоборот, когда выбранная альтернатива должна удовлетворять одновременно нескольким критериям, решение будет сложным, многокритериальным. В практике менеджмента подавляющее большинство решений многоокритериальны, так как они должны одновременно отвечать таким критериям, как: объем прибыли, доходность, уровень качества, доля рынка, уровень занятости, срок реализации и т. п.

Форма принятия решений. Лицом, осуществляющим выбор из имеющихся альтернатив окончательного решения, может быть один человек и его решение будет соответственно единоличным. Однако в современной практике менеджмента всё чаще встречаются сложные ситуации и проблемы, решение которых требует всестороннего, комплексного анализа, т.е. участия группы менеджеров и специалистов. Такие групповые, или коллективные, решения называются коллегиальными.

Способ фиксации решения. По этому признаку управленческие решения могут быть разделены на фиксированные, или документальные (т.е. оформленные в виде какого либо документа — приказа, распоряжения, письма и т.п.), и недокументированные (не имеющие документальной формы, устные). Большинство решений в аппарате управления оформляется документально, однако мелкие, несущественные решения, а также решения, принятые в чрезвычайных, острых, не терпящих промедления ситуациях, могут и не фиксироваться документально.

Характер использованной информации. В зависимости от степени полноты и достоверности информации, которой располагает менеджер, управленческие решения могут быть детерминированными (принятыми в условиях определённости) или вероятностными (принятыми в условиях риска или неопределенности).

Решение — это выбор альтернативы. Необходимость принятия решений объясняется сознательным и целенаправленным характером человеческой деятельности, возникает на всех этапах процесса управления и составляет часть любой функции менеджмента.

Принятие решений (управленческих) в организациях имеет ряд отличий от выбора отдельного человека, так как является не индивидуальным, а групповым процессом.

На характер принимаемых решений огромное влияние оказывает степень полноты и достоверной информации, которой располагает менеджер. В зависимости от этого решения могут приниматься в условиях определенности (детерминированные решения) и риска или неопределенности

(вероятностные решения).

Комплексный характер проблем современного менеджмента требует комплексного, всестороннего их анализа, т. е. участия группы менеджеров и специалистов, что приводит к расширению коллегиальных форм принятия решений.

Принятие решения — не одномоментный акт, а результат процесса, имеющего определенную продолжительность и структуру. Процесс принятия решений — циклическая последовательность действий субъекта управления, направленных на разрешение проблем организации и заключающихся в анализе

7.2 Управление персоналом

Управление персоналом. Факторы воздействия на персонал. Цели и задачи управления персоналом. Нормирование труда. Распределение должностных обязанностей. Система оплаты труда. Система материального стимулирования. Карьера и мотивация. Виды карьеры и управление карьерой. Методы управления персоналом. Стили управления персоналом — авторитарный, демократический, либеральный.

Управление персоналом — целенаправленная деятельность руководящего состава организации, а также руководителей и специалистов подразделений системы управления персоналом, которая включает разработку концепции и стратегии кадровой политики и методов управления персоналом.

Основу концепции управления персоналом в настоящее время составляют возрастающая роль личности работника, знание его мотивационных установок, умение их формировать и направлять в соответствии с задачами, стоящими перед предприятием.

Управление персоналом в такой ситуации приобретает особую значимость, поскольку позволяет реализовать, обобщить широкий спектр вопросов адаптации личности к внешним условиям, учета личного фактора, в построении системы управления персоналом предприятия. Можно выделить три фактора, оказывающие воздействие на людей на предприятии — иерархическая структура организации, культура и рынок (табл. 7.2.1).

Эти факторы воздействия на практике редко реализуются в отдельности. При переходе к рынку происходит медленный отход от иерархического управления, жесткой системы административного воздействия, практически неограниченной исполнительной власти к рыночным взаимоотношениям, базирующимся на экономических методах. Поэтому необходима разработка принципиально новых подходов к приоритету ценностей, необходимо повернуть сознание работающего к потребителю, а не к начальнику; к прибыли, а не к расточительству; к инициатору, а не к бездумному исполнителю.

Таблица 7.2.1

Факторы воздействия на персонал	
Факторы воздействия	Сущность
Иерархическая структура предприятия	Основное средство воздействия — это отношение власти — подчинения, давление на человека сверху, с помощью принуждения, контроля над распределением материальных благ.
Культура	Вырабатываемые обществом, предприятием, группой людей совместные ценности, социальные нормы, установки поведения, которые регламентируют действия личности, заставляют индивида вести себя так, а не иначе без видимого принуждения
Рынок	Сеть равноправных отношений, основанных на купле-продаже продукции и услуг, отношениях собственности, равновесии интересов продавца и покупателя

Цели и задачи управления персоналом: в организации следующие:

- обеспечение кадрами и формирование трудового коллектива;
- организация эффективного использования персонала, включающую
 - нормирование;
 - распределение должностных обязанностей;
 - систему оплаты труда;
 - систему материального поощрения;
- содействие профессиональному и социальному развитию, в том числе управление деловой карьерой.

В соответствии с этими целями и задачами формируется система управления персоналом организации.

Важным условием эффективного труда является **формирование трудового коллектива** с точки зрения профессиональной подготовки, личных качеств, ценностной ориентации. Эффективная работа персонала во многом обеспечивается тем, насколько четко установлены трудовые взаимоотношения между работником и работодателем. Важно и соответствие трудовых отношений и их оформления социальному и трудовому законодательству, принятому в стране. В отечественной и зарубежной практике широко применяется контрактная система найма.

Трудовой договор (контракт) представляет собой непосредственное соглашение между предприятием в лице его администрации и человеком, поступающим на работу. В трудовом договоре должны быть обязательно оговорены пункты: трудовая функция (место работы, должностные обязанности, квалификация, специальность, название должности), размер заработной платы и время начала работы. По сроку действия трудовые договоры подразделяются на договоры, заключаемые на неопределенный срок, на срок не более трех лет и на время выполнения определенной работы.

Нормирование труда — это вид деятельности по управлению производством, цель которой состоит в определении необходимых затрат и результатов труда, а также установлении соотношений между численностью работников различных групп и количеством единиц оборудования.

Для правильной организации труда на предприятии необходимо знать *норму труда* каждого работника, необходимую для выполнения какой-либо работы. Нормирование труда — многоаспектная деятельность, которая включает:

- изучение передовых методов труда;
- анализ производственного процесса, разделение его на элементы;
- проектирование состава, регламента и последовательности выполнения технологического и трудового процесса;
- научное обоснование возможных вариантов нормируемой работы;
- определение величины норм труда, расчет норм и их внедрение;
- выбор оптимального варианта технологии, приемов и методов труда, систем обслуживания рабочих мест, режимов труда и отдыха.

Нормы труда определяют по нормативным материалам для нормирования труда.

Современному предпринимателю полезно знать, что заинтересованный, свободный работник может быть полезнее на предприятии, он может сделать больше, чем установлено «нормами».

При создании фирмы прежде всего необходимо продумать **распределение должностных обязанностей** менеджеров, рабочих, служащих.

Общие хозяйствственные задачи, как правило, обширны и сложны. Сфера деятельности в большинстве случаев группируются по функциональному принципу и с учетом этого выделяют

- отделы производства,
- сбыта,
- финансов,
- управления.

Эти сферы деятельности взаимосвязаны, предполагают тесное сотрудничество работников, занятых в них. Поэтому необходимо точно распределить должностные обязанности и установить, кто и какие задачи должен выполнять. Для большей организационной четкости задачи перед работниками фирмы следует ставить в письменном виде, в форме должностных инструкций. Однако одного распределения задач недостаточно. Тот, на кого возлагаются обязанности решать определенные задачи, должен иметь также необходимые условия для их успешного выполнения. Для этого работнику необходимо иметь способности, образование, профессиональные навыки и практический опыт.

При определении масштабов управления следует учитывать несколько факторов, имеющих существенное значение. Наряду со степенью сложности, характером выполняемой работы необходимо учитывать субъективные возможности менеджера, его способности сотрудничать с коллективом. Менеджер может уменьшить время, необходимое для управления и контроля путем:

- делегирования полномочий по выполнению определенных задач;
- составления четкого и краткого плана;
- разработки приемов и методов эффективной организации трудового процесса;
- использования контрольно-проверочных нормативов

Каждый предприниматель сталкивается с проблемой **организации оплаты труда**. Всякий труд должен быть оплачен. Но предпринимателя заботит не только факт оплаты труда, его заботит и сам труд, его качество и производительность: нельзя платить просто за пребывание на рабочем месте, нельзя допускать и простоее работников по вине поставщиков или нерадивости управляющих, нельзя не реагировать положительно на добросовестный труд.

Заработка плата должна непосредственно зависеть от качества и количества труда. Определяющей в оплате труда является квалификация работника — его способность выполнять работу определенной сложности. Каждый должен получать по тому, как и сколько он работает, но и работать он будет так, как получает. Необоснованно низкая заработка

плата вынуждает работника искать другого предпринимателя или другие источники дохода. Это отрывает от основной работы и снижает «отдачу» работника.

Заработную плату целесообразно рассматривать как состоящую из двух частей:

- одной неизменной и гарантированной,
- второй — переменной и зависящей от достигнутых личных результатов.

При организации работы с персоналом необходимо приложить немало усилий, чтобы специалисты, работающие на предприятии, испытывали удовлетворение от работы, чувствовали себя индивидуальностями. Наиболее удачно будут складываться дела там, где работники верят в надежность и стабильность предприятия, ощущают нужность своей работы, удовлетворены своим статусом, положением в производственной структуре и в коллективе.

Признание заслуг и поощрение работника — дело сложное и многоплановое. Для стимулирования труда и поддержания нормальных отношений в трудовом коллективе должна применяться продуманная **система материального стимулирования труда**. Это могут быть доплаты, премии. Но деньги должны выплачиваться за конечный результат, за конкретные заслуги. Вознаграждение за труд хорошего работника может быть и в оплате обучения его детей, оплате медицинских услуг, путевок. Работники должны не только получать деньги, соответствующие их заслугам, они должны понимать, что организация во всем заботится об их жизни.

Постоянный поиск форм и методов поощрения труда — залог предпринимательского успеха.

В настоящее время получили распространение такие меры и формы материального стимулирования,

- доплаты, премии за конечный результат работы, ее качество и т. п.;
- оплата проезда сотрудников до места работы,
- бесплатное медицинское обслуживание и лечение,
- выдача учебных пособий для повышения квалификации,
- предоставление оздоровительных и туристических путевок,
- оплата расходов по содержанию автомобиля, используемого в служебных целях,
- бесплатное питание.

Карьера — это субъективно осознанные суждения работника о своем трудовом будущем, ожидаемые пути самовыражения и удовлетворения трудом. Понятие карьеры тесно связано с *мотивацией*.

Мотивация — внешнее или внутреннее побуждение экономического субъекта к деятельности во имя достижения каких-либо целей, наличие интереса к такой деятельности и способы его инициирования, побуждения

Это поступательное продвижение работника по служебной лестнице, изменение навыков, способностей, квалификационных возможностей и размеров вознаграждения, связанных с деятельностью работника облавливается его мотивацией. Жизнь человека вне работы имеет значительное влияние на карьеру, является частью карьеры. Это продвижение вперед по однажды выбранному пути деятельности. Например, получение больших полномочий, более высокого статуса, престижа, власти, большего количества денег.

Различают **два вида карьеры**:

- профессиональная;
- внутриорганизационная.

Профессиональная карьера характеризуется тем, что конкретный сотрудник в процессе своей профессиональной деятельности проходит различные стадии развития: обучение, поступление на работу, профессиональный рост, поддержка индивидуальных профессиональных способностей, уход на пенсию. Эти стадии конкретный работник может пройти последовательно в разных организациях.

Наряду с профессиональной карьерой следует выделять внутриорганизационную карьеру. Она охватывает последовательную смену стадий развития работника в рамках одной организации.

Любой человек планирует своё будущее, основываясь на своих потребностях и социально-экономических условиях, и желает знать перспективы служебного роста и возможности повышения квалификации в данной организации, а также условия, которые он должен для этого выполнить. В противном случае мотивация поведения становится слабой, человек работает не в полную силу, не стремится повышать квалификацию и рассматривает организацию как место переждать некоторое время перед переходом на новую, более перспективную работу.

Целью карьеры нельзя назвать область деятельности, определенную работу, должность, место на служебной лестнице. Цели карьеры проявляются в причине, по которой человек хотел бы иметь эту конкретную работу, занимать определенную ступеньку на иерархической лестнице

должностей. Цели карьеры меняются с возрастом, а также по мере того, как меняется человек, его квалификация и т.д. Формирование целей карьеры — это процесс постоянный.

Управление карьерой в организации следует начинать при приеме на работу. При приеме на работу работнику задаются вопросы, в которых изложены требования организации-работодателя. Работнику же следует задавать вопросы, отвечающие его целям, формирующие его требования.. Правильная самооценка своих навыков и деловых черт предполагает знание себя, своей силы, слабостей и недостатков. Только при этом условии можно правильно поставить цели карьеры.

Если рассмотреть всю совокупность **методов управления персоналом** в организации, то их можно разделить, как и все методы управления , на три группы

- административные;
- экономические;
- социально-психологические

Состав этих методов представлен на рис. 7.2.1.

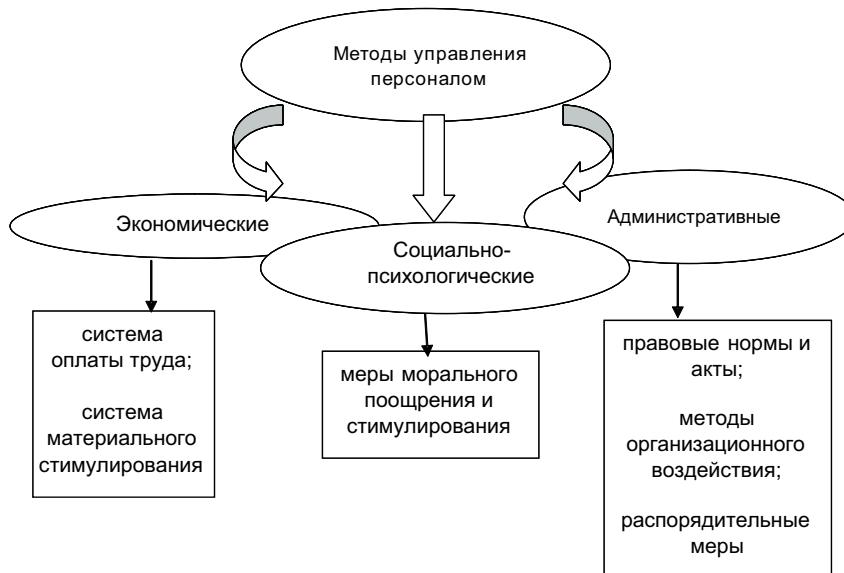


Рис. 7.2.1

Структура управления персоналом в конкретной организации во многом определяется ее миссией, характером и размерами. На мелких и средних предприятиях многие функции по управлению персоналом выполняют

преимущественно линейные руководители. На крупных предприятиях формируются самостоятельные структурные подразделения по реализации функций управления персоналом.

На ряде предприятий формируются структуры управления персоналом, объединяющие под единым руководством заместителя директора по управлению персоналом все подразделения, имеющие отношение к работе с кадрами. Новые службы управления персоналом создаются, как правило, на базе традиционных служб: отдела кадров, отдела организации труда и заработной платы, отдела охраны труда и техники безопасности и др. Задачи новых служб заключаются в реализации кадровой политики и координации деятельности по управлению трудовыми ресурсами на предприятии. В связи с этим они начинают расширять круг своих функций и от чисто кадровых вопросов переходят к разработке систем стимулирования трудовой деятельности, управлению профессиональным продвижением, предотвращению конфликтов, изучению рынка трудовых ресурсов и т. п.

Различают несколько разновидностей *стилей управления* персоналом.

Стиль управления (руководства) — способ обращении руководителей с подчиненными, характер отношений с подчиненными в процессе исполнения служебных обязанностей.

Авторитарный стиль руководства — руководитель вырабатывает директивы, команды, распоряжения, подлежащие неукоснительному исполнению со стороны подчиненных руководителю

Демократический стиль руководства — руководитель вырабатывает директивы, команды, распоряжения на основе предложений, вырабатываемых общим собранием работников или кругом уполномоченных лиц.

Либеральный стиль руководства — руководитель вырабатывает директивы, команды, распоряжения, подлежащие неукоснительному исполнению со стороны подчиненных руководителю лиц на основе собственного мнения с учетом (“прислушиваясь”) мнения подчиненных.

7.3 Финансовый менеджмент

Финансовый менеджмент, принципы, цели и задачи . Функции финансового менеджмента как управляющей системы и специальной части управления. Механизм финансового менеджмента.

Финансовый менеджмент — система принципов и методов разработки и реализации управленческих решений, связанных с формированием, распределением и использованием финансовых ресурсов предприятия и организацией оборота его денежных средств.

Эффективное управление финансовой деятельностью предприятия обеспечивается при реализации **принципов**:

- интегрированности с общей системой управления организацией;
- комплексного характера формирования управленческих решений;
- высокого динамиза управления;
- многовариантности подходов к разработке отдельных управленческих решений;
- ориентированности на стратегические цели развития предприятия

Эффективный финансовый менеджмент, организованный с учетом изложенных принципов, позволяет

- формировать: достаточный ресурсный потенциал для деятельности организации,
- обеспечивать постоянный рост собственного капитала,
- обеспечивать стабильное экономическое развитие в перспективе.

Целью финансового менеджмента коммерческой организации является обеспечение максимизации благосостояния собственников предприятия в текущем и перспективном периоде.

В процессе реализации своей главной цели финансовый менеджмент направлен на решение задач, представленных в табл. 7.1.2:

Все указанные задачи финансового менеджмента взаимосвязаны, хотя отдельные из них и носят разнонаправленный характер (например, обеспечение максимизации суммы прибыли при минимизации уровня

финансового риска; обеспечение формирования достаточного объема финансовых ресурсов и постоянного финансового равновесия предприятия в процессе его развития и т. п.).

Таблица 7.1.2

Задачи финансового менеджмента	
Задача	Направления решения задач
Обеспечение достаточного объема финансовых ресурсов	<ul style="list-style-type: none"> • Определения общей потребности в финансовых ресурсах • Максимизация объема привлечения собственных финансовых ресурсов • Управление привлечением заемных финансовых средств
Обеспечение эффективного использования финансовых ресурсов	<ul style="list-style-type: none"> ○ Установление необходимой пропорциональности в использовании финансовых ресурсов на цели производственного и социального развития предприятия ○ Определение необходимого уровня доходов на инвестированный капитал собственникам предприятия и т. п.
Оптимизация денежного оборота	<ul style="list-style-type: none"> □ Эффективное управление денежными потоками предприятия в процессе кругооборота его денежных средств □ Обеспечение синхронизации объемов поступления и расходования денежных средств по отдельным периодам □ Поддержанием необходимой ликвидности в оборотных активов
Максимизация прибыли при заданном уровне финансового риска	<ul style="list-style-type: none"> • Эффективное управление активами предприятия • Вовлечение в хозяйственный оборот заемных финансовых средств • Выбор наиболее эффективных направлений операционной и финансовой деятельности
Минимизация финансового риска при заданном уровне прибыли	<ul style="list-style-type: none"> ○ Диверсификация видов операционной и финансовой деятельности ○ Диверсификация портфеля финансовых инвестиций ○ Профилактика и снижение отдельных финансовых рисков ○ Внутреннее и внешнее страхование
Обеспечение финансового равновесия	<ul style="list-style-type: none"> □ Обеспечение формирования оптимальной структуры капитала и активов □ Эффективные пропорции в объемах формирования финансовых ресурсов за счет различных источников □ Достаточным уровнем самофинансирования инвестиционных потребностей.

Финансовый менеджмент реализует свою главную цель и основные задачи путем осуществления определенных функций, которые подразделяются на две основные группы (рис. 7.3.1).



Рис. 7.3.1

Рассмотрим подробно функции финансового менеджмента как управляющей системы.

❖ Разработка финансовой стратегии организации

В процессе реализации этой функции исходя из общей стратегии развития организации и прогноза конъюнктуры финансового рынка

- формируется система целей и целевых показателей финансовой деятельности на долгосрочный период;
- определяются приоритетные задачи, решаемые в ближайшей перспективе;
- разрабатывается политика действий предприятия по основным направлениям его финансового развития

Финансовая стратегия предприятия рассматривается как неотъемлемая составная часть общей стратегии его экономического развития.

❖ Формирование эффективных информационных систем, обеспечивающих обоснование альтернативных вариантов управленческих решений.

В процессе реализации этой функции должны быть определены

- объемы и содержание информационных потребностей финансового менеджмента;
- сформированы внешние и внутренние источники информации, удовлетворяющие эти потребности;
- организован постоянный мониторинг финансового состояния предприятия и конъюнктуры финансового рынка.

❖ Осуществление анализа различных аспектов финансовой деятельности организаций

В процессе реализации этой функции проводятся экспресс-анализ и углубленный анализ

- отдельных финансовых операций;
- результатов финансовой деятельности отдельных дочерних предприятий, филиалов;
- обобщенных результатов финансовой деятельности предприятия в целом и в разрезе отдельных ее направлений.

❖ Осуществление планирования финансовой деятельности организации по основным ее направлениям

Реализация этой функции связана с разработкой системы текущих планов и оперативных бюджетов по основным направлениям финансовой деятельности, различным структурным подразделениям и по организации в целом. Основой такого планирования является разработанная финансовая стратегия организации, требующая конкретизации на каждом этапе его развития

❖ Разработка системы стимулирования реализации принятых управленческих решений в области финансовой деятельности

В процессе реализации этой функции формируется система поощрения и санкций в разрезе руководителей и менеджеров отдельных структурных

подразделений организации за выполнение или невыполнение установленных целевых финансовых показателей, финансовых нормативов и плановых заданий. Индивидуализация такой системы стимулирования обеспечивается путем внедрения на предприятии контрактной формы оплаты труда руководителей подразделений и финансовых менеджеров

❖ Осуществление эффективного контроля за реализацией принятых управленческих решений в области финансовой деятельности

Реализация этой функции финансового менеджмента связана с созданием систем внутреннего контроля на предприятии, разделением контрольных обязанностей отдельных служб и финансовых менеджеров, определением системы контролируемых показателей и контрольных периодов, оперативным реагированием на результаты осуществляющегося контроля.

В группе **функций финансового менеджмента как специальной области управления** предприятием основным является (см. табл. 7.3.2):

Таблица 7.3.2

Функции финансового менеджмента	
Управление активами	<ul style="list-style-type: none">• Управление оборотными активами• Управление внеоборотными активами• Оптимизация состава активов
	<ul style="list-style-type: none">○ Управление собственным капиталом○ Управление заемным капиталом○ Оптимизация структуры капитала
	<ul style="list-style-type: none">■ Управление реальными инвестициями■ Управление финансовыми инвестициями
Управление денежными потоками	<ul style="list-style-type: none">□ Управление денежными потоками по операционной деятельности□ Управление денежными потоками по инвестиционной деятельности□ Управление денежными потоками по финансовой деятельности
	<ul style="list-style-type: none">• Управление составом финансовых рисков• Управление профилактикой финансовых рисков• Управление страхованием финансовых рисков
	<ul style="list-style-type: none">○ Управление устранением неплатежеспособности○ Управление восстановлением финансовой устойчивости○ Управление обеспечением финансового равновесия○ Управление санацией

❖ Управление активами

Функциями этого управления являются выявление реальной потребности в отдельных видах активов исходя из предусматриваемых объемов операционной деятельности предприятия и определение их суммы в целом, оптимизация состава активов с позиций эффективности комплексного их использования, обеспечение ликвидности отдельных видов оборотных активов и ускорение цикла их оборота, выбор эффективных форм и источников их финансирования.

❖ Управление капиталом

В процессе реализации этой функции определяется общая потребность в капитале для финансирования формируемых активов предприятия; оптимизируется структура капитала в целях обеспечения наиболее эффективного его использования, разрабатывается система мероприятий по рефинансированию капитала в наиболее эффективные виды активов.

❖ Управление инвестициями

Функциями этого управления являются формирование важнейших направлений инвестиционной деятельности предприятия; оценка инвестиционной привлекательности отдельных реальных проектов и финансовых инструментов и отбор наиболее эффективных из них; формирование реальных инвестиционных программ и портфеля финансовых инвестиций; выбор наиболее эффективных форм финансирования инвестиций.

❖ Управление денежными потоками

Функциями этого управления является формирование входящих и выходящих потоков денежных средств предприятия, их синхронизация по объему и во времени по отдельным предстоящим периодам, эффективное использование остатка временно свободных денежных активов

❖ Управление финансовыми рисками

В процессе реализации этой функции выявляется состав основных финансовых рисков, присущих хозяйственной деятельности данного предприятия; осуществляется оценка уровня этих рисков и объем связанных с ними возможных финансовых потерь в разрезе отдельных операций и по хозяйственной деятельности в целом; формируется система мероприятий по профилактике и минимизации отдельных финансовых рисков, а также их страхованию.

❖ Антикризисное финансовое управление при угрозе банкротства

В процессе реализации этой функции на основе постоянного мониторинга финансового состояния предприятия диагностируется угроза его

банкротства; оценивается уровень этой угрозы; используются внутренние механизмы финансовой стабилизации предприятия, а в необходимых случаях — обосновываются направления и формы его санации.

Основные функции финансового менеджмента как специальной области управления предприятием рассмотрены в агрегированном виде. Каждая из этих функций может быть конкретизирована более целенаправленно с учетом специфики предприятия как объекта финансового управления и основных форм его финансовой деятельности. С учетом осуществления такой конкретизации на каждом предприятии стится многоуровневая функциональная система управления финансовой деятельностью.

Разработка и реализация управленческих решений в финансовой сфере деятельности организации осуществляется с помощью специального механизма.

Механизм финансового менеджмента — система основных элементов, регулирующих процесс разработки и реализации управленческих решений в области финансовой деятельности организации

Элементы механизма финансового менеджмента представлены на рис. 7.3.2.

Нормативно-правовое регулирование финансовой деятельности предприятия

Принятие законов и других нормативных актов, регулирующих финансовую деятельность предприятий, представляет собой одно из направлений реализации внутренней финансовой политики государства. Законодательные и нормативные основы этой политики регулируют финансовую деятельность предприятия в разных формах.

Рыночный механизм регулирования финансовой деятельности предприятия

Этот механизм формируется прежде всего в сфере финансового рынка в разрезе отдельных его видов и сегментов. Спрос и предложение на финансовом рынке формируют уровень цен (ставки процента) и котировок по отдельным финансовым инструментам, определяют доступность кредитных ресурсов в национальной и иностранной валютах, выявляют среднюю норму доходности капитала, определяют систему ликвидности отдельных фондовых и денежных инструментов, используемых предприятием в процессе своей финансовой деятельности. По мере углубления рыночных отношений роль рыночного механизма регулирования финансовой деятельности предприятий будет возрастать.



Рис. 7.3.2. Структура механизма финансового менеджмента

Внутренний механизм регулирования отдельных аспектов финансовой деятельности предприятия

Механизм такого регулирования формируется в рамках самого предприятия, соответственно регламентируя те или иные оперативные управленческие решения по вопросам его финансовой деятельности. Так, ряд аспектов финансовой деятельности регулируется требованиями устава предприятия. Отдельные из этих аспектов регулируются разработанными на предприятии финансовой стратегией и целевой финансовой политикой по отдельным направлениям финансовой деятельности. Кроме того, на предприятии может быть разработана и утверждена система внутренних нормативов и требований по отдельным аспектам финансовой деятельности.

Система конкретных методов и приемов осуществления управления финансовой деятельностью предприятия

В процессе анализа, планирования и контроля финансовой деятельности используется обширная система методов и приемов, с помощью которых достигаются необходимые результаты. К числу основных из них относятся методы: технико-экономических расчетов, балансовый, экономико-статистические, экономико-математические, сравнения и другие.

Глава 8

ПЛАНИРОВАНИЕ. БИЗНЕС- ПЛАНИРОВАНИЕ

В этой главе:

8.1	Планирование как функция управления. Виды планирования	179
8.2	Бизнес-план	188
8.3	Финансовый план, бюджет и бюджетирование	199

8.1 Планирование как функция управления. Виды планирования

Планирование — внутренние противоречия, сущность, элементы. Задачи планирования и прогнозирования. Принципы планирования. Методы разработки планов. Виды планирования — текущее и перспективное. Элементы планирования. Схема стратегического планирования.

Планирование — обоснование и выбор целей функционирования и развития организации (системы) и средств их достижения.

Планирование имеет следующие **внутренние противоречия**:

- необходимость обеспечения функционирования и развития:
 - функционирование связано с цикличностью производственно-го процесса, требует немедленного покрытия издержек производства,
 - развитие требует инвестиций в будущие периоды, включения новых агентов производства, повышающих риск;
- двойственный характер цели — она субъективна и объективна одновременно, откуда возникает противоречие между материальным и идеальным, теорией и практикой, детерминированным и вероятностным и т. д.

Планирование и прогнозирование являются важнейшими функциями процесса управления и решают ряд задач (табл. 8.1.1).

Принципы планирования — основные теоретические положения, которыми руководствуется организация, его работники в процессе планирования. Принципы, предопределяют направления и конкретное содержание плановой работы на предприятии. Принципы планирования представлены на рис. 8.1.1.

План как итог планирования для исполнителей является директивным документом и должен включать как директивные, так и индикативные (рекомендательные) показатели, причем с увеличением срока планирования число директивных показателей сокращается, а индикативных — растет.

Таблица 8.1.1.

Задачи планирования и прогнозирования	
1	Предвидение перспектив развития организации на будущее
2	Рациональное распределение и использование ресурсов организации
3	Обеспечение устойчивости организации и снижение риска банкротства
4	Повышать эффективности деятельности организации
5	Улучшение финансового состояния организации
6	Обеспечение координации действий в организации и др.

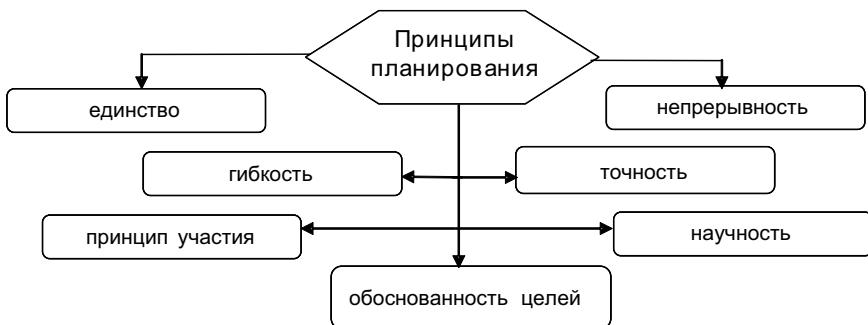


Рис. 8.1.1. Принципы планирования

К основным методам разработки планов можно отнести: следующие

- балансовый,
- нормативный,
- метод планирования по технико-экономическим факторам,
- программно-целевой,
- многовариантных расчетов (последовательных приближений),
- экономико-математические методы.

Балансовый метод наиболее широко используется при планировании на макроэкономическом уровне.

Однако он находит применение и на уровне предприятия. При использовании этого метода составляют различного рода балансы:

- ❖ материальные (балансы топлива, электроэнергии, оборудования, строительных материалов и т. д.);

- ❖ трудовые (баланс рабочей силы, баланс рабочего времени);
- ❖ финансовые (баланс денежных доходов и расходов, бухгалтерский баланс, кассовый план и др.);
- ❖ комплексные (баланс производственной мощности).

Суть **нормативного метода** заключается в том, что в процессе планирования применяется целая система норм и нормативов (нормы расхода сырья и материалов, нормы выработки и обслуживания, трудоемкость, нормы численности, нормативы использования машин и оборудования, нормативы организации производственного процесса, длительность производственного цикла, запасы сырья, материалов и топлива, незавершенного производства, финансовые нормативы и др.).

Метод планирования по технико-экономическим факторам применяется в основном при планировании издержек производства и реализации продукции, производственной программы и некоторых других разделов плана предприятия (например, план по труду и кадрам).

При этом методе планирования должны быть учтены многочисленные факторы:

- технические (внедрение новой техники и технологии, новых материалов и др.);
- организационные;
- изменение объема производства, номенклатуры и ассортимента выпускаемой продукции;
- рыночные и др.

При планировании решения многосложных задач, задач оптимизационного характера могут быть применены программно-целевой метод, метод многовариантных расчетов либо экономико-математические методы.

Как правило, при планировании на предприятии одновременно используется не какой-либо один из вышеперечисленных методов, а весь их комплекс.

Содержание внутриорганизационного планирования как функции управления организацией состоит в обоснованном определении основных направлений и пропорций развития производства с учетом материальных источников его обеспечения и рыночного спроса.

Сущность планирования проявляется в:

- конкретизации целей развития всей организации и каждого подразделения в отдельности на установленный период времени;
-

- 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 организации. Оно предусматривает разработку комплекса мероприятий, определяющих последовательность достижения конкретных целей с учетом возможностей наиболее эффективного использования ресурсов каждым производственным подразделением и всей организацией. Поэтому планированием призвано обеспечить взаимоувязку между отдельными структурными подразделениями организации, включающими всю технологическую цепочку: научные исследования и разработки, производство и сбыт, сервис. 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.

Внутриорганизационное планирование охватывает как текущее, так и перспективное планирование, осуществляющееся в виде прогнозирования и программирования (рис. 8.1.2).

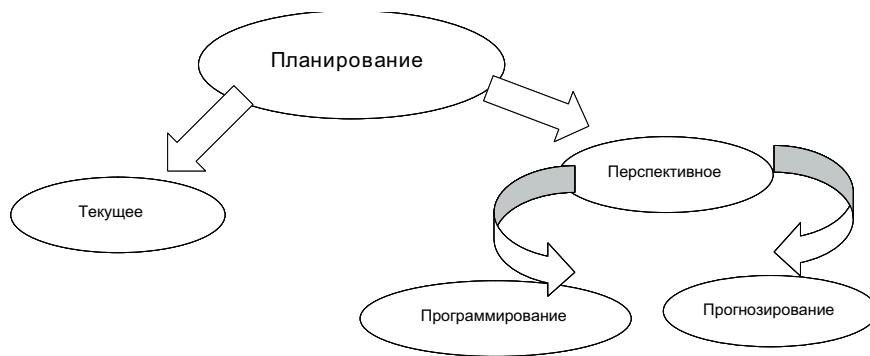


Рис. 8.1.2. Виды планирования

Если перспективное планирование призвано определить общие стратегические цели и направления развития организации, необходимые для этого ресурсы и этапы решения поставленных задач, то разрабатываемые на его основе текущие планы ориентированы на фактическое достижение

намеченных целей исходя из конкретных условий и состояния рынка на каждом данном этапе развития. Поэтому текущие планы дополняют, развивают и корректируют перспективные направления развития с учетом конкретной обстановки.

Уровень и качество планирования определяются следующими важнейшими условиями:

- компетентностью руководства организации на всех уровнях управления;
- квалификацией специалистов, работающих в функциональных подразделениях;
- наличием информационной базы
- обеспеченностью компьютерной техникой.

Планирование включает ряд элементов (табл. 8.1.2)

Таблица 8.1.2

Элементы планирования	
1	Обоснованный выбор целей
2	Определение политики
3	Разработку мер и мероприятий
4	Выбор методов достижения целей
5	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 (рис. 8.1.3).

Планирование направлено на оптимальное использование возможностей организации, в том числе наилучшее использование всех видов ресурсов и предотвращение ошибочных действий.

В зависимости от **направленности и характера решаемых задач** различают три вида планирования:

- стратегическое (перспективное),
- среднесрочное (бизнес-план),
- текущее (тактическое).

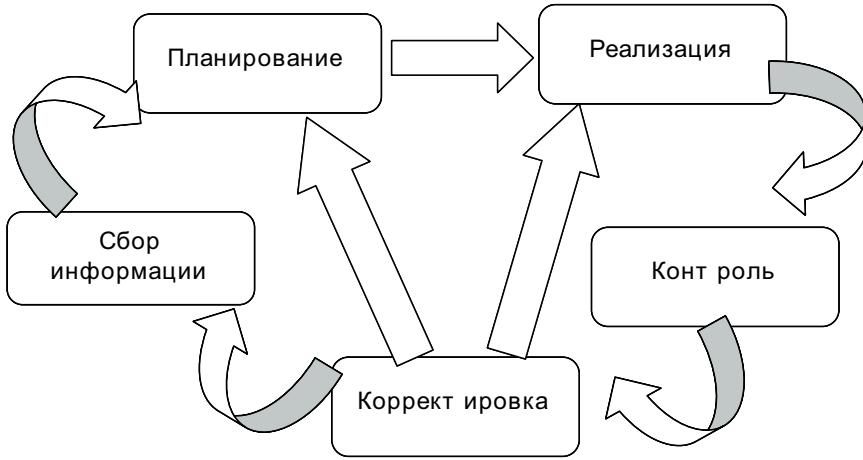


Рис. 8.1.3. Общая схема процесса управления организацией

Стратегическое планирование заключается в основном в определении главных целей деятельности организации, охватывает период в 10-15 лет, основывается на глобальных ресурсах.

Текущее планирование заключается в основном 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.

Стратегическое планирование ставит целью дать комплексное научное обоснование проблем, с которыми может столкнуться организация в предстоящем периоде, и на этой основе разработать показатели развития организации на плановый период.

В основу при разработке плана кладется:

- анализ перспектив развития организации;
- анализ позиций в конкурентной борьбе;
- выбор стратегии и определение приоритетов по конкретным видам деятельности;
- анализ направлений диверсификации.

На рис. 8.1.4 представлена схема стратегического планирования, которая демонстрирует, что перспективы и цели связаны между собой для выработки стратегии. Текущие программы (бюджеты) ориентируют оперативные подразделения организации в их повседневной работе, направленной на обеспечение текущей рентабельности, стратегические программы и бюджеты закладывают основы будущей рентабельности,

что требует создания специальной системы исполнения, построенной на управлении проектами.

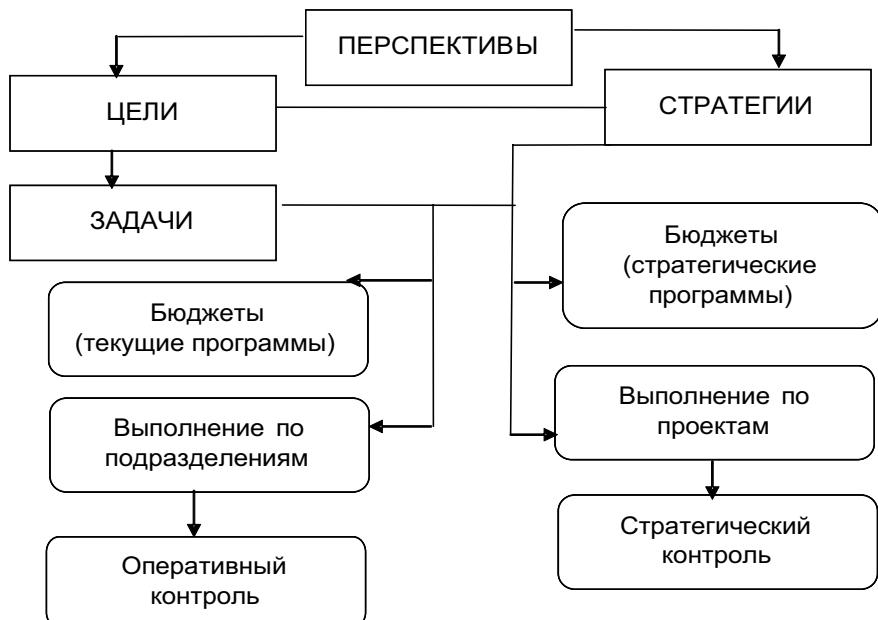


Рис. 8.1.4. Схема стратегического планирования

Стратегический план выражен **стратегией организации**. 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 охватывают пятилетний срок, как наиболее удобный для обновления производственного аппарата и ассортимента продукции. В них формируются основные задачи на установленный период, например, производственная стратегия организации, стратегия сбыта, финансовая стратегия и т.п. Среднесрочные планы предусматривают разработку в определенной последовательности мероприятий, направленных на достижение целей, намеченных долгосрочной программой развития.

Среднесрочный план обычно содержит количественные показатели. В нем приводятся детальные сведения о продуктах, капиталовложениях, источниках финансирования. Он разрабатывается в производственных отделениях.

Основным видом среднесрочных планов является бизнес-план.

Текущее планирование осуществляется путем детальной разработки (обычно на год) оперативных планов для организации в целом и ее отдельных подразделений. Основными звенями текущего плана являются календарные планы. Особенно часто в ходе текущего планирования разрабатываются планы маркетинга.

В зависимости от признаков и особенностей существует традиционная классификация видов планирования и, в частности, планирования на уровне предприятия.

По содержанию, характеру задач и способам их решения выделяется

- технико-экономическое;
- оперативно-производственное планирование.

Технико-экономическое планирование определяет, направляет и организует все стороны производственно-хозяйственной деятельности предприятия в части основных направлений развития, объемов производства, потребности в ресурсах, определения конечных результатов.

Технико-экономическое планирование составляет основу **оперативно-производственного планирования**, которое заключается в календарной увязке производственного процесса, выполняемого в подразделениях предприятия вплоть до рабочих мест, с учетом последовательности изготовления продукции, длительности циклов обработки и сборки. Взаимосвязь технико-экономического и оперативно-производственного планирования подчеркивает такие принципы планирования, как их комплексность и непрерывность.

Эти же принципы планирования проявляются и в существовании различных по охватываемому периоду времени планов.

По таким **временным горизонтам** различают следующие виды планирования:

- краткосрочное, или текущее (плановый период — один год),
- среднесрочное (до 5 лет);
- долгосрочное (более 5 лет).

Два последних вида планирования иногда объединяют одним названием — перспективное планирование. Сложность и длительность цикла осуществления крупных структурных сдвигов в экономике, требующих глубокого перераспределения ресурсов, смена приоритетов в развитии делают неизбежной необходимость использования перспективного планирования. В свою очередь, конкретизация поставленных в этих планах задач достигается с помощью текущего годового планирования.

Содержание внутриорганизационного планирования как функции управления организацией состоит в обоснованном определении основных направлений и пропорций развития производства с учетом материальных источников его обеспечения и рыночного спроса.

Сущность планирования проявляется в конкретизации целей развития всей организации и каждого подразделения в отдельности на установленный период времени; определении хозяйственных задач, средств их достижения, сроков и последовательности реализации; выявлении материальных, трудовых и финансовых ресурсов, необходимых для решения поставленных задач.

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 организации.

8.2 БИЗНЕС-ПЛАН

Бизнес-план. Круг пользователей. Типовая структура бизнес-плана. Титульный лист. Вводная часть. Анализ положения дел в отрасли. Производственный план. План по маркетингу. Организационный план. Приложения к бизнес-плану.

Бизнес-план — документ, в котором формулируются цели предприятия,дается их обоснование, определяются пути достижения, необходимые для реализации средства и конечные финансовые показатели работы.

Как правило, бизнес-план разрабатывается на несколько лет (на 3 — 5 лет) с разбивкой по годам.

Характеристики проекта, выражаемые в бизнес-плане, включают:

- сущность проекта (вид деятельности);
- обоснование проекта (состояние спроса и предложения);
- обеспечение (производственный, маркетинговый и организационный планы);
- необходимые для реализации проекта средства;
- конечные финансовые итоги осуществления проекта.

Круг пользователей бизнес-плана включает:

- разработчиков,
- сотрудников предприятия, которые могут принимать участие в подготовке бизнес-плана;
- потенциальные инвесторов, которых необходимо убедить в высокой степени надежности, перспективности, проработанности и окупаемости проекта.

Разные виды бизнеса обычно требуют отражения в бизнес-планах совершенно различной информации в различных формах. Не существует универсальных проектов и тождественных источников средств, а соответственно единой стандартной формы бизнес-плана.

В российских условиях при размещении на конкурсной основе централизованных бюджетных инвестиционных ресурсов для составления бизнес-планов разработаны типовые формы и типовое положение об оценке эффективности инвестиционных проектов. Бизнес-план представляет

собой неотъемлемую часть заявки претендента на участие в конкурсном распределении централизованных инвестиционных ресурсов. Мы будем придерживаться такой же логики построения бизнес-плана.

Типовая структура бизнес представлена в таблице 8.2.2.

Таблица 8.2.2.

Типовая структура бизнес-плана	
1.	Титульный лист
2.	Вводная часть (резюме)
3.	Анализ положения дел в отрасли
4.	Производственный план
5.	План по маркетингу
6.	Организационный план
7.	Финансовый план

1. Титульный лист

В нем представлены общие сведения о фирме, стоимость проекта, потребности в финансировании (табл. 8.2.3).

2. Вводная часть (резюме)

В вводной части приведены обоснование сущности проекта, его перспективности, необходимого объема инвестиций, общая стоимость проекта, включающая размеры и график необходимых инвестиций; основные цели фирмы, подробное описание изделия, необходимость патентной защиты, степень готовности к реализации проекта.

Если реализация проекта позволяет решить социальные вопросы (создание новых рабочих мест, прокладка дорог и коммуникаций общего пользования, расширение жилого фонда, использование труда инвалидов и т.п.), то это тоже указывается.

3. Анализ положения дел в отрасли

Назначением раздела — указание на характер отрасли — развивающаяся, стабильная, стагнирующая. Приводятся сведения о динамике продаж,

тенденциях ценообразования, характеристике конкурентов, потребителей, влияние научно-технических, социальных факторов и т д. (табл. 8.2.4).

4. Производственный план

Назначение раздела — аргументировать выбор производственного процесса и охарактеризовать технико-экономические показатели согласно проектно-сметной документации, в том числе определить производственные мощности, потребности в сырье, себестоимость (табл. 8.2.5).

Таблица 8.2.3

1. Титульный лист	
1	Краткое название проекта
2	Название и адрес предприятия
3	Имена, адреса и телефоны основных учредителей с указанием доли в уставном капитале
4	Фамилия, имя, отчество руководителя организации-претендента
5	Суть проекта (3-5 строк)
6	Форма участия государства в финансовом обеспечении проекта
7	Финансирование проекта (в процентах): <ul style="list-style-type: none">● Собственные средства● Заемные средства<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> отечественные<input type="checkbox"/> иностранные● Средства государственной поддержки
8	Характер строительства
9	Сметная стоимость проекта
10	Сроки строительства
11	Срок окупаемости проекта
12	Кем и когда разработана и утверждена проектно-сметная документация
13	Наличие заключений государственной внедомственной (независимой), а также экологической экспертизы (наименование организации и даты утверждения)
14	Заявление о коммерческой тайне

Таблица 8.2.4

3. Анализ положения дел в отрасли	
1	Общая характеристика потребности и объем производства продукции в регионе или России. Значимость данного производства для экономического и социального развития страны или региона.
2	Ожидаемая доля организации в производстве продукции в регионе или в России.
3	Потенциальные конкуренты (указать наименования и адреса основных производителей товара, их сильные и слабые стороны).
4	Какие и где появились аналоги продукта за последние 3 года.

Таблица 8.2.5

4. Производственный план		
1	Программа производства и реализации продукции Принятая технология производства.	(таблица С).
2	Требования к организации производства.	
3	Состав основного оборудования, его поставщики и условия поставок (аренда, покупка).	
4	Поставщики сырья и материалов (название, условия поставок) и ориентировочные цены.	
5	Альтернативные источники снабжения сырьем и материалами.	
6	Численность работающих и затраты на оплату труда	(таблица D).
7	Стоимость производственных основных фондов	(таблица F).
8	Форма амортизации (простая, ускоренная). Норма амортизационных отчислений.	(таблица F).
9	Годовые затраты на выпуск продукции. Переменные и постоянные затраты. Себестоимость единицы продукции	(таблица E).
10	Стоимость строительства, структура капитальных вложений, предусмотренная в проектно-сметной документации и сметно-финансовом расчете, в том числе строительно-монтажные работы, затраты на оборудование, прочие затраты Общая стоимость инвестиционного проекта	(таблица А). (таблица В).
11	Обеспечение экологической и технической безопасности.	

5. План маркетинга

План маркетинга должен включать программу комплексных рыночных исследований, которые предполагается осуществить в ходе реализации проекта определение общего объема и ассортимента реализуемой про-

дукции с разбивкой по периодам осуществления проекта, направлений совершенствования продукции с учетом прохождения этапов ее жизненного цикла, требований к упаковке, внешнему виду, обоснование ценовой политики, планирование сбыта, его стимулирования, планирование рекламной кампании, сервиса, система маркетингового контроля (рис. 8.2.5).

Таблица 8.2.5

5. План маркетинга		
1	Подтверждение отсутствия зарубежных аналогов продукции Патентная ситуация. Защита товара в стране лицензиата на внутреннем и экспортном рынках. Возможность для конкурентов производить соответствующую продукцию без нарушения патентных прав претендента.	
2	Конечные потребители. ➤ Является ли организация монополистом в выпуске данной продукции. ➤ Характер спроса (равномерный или сезонный) ➤ Характеристики конкурентов. ➤ Особенности сегмента рынка, на которые ориентируется проект, важнейшие тенденции и ожидаемые изменения. ➤ Какие свойства продукции или дополнительные услуги делают проект предпочтительным по отношению к конкурентам	.
3	Организация сбыта. ➤ Дать описание системы сбыта с указанием фирм, привлекаемых к реализации продукта.	
4	Обоснование объема инвестиций, связанных с реализацией продукции и определение торгово-сбытовых издержек	(таблица В) (таблица Е).
5	Каких возможных действий конкурентов следует опасаться и каковы основные элементы стратегии противодействия.	
6	Обоснование цены на продукцию	(таблица С).
7	Расходы и доходы в случае проведения послепродажного обслуживания.	
8	Программа по организации рекламы и определение объема затрат.	
9	Программа реализации продукции ✓ Выручка от продажи в целом и по отдельным товарам рассчитывается в соответствии с данными об объеме производства ✓ Договоры или протоколы о намерениях реализации товара по предлагаемым ценам.	(таблица С).

В разделе должно быть показано, что реализация товара не вызовет серьезных проблем, и определен объем затрат на реализацию продукции.

6. Организационный план

В организационном плане представлено описание организационно-правовой формы, организационной структуры управления, характеристика руководящего состава, работа с персоналом, материально-техническая обеспеченность управления, местонахождение предприятия.

Таблица 8.2.6

6. Организационный план		
1	Сведения об организации	Статус, уставный капитал, состав организации, финансовое положение.
2	Форма собственности претендента.	По товариществам указываются условия создания и партнерства. По акционерным обществам — состав основных акционеров и принадлежащие им доли.
3		По открытым акционерным обществам указывается объем выпущенных акций и объем их эмиссии.
4		Члены совета директоров, краткие биографические справки.
5		Обладатель права подписи финансовых документов.
6		Распределение обязанностей между членами руководящего состава.
7		Поддержка проекта местной администрацией.

Список необходимых **приложений** включает следующие таблицы:

- потребность в капитальных вложениях (таблица А);
- инвестиции (таблица В);
- программа производства и реализации продукции (таблица С);
- численность работающих, расходы на оплату труда и отчисления на социальные нужды (таблица D);
- затраты на производство и сбыт продукции (таблица Е);
- амортизационные отчисления (таблица F);
- источники средств (таблица G);
- финансовые результаты производственной и сбытовой деятельности (таблица Н).

Сводный баланс доходов и расходов, план денежных поступлений и расходов, балансовый план, план по источникам и использованию средств формируется в финальной части бизнес-плана — финансовом плане.

Таблица А

Потребность в капитальных вложениях				
Наименование показателей	Всего по проектно-сметной документации	Выполнено		Подлежит выполнению до конца строительства
		На начало текущего года	на момент подачи заявки на конкурс	
Капитальные вложения, всего в том числе: <ul style="list-style-type: none">● строительно-монтажные работы● оборудование● прочие затраты				

Таблица В

Статьи затрат	Инвестиции (в период строительства и эксплуатации)					
	Всего	По годам				
		по кварталам	I	II	III	IV
1. Капитальные вложения по утвержденному проекту, подлежащие выполнению (таблица 1)						
2. Капитальные вложения в объекты сбыта						
3. Приобретение оборотных средств						
4. Другие инвестиции в период освоения и эксплуатации производственных мощностей						
5. Итого — объем инвестиций (сумма показателей пунктов 1-4)						

Таблица С

Программа производства и реализации продукции						
Показатели	Единица измерения	По годам				
		Всего		по кварталам		
		I	II	III	IV	
Объем производства: в натуральном выражении в стоимостном выражении						
Объем реализации в натуральном выражении, всего в том числе:						
<ul style="list-style-type: none"> ● на внутреннем рынке ● на внешнем рынке 						
Цена реализации за единицу, продукции:						
<ul style="list-style-type: none"> ● на внутреннем рынке ● на внешнем рынке (в иностранной валюте) 						
Выручка от реализации продукции						
Общая выручка от реализации (в рублях) в том числе:						
<input type="checkbox"/> НДС <input type="checkbox"/> акцизы <input type="checkbox"/> пошлины						
2. Общая выручка от реализации продукции, итого (в рублях) в том числе:						
<input type="checkbox"/> НДС <input type="checkbox"/> акцизы <input type="checkbox"/> пошлины						

Таблица D

Численность работающих, расходы на оплату труда и отчисления на социальные нужды				
Показатели	Единица измерения	По годам		
		Всего	По кварталам	
Численность работающих по проекту, всего				
в том числе:				
1. рабочие, непосредственно занятые производством продукции				
2. рабочие, служащие и ИТР, не занятые непосредственно производством продукции				
3. сотрудники аппарата управления на уровне цехов и организаций				
4. сотрудники, занятые сбытом продукции нужды				
Расходы на оплату труда и отчисления на социальные нужды				
5. Расходы на оплату труда рабочих, непосредственно занятых производством, всего				
в том числе:				
заработка плата				
отчисления на социальные нужды				
6. Расходы на оплату труда рабочих, служащих и ИТР, не занятых непосредственно производством, всего				
в том числе:				
заработка плата				
отчисления на социальные нужды				
7. Расходы на оплату труда сотрудников аппарата управления на уровне цехов и организаций, всего				
в том числе:				
заработка плата				
отчисления на социальные нужды				
8. Расходы на оплату труда сотрудников службы сбыта продукции, всего				
в том числе:				
заработка плата				
отчисления на социальные				
9. Расходы на оплату труда, всего				
в том числе:				
заработка плата				
отчисления на социальные нужды				

Таблица Е

Затраты на производство и сбыт продукции					
Показатели	По годам				
	Всего	По кварталам			
		I	II	III	IV
1. Прямые (переменные) затраты, всего					
в том числе:					
● затраты на сырье, материалы, комплектующие, полуфабрикаты и др.					
● затраты на топливо и энергию на технологические цели					
● затраты на оплату труда производственных рабочих					
● отчисления на социальные нужды					
2. Постоянные (общие) затраты, всего					
в том числе:					
общепроизводственные расходы, всего					
из них:					
● затраты на материалы, инструмент, приспособления и др.					
● затраты на топливо, энергию					
● затраты на оплату труда					
● отчисления на социальные нужды					
общехозяйственные расходы, всего					
из них:					
● затраты на материалы и др.					
● затраты на топливо, энергию					
● затраты на оплату труда					
● отчисления на социальные нужды					
расходы на сбыт продукции, всего					
из них:					
● Затраты на материалы и др.					
● Затраты на топливо, энергию					
● Затраты на оплату труда					
● отчисления на социальные нужды					
3. Общие затраты на производство и сбыт продукции (услуг), всего					
в том числе:					
● затраты на материалы и др.					
● затраты на топливо, энергию					
● затраты на оплату труда					
● отчисления на социальные нужды					
4. НДС, акцизы, уплаченные из затрат на материалы, топливо, энергию и др.					

Таблица F

Амортизационные отчисления					
Показатели	Норма амортизации в соответствии с установленным порядком (в процентах)	По годам			
		Всего	по кварталам		
			I	II	III
1. Основные фонды и нематериальные активы по проекту, всего					
в том числе:					
а) по бизнес-плану, всего из них:					
здания и сооружения					
Оборудование					
нематериальные активы					
б) ранее понесенные затраты на создание фондов, всего из них:					
здания и сооружения					
Оборудование					
нематериальные активы					
в) начисленная амортизация по проекту					
г) остаточная стоимость, основных фондов и нематериальных активов по проекту					
2. Ранее созданные основные фонды и нематериальные активы, относимые на себестоимость продукции по бизнес-плану (общепроизводственные, общехозяйственные и сбытовые)					
а) всего					
в том числе:					
здания и сооружения					
Оборудование					
нематериальные активы					
б) начисленная амортизация					
в) остаточная стоимость основных фондов					
3. Начисленная амортизация, всего (сумма показателей пунктов 1 "в" и 2 "б")					
4. Всего остаточная стоимость основных средств и нематериальных активов, всего (сумма показателей пунктов 1 "г" и 2 "в")					

8.3 Финансовый план, бюджет и бюджетирование

Финансовый план. Источники средств. Финансовые результаты. План денежных поступлений и выплат. Показатели эффективности бизнес плана. Бюджет. Бюджетирования. Состав бюджетов.

Финансовый план — сводный баланс доходов и расходов, план денежных поступлений и расходов, балансовый план на конец года в его традиционной форме, план по источникам и использованию средств

Объем финансирования бизнес-плана по источникам должен представляться по форме типовой таблицы G, рекомендованной для российских предприятий при размещении на конкурсной основе централизованных бюджетных инвестиционных ресурсов.

Таблица Г

Источники средств	
Наименование источников	Средства на начало реализации проекта
СОБСТВЕННЫЕ СРЕДСТВА 1.Выручка от реализации акций (взнос в уставный капитал в денежной форме) 2. Нераспределенная прибыль (фонд накопления) 3. Неиспользованная амортизация основных средств 4. Амортизация нематериальных активов 5. Результат от продажи основных средств 6. Собственные средства, всего (сумма показателей пунктов 1-5)	
ЗАЕМНЫЕ И ПРИВЛЕЧЕННЫЕ СРЕДСТВА 7. Кредиты банков (по всем видам кредитов) 8. Заемные средства других организаций 9. Долевое участие в строительстве 10.Прочие 11. Заемные и привлеченные средства, всего (сумма показателей пунктов 7-10) 12. Предполагаемая государственная поддержка проекта 13. Итого (сумма показателей пунктов 6, 11, 12)	

Согласие коммерческих банков или других заимодателей, включая иностранных, на предоставление средств должно быть документально

подтверждено соответствующими руководителями с обязательным указанием условий предоставления кредитов:

- наличие государственной гарантии,
- процентная ставка,
- сроки предоставления и погашения кредита,
- дополнительные требования.

Ходатайство о предоставлении средств федерального бюджета на возвратной и платной основе должно быть подкреплено сведениями об отсутствии других источников финансирования проекта и обязательством целевого использования испрашиваемых государственных средств.

В случае стремления претендента получить государственную гарантию при потери вложенного капитала в разделе необходимо охарактеризовать риски и обосновать значение гарантии.

Финансовые результаты реализации (план по прибыли) инвестиционного проекта показывают распределение выручки, полученной от продажи продукции, и объем чистой прибыли по кварталам и годам (таблица Н).

Исходными данными определения эффективности бизнес-плана служат данные плана денежных поступлений и выплат (таблица I). На первые два года реализации проекта показатели определяются с разбивкой по кварталам. Необходимым условием реализуемости проекта является положительное значение показателя денежного потока для каждого интервала времени

Оценка эффективности бизнес-плана может производится по целому ряду показателей, о которых речь пойдет в параграфе 9.2.

Для оценки эффективности инвестиционных проектов при конкурсном распределении централизованных инвестиционных ресурсов применяются:

- срока окупаемости;
- точки безубыточности;
- бюджетного эффекта.

Срок окупаемости представляет собой период времени с начала реализации проекта по данному бизнес-плану до момента, когда разность между накопленной суммой чистой прибыли с амортизационными отчислениями и объемом инвестиционных затрат приобретет положительное значение.

Таблица Н

Показатели	Финансовые результаты производственной и сбытовой деятельности				
	Всего	По годам			
		I	II	III	IV
1. Общая выручка от реализации продукции (таблица С, пункт 2)					
2. НДС, акцизы и аналогичные обязательные платежи от реализации выпускаемой продукции (таблица С, пункт 2)					
3. Уплачиваемые экспортные пошлины					
4. Выручка от реализации продукции за минусом НДС, акцизов и аналогичных обязательных платежей (разность между показателями пункта 1 и пунктов 2,3)					
5. Общие затраты на производство и сбыт продукции (услуг) (таблица Е, пункт 3) в том числе					
а) НДС, акцизы и аналогичные обязательные платежи, уплачиваемые из затрат на материалы, топливо, энергию (таблица Е, пункт 4)					
6. Амортизационные отчисления (таблица F, пункт 3)					
7. Налоги, включаемые в себестоимость, всего в том числе: (указать каждый в отдельности)					
8. Финансовый результат (прибыль) (разность между показателями пункта 4 и пунктов 5, 6 и 7)					
9. Налоги, относимые на финансовый результат (прибыль), всего в том числе: налог на имущество					
Другие налоги (указать каждый в отдельности)					
10. Погашение основного долга и выплата процентов за кредит					
11. Налогооблагаемая прибыль (разность показателей пункта 8 и пунктов 9 и 10)					
12. Налог на прибыль					
13. Чистая прибыль (разность показателей пункта 8 и пунктов 9 и 12)					
14. Платежи в бюджет (сумма показателей пунктов 2, 3, 7, 9, 12 за вычетом показателя пункта 5 "а")					

Срок окупаемости рассчитывается по данным таблицы I. Объем инвестиционных затрат на реализацию проекта принимается по данным таблицы В.

Таблица I

Показатели	План денежных поступлений и выплат				
	По годам				
	Всего	по кварталам			
		I	II	III	IV
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПО ПРОИЗВОДСТВУ И СБЫТУ ПРОДУКЦИИ (УСЛУГ)					
1. Денежные поступления, всего (сумма показателей пунктов 1 "а" и 1 "б")					
в том числе:					
А) поступления от продажи продукции (услуг) (таблица 8, пункт 1)					
Б) прочие доходы от производственной деятельности					
2. Денежные выплаты, всего (сумма показателей пунктов 2 "а" и 2 "б")					
в том числе:					
А) затраты по производству и сбыту продукции (услуг) (таблица 8, пункт 5)					
Б) платежи в бюджет (таблица 8, пункт 14)					
3. Сальдо потока от деятельности по производству и сбыту продукции (разность показателей пунктов 1 и 2)					
ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ					
4. Поступление средств, всего (сумма показателей пунктов 4 "а", 4 "б" и 4 "в")					
в том числе:					
а) денежные средства претендента на начало реализации проекта					
Б) продажа имущества					
в) продажа финансовых активов (паи, ценные бумаги других эмитентов)					
5. Выплаты, всего (таблица 2, пункт 5)					
6. Сальдо потока от инвестиционной деятельности (разность показателей пунктов 4 и 5)					
7. Сальдо потока по производственной и инвестиционной деятельности (сумма показателей пунктов 3 и 6)					
Сальдо потока нарастающим итогом					
ФИНАНСОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ					
8. Поступление средств, всего (сумма показателей пунктов 8"а", 8"б" и 8"в")					
в том числе:					
а) поступления от продажи своих акций из них продажа государству					
Б) кредиты					
в том числе государственная поддержка					
в) займы					

9. Выплата средств, всего (сумма показателей пунктов 9 "а", 9 "б" и 9 "в") в том числе:				
а) уплата процентов за предоставленные средства (кроме процентов по краткосрочным кредитам)				
из них: по средствам государственной поддержки за счет федерального бюджета				
По кредитам коммерческих банков (по каждому кредиту в отдельности)				
По другим заемным средствам (по каждому кредиту в отдельности)				
Б) погашение основного долга, всего				
из них: по средствам государственной поддержки за счет федерального бюджета				
По кредитам коммерческих банков (по каждому в отдельности)				
По другим заемным средствам (по каждому кредиту в отдельности)				
в) выплата дивидендов				
10. Сальдо потока по финансовой деятельности (разность показателей пунктов 8 и 9)				
11. Общее сальдо потока (сумма показателей пунктов 7 и 10)				
Сальдо потока нарастающим итогом				

При определении эффективности проекта показатели чистой прибыли и амортизационных отчислений относятся только к реализации данного проекта и не должны отражать результаты текущей хозяйственной деятельности существующей организации.

Точка безубыточности — такой объем реализации, начиная с которого выпуск продукции должен приносить прибыль.

Рассчитанный объем реализации (выпуска) продукции сопоставляется с проектной мощностью создаваемого предприятия.

Точка безубыточности рассчитывается как отношение величины постоянных расходов к разности цены продукции и величины переменных расходов, деленной на объем реализации продукции (рис. 8.3.1). Данные о постоянных и переменных расходах принимаются согласно таблице Е.

Составление финансовой части бизнес-плана тесно связано с понятием бюджетирования и является частным случаем бюджетирования.

Бюджетирование — процесс составления *бюджета*.

Бюджет — имеющая официальную силу, признанная или принятая таблица, ведомость доходов и расходов экономического субъекта за определенный период времени, обычно за год.

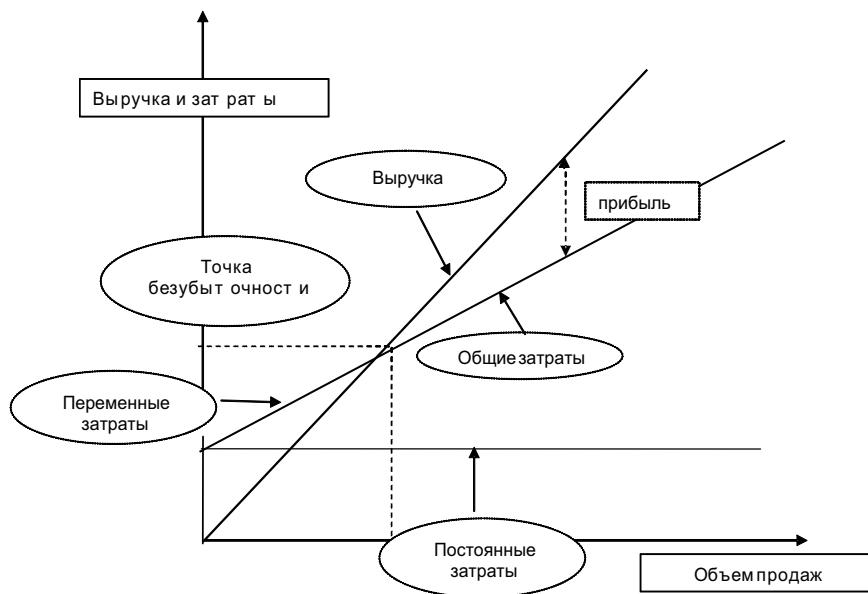


Рис. 8.3.1. График точки безубыточности

Чаще всего бюджет составляется для учета количества располагаемых и расходуемых денежных средств и их взаимного соответствия, но существуют и бюджеты времени, в которых сопоставляется располагаемое время и расходуемое.

Бюджет является основным инструментом проверки сбалансированности, соответствия прихода и расхода экономических ресурсов. В зависимости от экономического субъекта, применительно к денежным средствам которого составляется бюджет, различают

- государственный;
- региональный;
- местный (муниципальный);
- бюджет организации;
- семейный (потребительский) бюджет.

Бюджет организации — денежные доходы и расходы организации , спланированные и расписаны на определенный период времени для достижения поставленной цели.

Бюджетные документы включают в себя прогнозы:

- балансового отчета;
- отчета о прибылях и убытках;
- отчета о потоке денежных средств.

С точки зрения последовательности подготовки документов для составления основного бюджета весь процесс бюджетирования может быть условно разбит на две части, каждая из которых является **законченным этапом планирования**:

- подготовка операционного бюджета;
- подготовка финансового бюджета.

Состав операционного и финансового бюджета представлен в таблице 8.3.1.

Финансовый бюджет включает в себя:

- инвестиционный бюджет;
- кассовый бюджет;
- балансовый отчет.

Для того, чтобы подготовить бюджет организации, необходимо проделать большую работу, включающую диагностику, разработку методики формирования бюджета и разработку стратегических показателей развития предприятия и ее внедрения.

Таблица 8.3.1

Состав операционного бюджета	
1	Бюджет продаж
2	Бюджет производства
3	Бюджет производственных запасов
4	Бюджет прямых затрат на материалы
5	Бюджет производственных накладных расходов
6	Бюджет прямых затрат на оплату труда
7	Бюджет коммерческих расходов
8	Бюджетправленческих расходов
9	Отчет о прибылях и убытках

Глава 9

УПРАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЯМИ И НЕКОММЕРЧЕСКИМИ ПРОЕКТАМИ

В этой главе:

9.1	Основные понятия и сущность инвестиций	207
9.2	Источники финансирования инвестиций и оценка их эффективности	215
9.3	Финансирование и управление некоммерческими проектами	223

9.1 Основные понятия и сущность инвестиций

Нормативное регулирование инвестиционной деятельности. Инвестиции. Инвестиционная деятельность, ее объекты и субъекты. Инвесторы. Инвестиционный проект. Инвестиционный цикл и его стадии. Инвестиционный процесс. Иностранные инвестиции и инвесторы. Классификации инвестиций.

Термин “инвестиции” происходит от латинского слова “invest”, что означает “вкладывать”. В более широкой трактовке инвестиции представляют собой вложения капитала с целью последующего его увеличения.

В зарубежной и отечественной литературе существует множество источников, в которых дается определения основных понятий, связанных с инвестициями.

На данный момент в российском законодательстве сложилась система нормативных документов, предусматривающих правовые и экономические основы инвестиционной деятельности, которые включают

- Гражданский, Таможенный и Налоговый кодекс,
- Закон РСФСР “Об инвестиционной деятельности в РСФСР”;
- Федеральный Закон РФ “Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений”,
- Федеральный Закон РФ “О защите прав и законных интересов инвесторов на рынке ценных бумаг” от 5 марта 1999 года № 46- ФЗ,
- Федеральный Закон РФ ”Об иностранных инвестициях”, Федеральный Закон РФ “О соглашениях о разделе продукции” от 30.12.95 года № 225-ФЗ (в ред. Федерального закона от 07.01.99 года № 19-ФЗ),
- Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов от 21.06.1999 года № ВК 477 и ряд других.

Инвестиции — денежные средства, целевые банковские вклады, паи, акции и другие ценные бумаги, технологии, машины, оборудование, лицензии, в том числе и на товарные знаки, кредиты, любое другое имущество или имущественные права, интеллектуальные ценности, вкладываемые в объекты предпринимательской и других видов деятельности в целях получения прибыли (дохода) и достижения положительного социального эффекта.

Таким образом, сущность инвестиций содержит в себе сочетание двух сторон инвестиционной деятельности: затрат ресурсов и получаемых результатов.

По финансовому определению

- инвестиции — это все виды активов (средств), вкладываемых в хозяйственную деятельность в целях получения дохода (выгоды).

По экономическому определению

- инвестиции — расходы на создание, расширение или реконструкцию и техническое перевооружение основного и оборотного капитала.

Инвестиционная деятельность — вложение инвестиций и осуществление практических действий в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта.

Осуществление любой деятельности определяется наличием объекта и субъекта.

Объектом инвестиционной деятельности являются любое имущество, в том числе:

- основные фонды;
- оборотные средства;
- ценные бумаги,
- целевые денежные вклады,
- научно-техническая продукция;
- интеллектуальные ценности;
- другие объекты собственности,
- а также имущественные права (см. рис. 9.1.1).

Субъектами инвестиционной деятельности являются **инвесторы**, заказчики, исполнители работ, пользователи объектов инвестиционной деятельности, а также другие юридические лица (банковские, страховые организации, инвестиционные фонды) — участники инвестиционного процесса. Субъектами инвестиционной деятельности могут быть также физические лица, государства и международные организации, иностранные юридические и физические лица.

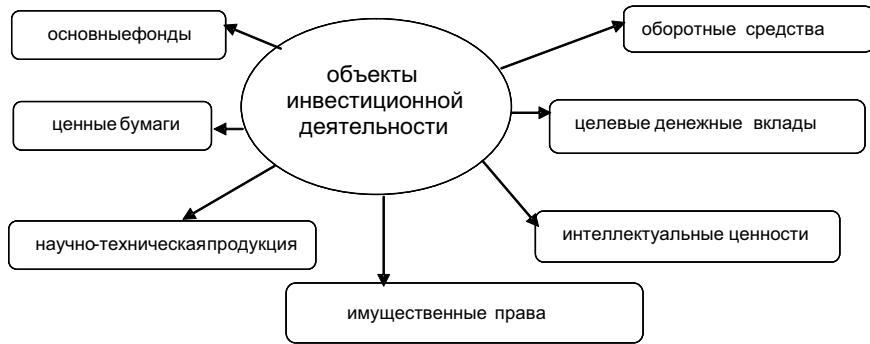


Рис. 9.1.1

Инвесторы — субъекты инвестиционной деятельности, которые осуществляют вложение собственных, заемных и привлеченных средств в форме инвестиций и обеспечивают их целевое использование.

Заказчиками могут быть инвесторы, а также любые иные физические и юридические лица, уполномоченные инвестором осуществлять реализацию инвестиционных проектов.

Пользователями объектов инвестиционной деятельности могут быть инвесторы, а также другие физические и юридические лица, государственные и муниципальные органы, иностранные государства и международные организации, для которых создается объект инвестиционной деятельности.

Инвестиционный проект — обоснование экономической целесообразности, объема и сроков осуществления инвестиционной деятельности, включающую необходимую проектно — сметную документацию, разработанную в соответствии с законодательством Российской Федерации и утвержденными в установленном порядке стандартами (нормами и правилами), а также описание практических действий по осуществлению инвестиций.

Срок окупаемости инвестиционного проекта — это срок со дня начала финансирования инвестиционного проекта до дня, когда разность между накопленной суммой чистой прибыли с амортизационными отчислениями и объемом инвестиционных затрат приобретает положительное значение.

Период времени между началом осуществления проекта и его ликвидацией определяется как **инвестиционный цикл**.

Инвестиционный цикл принято делить на три стадии (фазы), каждая из которых имеет свои цели и задачи (рис. 9.1.2).

- **Прединвестиционная стадия** — это период времени от предварительного исследования до окончательного решения о принятии инвестиционного проекта.
- **Инвестиционная стадия** — проектирование, заключение договора или контракта, подряда на строительство.
- **Эксплуатационная стадия** — стадия хозяйственной деятельности предприятия (объекта).

Ряд повторяющихся инвестиционных циклов определяется как **инвестиционный процесс**.



Рис.9.1.2 Стадии инвестиционного цикла

Иностранные инвестиции — все виды ценностей, которые вкладываются иностранными инвесторами в объекты инвестиционной деятельности в соответствии с действующим законодательством

Иностранные инвесторы — это юридические лица, созданные по законодательству иному, чем законодательство России; физические лица, не имеющие постоянного места жительства на территории России; иностранные государства, международные государственные и негосударственные организации; другие иностранные субъекты хозяйственной деятельности, которые признаются таковыми действующим законодательством России.

Следует отметить, что российская законодательная база еще достаточно несовершена и недостаточна для нормальной организации процесса инвестиционной деятельности. Формы и методы государственного регулирования инвестиционной деятельности должны быть более гибкими и не допускать разнотечений. Они не могут быть исключительно запрещающими или разрешающими, а должны быть направлены на максимальное сотрудничество с субъектами инвестиционной деятельности, обеспечивать получение обоюдной выгоды, как государству, так и инвестору.

Инвестиции в объекты предпринимательской деятельности осуществляются в различных формах. В связи с этим в западной и отечественной экономической науке приводится достаточно большое количество классификаций инвестиций, которые используются в разных ситуациях в соответствии с целями применения.

Классификации инвестиции по разным признакам приведена в таблице 9.1.1.

1. По **характеру использования** различают:

- первичные инвестиции;
- реинвестиции;
- брутто — инвестиции.

Под **первичными инвестициями** или как их еще называют нетто — инвестициями, понимают инвестиции осуществляемые при основании или покупке предприятия.

Реинвестиции представляют собой вновь освободившиеся инвестиционные ресурсы, используемые на приобретение или изготовление новых средств производства и другие цели; такие инвестиции могут быть направлены на:

- замену имеющихся объектов новыми;
- рационализацию и модернизацию технологического оборудования;
- изменение объемов выпуска (производства);
- диверсификацию, связанную с изменением номенклатуры, созданием новых видов продукции, организацией новых рынков сбыта;
- на обеспечение выживания предприятия (фирмы) в перспективе (например, на НИОКР, подготовку кадров, рекламу, охрану окружающей среды и др.).

В свою очередь **брутто-инвестиции** состоят из нетто-инвестиций и реинвестиций.

2. В зависимости от **объектов вложений средств** различают инвестиции:

- реальные;
- финансовые.

Таблица 9.1.1

Классификация инвестиций													
	Классификационный признак	Виды инвестиций											
1	По характеру использования	<ul style="list-style-type: none"> ● первичные ● реинвестиции ● брутто-инвестиции 											
2		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 2px;"><input type="radio"/> реальные</td> <td style="padding: 2px;"><input type="checkbox"/> материальные</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;"><input type="radio"/> финансовые</td> <td style="padding: 2px;"><input checked="" type="checkbox"/> нематериальные</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;"></td> <td style="padding: 2px;"><input type="checkbox"/> внутренние</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;"></td> <td style="padding: 2px;"><input type="checkbox"/> внешние</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;"></td> <td style="padding: 2px;"><input checked="" type="checkbox"/> прямые</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;"></td> <td style="padding: 2px;"><input checked="" type="checkbox"/> портфельные</td> </tr> </table>	<input type="radio"/> реальные	<input type="checkbox"/> материальные	<input type="radio"/> финансовые	<input checked="" type="checkbox"/> нематериальные		<input type="checkbox"/> внутренние		<input type="checkbox"/> внешние		<input checked="" type="checkbox"/> прямые	
<input type="radio"/> реальные	<input type="checkbox"/> материальные												
<input type="radio"/> финансовые	<input checked="" type="checkbox"/> нематериальные												
	<input type="checkbox"/> внутренние												
	<input type="checkbox"/> внешние												
	<input checked="" type="checkbox"/> прямые												
	<input checked="" type="checkbox"/> портфельные												
3	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 2px;"><input type="checkbox"/> краткосрочные</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;"><input type="checkbox"/> среднесрочные</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;"><input type="checkbox"/> долгосрочные</td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/> краткосрочные	<input type="checkbox"/> среднесрочные	<input type="checkbox"/> долгосрочные									
<input type="checkbox"/> краткосрочные													
<input type="checkbox"/> среднесрочные													
<input type="checkbox"/> долгосрочные													
4	По формам собственности инвесторов	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 2px;">❖ государственные</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">❖ частные</td> </tr> </table>	❖ государственные	❖ частные									
❖ государственные													
❖ частные													
5	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 2px;">➤ отечественные</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">➤ иностранные</td> </tr> </table>	➤ отечественные	➤ иностранные										
➤ отечественные													
➤ иностранные													

Финансовые инвестиции представляют собой приобретение корпоративных прав, ценных бумаг, и других финансовых инструментов.

Финансовые инвестиции, в свою очередь подразделяются на:

- **прямые**, т.е. внесение средств в уставный фонд юридического лица в обмен на его корпоративные права;
- **портфельные**, т.е. приобретение ценных бумаг и других финансовых активов на фондовом рынке;

Реальные (капиталообразующие) инвестиции в основном связаны с приобретением реальных активов, т. е. за счет них происходит привлечение капитала предприятия (фирмы).

Реальные инвестиции в свою очередь подразделяются на:

- ❖ **материальные инвестиции** — это капитальные вложения (инвестиции в основной капитал), т. е. инвестиции в создание и воспроизводство основных фондов предприятия (фирмы), затраты на капитальный ремонт, инвестиции на приобретение земельных участков и объектов природопользования; инвестиции в измене-

- ние оборотного капитала (инвестиции в товарно-материальные запасы);
- ❖ **нематериальные инвестиции** — это инвестиции имущественные права (патенты, лицензии, программные работы и т. п.), в подготовку кадров, исследования и разработки; рекламу и тому подобное;
- ❖ **внутренние** — это вложение средств хозяйствующего субъекта в собственные факторы производства за счет собственных источников финансирования;
- ❖ **внешние** — это вложение средств инвестиционных институтов в факторы производства, нуждающегося в инвестициях хозяйствующего субъекта.

3. **По периоду инвестирования** различают инвестиции:

- краткосрочные,
- среднесрочные;
- долгосрочные.

Под **краткосрочными инвестициями** понимают вложение капитала на период, не более одного года (например, краткосрочные депозитные вклады, покупка краткосрочных сберегательных сертификатов и т.п.).

Среднесрочные инвестиции — вложения капитала на период от года до трех лет.

Долгосрочные инвестиции — вложения капитала на период более трех лет.

4. **По формам собственности инвесторов** выделяют следующие инвестиции.

- государственные;
- частные

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, а также государственные предприятия и учреждения за счет собственных и заемных средств.

5. По региональному признаку различают инвестиции:

- отечественные;
- иностранные

Под иностранными инвестициями понимают вложения, осуществляемые иностранными гражданами, юридическими лицами и государствами.

В рамках **иностранных инвестиций** выделяются следующие группы инвестиций:

- **прямые иностранные инвестиции** — это инвестиции, осуществленные юридическими или физическими лицами, полностью владеющими предприятием или контролирующие не менее 10 % акций и акционерного капитала предприятия;
- **портфельные инвестиции** — покупка акций, векселей и других ценных долговых бумаг объемом менее 10 % общем акционерном капитале предприятия;
- **прочие иностранные инвестиции** — торговые кредиты, банковские вклады.

Отечественные инвестиции — это инвестиции физических лиц, юридических лиц и государства России.

Сложность рассматриваемых процессов инвестирования предопределяет их стратегический характер и является одной из сложных задач управления экономикой. При этом жизненно важными для инвесторов оказываются практически все аспекты хозяйственной деятельности будущего инвестиционного проекта, начиная от внешней социальной среды и заканчивая вариантами его финансирования.

9.2 Источники финансирования инвестиций и оценка их эффективности

Формы финансирования инвестиционных проектов. Экономическая эффективность. Эффективность инвестиционного проекта, методы и показатели ее измерения. Дисконтирование. Чистая текущая стоимость. Внутренняя норма рентабельности. Срок окупаемости. Эффективность инвестиций.

Одним из важных моментов процесса инвестирования является определение способов и источников финансирования инвестиционных проектов.

Формы и источники финансирования инвестиций отличаются значительным разнообразием. Так в мировой и отечественной практике наибольшее распространение получили следующие формы финансирования проектов (см. таблицу 9.2.1).

Таблица 9.2.1

Формы финансирования инвестиционных проектов	
1.	Собственное финансирование
2	Акционерное финансирование
3	Централизованное финансирование
4	Заемное финансирование
5	Лизинговое финансирование
6	Иностранное финансирование

- **Собственное финансирование** осуществляется за счет
 - самофинансирования;
 - привлеченных средств.
- **Акционерное финансирование** представляет собой эмиссию и размещение акций; вклады учредителей и стратегических инвесторов.
- **Централизованное финансирование** — это финансирование за счет средств из федеральных, региональных, внебюджетных

фондов, выделяемые на финансирование федеральных и региональных или отраслевых программ, реализация которых позволяет сконцентрировать финансовые ресурсы на наиболее важных направлениях развития отраслей экономики и социальной сферы, предоставляются ссуды, безвозмездно или на льготной основе.

- **Заемное финансирование** осуществляется на возвратной основе за счет кредитов банков и долговых обязательств юридических и физических лиц.
- **Лизинговое финансирование** основано на долгосрочной аренде имущества при сохранении права собственности за арендодателем (средне- и долгосрочная аренда машин, оборудования, транспортных и других средств).
- **Иностранные финансирования** — это финансирование инвестиционной деятельности за счет средств иностранных инвесторов.

Рассмотренные выше формы финансирования по отношению к предприятию делятся на две группы:

- **внутреннее финансирование** — это собственное финансирование, акционерное финансирование. К данной категории можно отнести часть централизованного финансирования на основе, так как безвозмездное финансирование из рассмотренных в данной форме источников фактически превращается в источник собственных средств;
- внешнее финансирование — это заемное финансирование, лизинговое финансирование, иностранное инвестирование, централизованное возвратное финансирование.

Выбор формы финансирования зависит

- от состояния инвестиционных процессов в стране и регионе;
- конкретных условий функционирования предприятия,
- перспективы его развития,
- значимости реализуемого проекта для предприятия, региона, страны.

Также выбор форм финансирования зависит от сопоставления их преимуществ и недостатков для конкретных инвестиционных проектов, а также определения эффективности отдачи от использования инвестиций.

Экономическая эффективность — результативность экономической деятельности, экономических программ и мероприятий, характеризуемая отношением полученного экономического эффекта, результата к затратам факторов, ресурсов, обусловившим получение этого результата, достижение наибольшего объема производства с применением ресурсов определенной стоимости.

Оценка эффективности инвестиций занимает центральное место в процессе обоснования и выбора возможных вариантов вложения средств. При всех прочих благоприятных характеристиках проекта он никогда не будет принят к реализации, если не обеспечит:

- возмещение вложенных средств за счет доходов от реализации товаров или услуг;
- получение прибыли, обеспечивающей рентабельность инвестиций не ниже желательного для предприятия уровня;
- окупаемость инвестиций в пределах срока, приемлемого для предприятия.

Под эффективностью инвестиционного проекта понимается категория, отражающая соответствие проекта целям и интересам участников проекта.

Эффективность инвестиционного проекта понимается как соотношение результата и затрат.

Эффективность проекта характеризуется системой показателей, отражающих соотношение затрат и результатов применительно к интересам его участников.

Сегодня в качестве стандарта для определения экономической эффективности процесса инвестирования принята концепция технико-экономического обоснования инвестиционных проектов, разработанная ЮНИДО — Международной специализированной организацией ООН по промышленному развитию.

В российском законодательстве также существует понятие единой базы, которая содержит описание корректных (непротиворечивых и отражающих правила рационального экономического поведения хозяйствующих субъектов) показателей и методов расчета эффективности инвестиционных проектов — это “Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов”. Данные Рекомендации предназначены для предприятий и организаций всех форм собственности, участвующих в разработке, экспертизе и реализации инвестиционного проекта. Основой для всех расчетов служат данные по движению денежных потоков.

Различаются следующие **виды эффективности инвестиционного проекта**:

- ❖ экономическая;
- ❖ коммерческая;
- ❖ бюджетная.

Их сущность представлена в таблице 9.2.2.

Методы оценки эффективности инвестиционных проектов — это способы определения целесообразности вложения капитала в различные объекты (проекты, мероприятия) с целью оценки перспектив их прибыльности и окупаемости.

Таблица 9.2.2

Виды эффективности инвестиционного проекта	
Экономическая	Учитывает затраты и результаты, связанные с осуществлением инвестиционного проекта, показатели которой выходят за пределы прямых финансовых интересов его участников и допускают их денежную оценку (может определяться на уровне предприятия, отрасли, народного хозяйства)
Коммерческая (финансовая)	Отражает финансовые последствия реализации проекта для его участников (сторон)
Бюджетная	Определяет последствия (затраты и результаты) проекта для бюджетов различных уровней — федерального, регионального, местного

Критерии, используемые для оценки инвестиционных проектов, должны отражать главные аспекты и условия их применения. При всем их многообразии они объединяются в следующие группы:

- финансово-экономические,
- нормативные,
- ресурсные и другие.

К **финансово-экономическим методам** принято относить стоимость проекта, чистую текущую стоимость проекта, прибыль, рентабельность (отдача инвестиций), внутреннюю норму рентабельности, срок окупаемости и другие.

К числу **нормативных критериев** принято относить правовые критерии (нормы национального и международного права, требования стандартов и тому подобное).

Ресурсные критерии включают научно-технические ресурсы, производственные ресурсы (наличие производственных мощностей для реализации данного проекта), объемы и источники финансовых ресурсов и т. п.

Смысл оценки любого инвестиционного проекта состоит в ответе на очень простой вопрос: “Оправдают ли будущие выгоды сегодняшние затраты?”. Теория инвестиционного анализа предусматривает использование определенной системы аналитических методов и показателей, которая в совокупности позволяет прийти к достаточно надежному и объективному выводу.

Наиболее часто применяют следующие финансово — экономические методы, которые, в свою очередь, объединяются в две группы:

1. Методы, основанные на применении концепции дисконтирования:

- метод определения чистой текущей стоимости;
- метод расчета индекса рентабельности инвестиций;
- метод расчета внутренней нормы рентабельности.

2. Методы, не предполагающие использования концепции дисконтирования:

- метод расчета периода окупаемости инвестиций;
- метод расчета коэффициента эффективности инвестиций.

Дисконтирование — это способ определения исходных (начальных) сумм затрат (или конечных результатов) посредством использования коэффициента дисконтирования, позволяющего приводить будущие денежные поступления к текущей, сегодняшней стоимости.

Ставка дисконта не должна быть ниже ставки процента, которую желает получить собственник капитала за право его пользования.

Чистая текущая стоимость (ЧТС или NPV — Net Present Value) выступает в качестве критерия целесообразности или нецелесообразности

реализации проекта. Суть критерия состоит в сравнении текущей стоимости будущих денежных поступлений от реализации проекта с инвестиционными расходами, необходимыми для его реализации. Величина NPV определяется по следующей формуле:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} - I_0$$

,

где NPV — чистая текущая стоимость, руб;

CF_t — чистый поток наличности в периоде t , руб;

I_0 — сумма первоначальных затрат, руб;

r — желаемая норма прибыльности (норма дисконта), %.

Таблица 9.2.3

Целесообразность реализации проекта по критерию NPV	
Если $NPV > 0$,	проект следует принять.
Если $NPV < 0$	проект следует отвергнуть.
Если $NPV = 0$	проект ни прибыльный, ни убыточный.

Внутренняя норма рентабельности (доходности) (IRR или ВНД) — это такое значение ставки дисконтирования, при которой нынешняя стоимость затрат равняется нынешней стоимости доходов, т. е. такое значение r (ставки дисконтирования) при котором $NPV = 0$. Внутренняя норма доходности определяется по формуле:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+IRR)^t} - I_0 = 0,$$

где IRR — внутренняя норма рентабельности, %;

NPV — чистая текущая стоимость, руб;

CF_t — чистый поток наличности в периоде t , руб;

I_0 — сумма первоначальных затрат, руб;

r — желаемая норма прибыльности (норма дисконта), %.

Таблица 9.2.4

Целесообразность реализации проекта по критерию IRR	
Если $IRR > r$	проект следует принять.
Если $IRR < r$	проект следует отвергнуть.
Если $IRR = r$	проект ни прибыльный, ни убыточный.

Показатель рентабельности инвестиций (PI — profitability index) представляет собой отношение приведенных доходов к приведенным на ту же дату инвестиционным расходам. Он позволяет определить, в какой мере возрастают средства инвестора в расчете на один рубль инвестиций. Формула для расчета этого показателя следующая:

$$PI = \left[\sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} \right] / I_0,$$

где PI — индекс рентабельность инвестиций, раз;
 CF_t — чистый поток наличности в периоде t , руб;
 I_0 — сумма первоначальных затрат, руб;
 r — желаемая норма прибыльности (норма дисконта), %.

Таблица 9.2.5

Целесообразность реализации проекта по критерию IRR	
Если $PI > 1$	проект следует принять.
Если $PI < 1$	проект следует отвергнуть.
Если $PI = 1$	проект ни прибыльный, ни убыточный.

Метод расчета срока окупаемости инвестиций (PP — payback period) заключается в определении необходимого для возмещения инвестиций периода времени, за который ожидается возврат вложенных средств за счет доходов, полученных от реализации инвестиционного проекта. период времени от момента начала его реализации до того момента эксплуатации объекта, в который доходы от эксплуатации становятся равными затратам инвестиционного капитала.

$$PP = I / CF_t,$$

где PP — срок окупаемости инвестиций, месяцев;
 CF_t — чистый поток наличности в периоде t , руб;

Известны два подхода к расчету срока окупаемости.

- **Первый** заключается в том, что сумма первоначальных инвестиций делится на величину годовых (лучше среднегодовых) поступлений. Его применяют в случаях, когда денежные поступления равны по годам.
- **Второй подход** предполагает расчет величины денежных поступлений от реализации проекта нарастающим итогом, т.е. как кумулятивной величины.

Метод окупаемости отражает период ожидания инвестором, пока его вложения полностью не окупятся. Он дает представление, в течение какого периода времени инвестор будет рисковать своим капиталом. Здесь неопределенность тем больше, чем длительнее период отдачи от вложенного капитала, а относительно небольшой срок окупаемости означает более низкую степень риска и быструю отдачу.

Метод расчета коэффициента эффективности инвестиций. Данный показатель сравнивается с коэффициентом рентабельности авансированного капитала, рассчитываемого делением чистой прибыли предприятия на общую сумму средств, авансированных в его деятельность. Коэффициент эффективности инвестиций определяется по формуле:

$$ARR = PN / \frac{1}{2} * (I_0 + RV)$$

где ARR – коэффициент эффективности инвестиций, %;

PN – среднегодовая прибыль, руб;

I_0 – сумма первоначальных затрат, руб;

RV – ликвидационная стоимость, руб.

Между показателями NPV , PI , IRR , R имеются взаимосвязи:

- если $NPV > 0$, то одновременно $IRR > R$ и $PI > 1$;
- если $NPV < 0$, то одновременно $IRR < R$ и $PI < 1$;
- если $NPV = 0$, то одновременно $IRR = R$ и $PI = 1$.

Применение критериев оценки и анализа проектов предлагает множественность используемых данных и расчетов, от качества и достоверности которых будет зависеть конечный результат внедрения проекта в жизнь.

Сложность применения методов оценки эффективности в условиях российской экономики обусловлено высоким уровнем риска и неопределенности. В таких условиях сложно прогнозировать ставки банковского капитала, уровень инфляции, объем ожидаемых денежных потоков и т. п.

9.3 Финансиование и управление некоммерческими проектами

Как коммерческие фирмы составляют бизнес-план с целью привлечения инвесторов, так некоммерческие организации составляют заявки для получения средств для *грантодателей*, разнообразных фондов. В отличие от бизнес-плана, заявка пишется, чтобы получить средства (*грант*) для достижения некоммерческих целей, достижение которых заведомо не принесет прибыли.

Грант — средства, безвозмездно передаваемые дарителем (фондом, корпорацией, правительственным учреждением или частным лицом) некоммерческой организации или частному лицу для выполнения конкретной работы.

В отличие от займа, грант не нужно возвращать, он является безвозмездным финансированием.

Грантодатели (доноры) — частные лица или организации, рассматривающие заявки на грант и предоставляющие гранты.

Грантодатели по организационно-правовой форме в большинстве случаев представляют собой фонды.

Фонд — не имеющая членства некоммерческая организация, учрежденная гражданами и (или) юридическими лицами на основе добровольных имущественных взносов, преследующая социальные, благотворительные, культурные, образовательные или иные общественно полезные цели.

Фонд — организация, которая распределяет деньги между людьми или организациями, приславшими заявки на конкурс, выбрав из них те, которые наиболее соответствуют условиям программы фонда.

Частные лица или организации, подающие заявки на грант называются заявителями.

Программа финансирования фонда — свод правил (условий), определяющих следующие элементы:

- направления деятельности фонда;
- категории возможных получателей грантов;
- направления деятельности, которые фонд готов оплачивать;
- статьи финансируемых расходов в проектах;
- порядок финансирования;
- сроки представления заявок,
- сроки их рассмотрения и др.

Кроме того, в программе финансирования может даваться различная дополнительная информация, например:

- об истории возникновения программы,
- об источниках средств финансирования,
- нефинансируемых направлениях деятельности и статьях расходов, и т. д.

Один фонд может иметь несколько программ финансирования.

Существует несколько классификаций фондов, отражающих их структуру, порядок накопления средств и распоряжения ими, и т.п. Рассмотрим некоторые из групп фондов с точки зрения подачи в них заявок и механизмов принятия решения о выделении грантов. Разные типы фондов представлены на рис. 9.3.1.

Государственные фонды и программы используют государственные бюджетные средства для предоставления грантов.

Как правило, таким фондам свойственно наличие подробных описаний программ и подробных форм заявок, а также довольно длительная и бюрократичная процедура рассмотрения заявок.

Такие фонды часто недолговременны, так как само их существование зависит от группы людей, распределяющих бюджетные средства (Конгресс США, Государственная Дума и Правительство России, и т.п.). Программы таких фондов часто существуют лишь один-три года, после чего они либо прекращают свою деятельность, либо меняют свои условия финансирования. Часто такие фонды выделяют достаточно крупные гранты и нанимают субподрядчиков для их дальнейшего распределения.

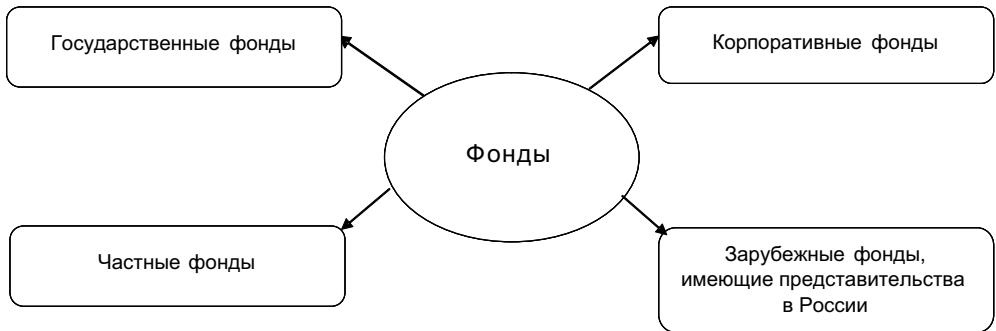


Рис. 9.3.1 Виды фондов

К государственным фондам можно отнести:

- Агентство международного развития США (United States Agency for International Development -US AID),
- Британский Hoy Hay фонд (Know How Fund),
- Российский Фонд фундаментальных исследований и др.

К государственным фондам часто приравниваются также их субподрядчики, которые сглаживают все недостатки первых, сокращая сроки рассмотрения заявок, уменьшая, бюрократичность и т.д. Это такие организации как ISAR, Фонд “Евразия”.

Частные фонды используют средства, формирующиеся в основном за счет процентов с оборота капитала, оставленного состоятельными людьми или семьями.

К таким фондам относятся

- Фонд МакАртуров,
- Фонд Сороса,
- Фонд Рокфеллера и другие.

Как правило, такие фонды намного менее бюрократичны, чем государственные. Они редко меняют свою политику и приоритеты, так как политика таких фондов определяется его основателем, которого зачастую уже нет в живых, и последователи обязаны придерживаться пожеланий, оставленных в завещании. В частных фондах возможно получение денег “вне конкурса”, по запросу самого фонда.

Корпоративные фонды организуются фирмами, компаниями, обычно, для поддержки начинаний, соответствующих профилю фирмы. Такие фонды зависят от устойчивости и политики “родительской” корпорации, так как существуют нередко за счет постоянных отчислений от ее прибыли. С точки зрения процедуры получения в этих фондах грантов, они мало чем отличаются от частных.

Важная особенность корпоративных фондов состоит в том, что нередко они предоставляют гранты продукцией самой фирмы (неденежные гранты, “in-kind”), как это делает, например, компания Apple, предоставляя компьютеры и компьютерное обеспечение как грантовую поддержку.

Зарубежных фондов, имеющих представительства в России, очень немного. Тем не менее именно они предоставляли больше всего грантов российским организациям.

К ним относятся

- фонды МакАртуров,
- Форда, Сороса,
- Фонд “Евразия”.
- ИСАР,
- WWF и некоторые другие

В случае если зарубежный фонд имеет в России постоянное представительство, заявки, как правило, направляются на адрес этого представительства.

Этим фонды имеют следующую специфику:

- наличие русскоязычного персонала, как административного, так и экспертного; то есть в такие фонды можно подавать заявки на русском языке;
- длительную работу с заявителем: получение необходимых консультаций; проведение семинаров по написанию заявок;
- заниженные требования к заявкам, т. е. эти фонды нередко “сквозь пальцы” смотрят на многие “несущественные” ошибки в заявках, такие как нечеткое изложение сути, нарушение логики построения проекта, небрежность оформления и т. д.

Основав представительство в России, фонд обычно сам решает все юридические проблемы по предоставлению грантов и предлагает получателям уже готовые, проверенные механизмы перевода денежных средств. Чаще всего это перевод гранта несколькими частями на банковский счет

в иностранной валюте или рублевом эквиваленте. Другой вариант расчетов представляет собой оплату со счета самого фонда уже произведенных расходов (или представленных счетов) согласно подтверждающим документам.

Фонды, не имеющие представительств в России, не всегда могут предложить приемлемый механизм перевода денег. Проблемой является грамотный перевод денежных средств фонда (с минимальными потерями на налогах и т.п.). Нередко необходимы консультации опытного бухгалтера, юриста или налогового инспектора, а также документы от фонда, подтверждающие его благотворительный статус, или сам фонд потребует заполнения различных форм, например, на соответствие статусу благотворительной организации.

На выбор фонда влияет следующие характеристики фонда.

- **География**

Большинство фондов и других источников финансирования ограничивают свою деятельность определенными частями света, регионами, странами, областями или районами. Это может касаться и места проведения работы, и местоположения организации, выполняющей проект.

- **Тематика**

Как правило, благотворительный фонд финансирует проекты строго ограниченной тематики.

- **Тип оказываемой поддержки**

Фонды часто ограничивают типы работ (мероприятий), которые они готовы финансировать, например: командировки, приобретение оборудования, услуги консультантов, зарплата персонала, капитальное строительство и т. д.

- **Типы получателей грантов**

Различные источники финансирования и программы в рамках этих источников, как правило, ограничивают тип получателей грантов, как например, финансирование исследователей, аспирантов, студентов, неправительственных экологических организаций, органов местного самоуправления, научно-исследовательских институтов и т. д.

Информация о географических, тематических и других ограничениях на деятельность источника финансирования (фонда) обычно доступна и присутствует в любом описании деятельности фонда. Этой информации может быть недостаточно, чтобы организация могла принять решение, в какие фонды обращаться, но достаточно, чтобы не обращаться в те фон-

ды, где проект не пройдет по объявленным критериям.

Целесообразно изучить, кому и какие гранты фонд выдал за последние несколько лет., позволяет выяснить предпочтения данного источника финансирования и не только воздержаться от обращений в неперспективные фонды, но и лучше подготовить предложения в перспективные.

Организации для принятия решения о том, стоит ли подавать заявку в данный фонд, полезно выяснить и ежегодный объем дарений, количество полученных грантов, их размеры и другие данные, по которым можно косвенно судить о шансах заявителей. Любой источник финансирования характеризуется средним размером выдаваемых грантов, верхним и нижним пределом этих сумм. Многим фондам, и особенно государственным агентствам, зачастую бывает невыгодно присуждать гранты меньше определенной суммы в связи с большими бюрократическими издержками по их рассмотрению.

Значительная часть фондов предпочитает поддерживать в основном уже известные им организации.

Некоторые фонды предпочитают выдавать “стартовые гранты” (seed money) организациям, начинающим новые проекты, и не поддерживают одни и те же организации в течение ряда лет.

Многие фонды предпочитают выдавать гранты “в складчину” (matching grants), то есть при условии, что кто-то еще одновременно профинансирует тот же проект. Другие фонды, напротив, требуют, чтобы поддержанные ими проекты не финансировались больше никем.

Значительная часть фондов предпочитают сначала получить письмо-запрос с кратким изложением проекта и описанием заявителя.

Письмо-запрос — наиболее распространенная и надежная форма обращения. С одной стороны, нем формулируется суть проекта, с другой стороны, оно является основой для конструктивного диалога с потенциальным грантодателем.

Письмо-запрос составляет по объему одну-три страницы и содержит следующую информацию;

- объяснение, почему организация обратилась именно в этот фонд;
- обоснование необходимости данного проекта и сути проблемы;
- информацию о задачах, ожидаемых результатах, методах и стоимости выполнения проекта;
- обоснование способности организации выполнить такой проект;

- характеристику направлений деятельности организации,
- квалификацию членов организации.

После ознакомления с письмом-запросом фонд может попросить о встрече с представителями организации, либо попросит прислать полную заявку на финансирование, либо пришлет вежливый отказ.

Если правила работы фонда не запрещают этого, организация может узнать о результатах запроса, позвонив в фонд и (или) посетив его через некоторое время (от недели до месяца) после получения им о письма.

Если получен положительный результат, то составляется *заявка*.

Заявка — письменное описание проекта, выполненное в соответствии с требованиями фонда.

К составлению заявки предъявляется ряд требований:

1. Заявка должна быть написана таким образом, чтобы ее нельзя было трактовать ее неоднозначно.
2. Чем шире область интересов фонда, тем более подробно должна быть описана проблема. Кроме того, необходимо соответствие профилю фонда
3. Необходимо подробное описание деятельности организации.
4. Все в проекте должно быть строго взаимосвязано: методы по уровню должны быть соответствовать задачам и целям, а в бюджете не должно быть каких-либо пунктов, не раскрытых предварительно в тексте заявки.
5. Заявка должна быть аккуратно и грамотно оформлена.

Этапность составления заявки с расшифровкой и требованиями представлены в таблице 8.3.3.

Благотворительные фонды — отнюдь не единственный источник финансирования, доступный для неправительственных некоммерческих организаций.

Чтобы покрыть различные виды расходов, как-то: административные нужды, создание и содержание офиса, целевые проекты, долгосрочные программы, краткосрочные кампании, — организация может использовать разные источники средств, перечисленные ниже.

- **Членские взносы.** Люди, сочувствующие или активно участвующие в работе организации, делают регулярный взнос в общий

фонд.

- **Сбор пожертвований от частных лиц и организаций.** Сбор может быть целевым, направленным на конкретное мероприятие, кампанию или на нужды организации вообще.
- **Получение государственного финансирования** в рамках конкретной программы, так, как это делают научные учреждения. Например, средства на проектирование конкретных ООПТ (особо охраняемых природных территорий).
- **Учредительство** — ряд организаций и (или) физических лиц делают единовременный взнос, и собранные деньги используются на уставную деятельность учрежденной организации.

Таблица 8.3.3.

Этапность составления проекта			
	Этапы проекта	Объективные свидетельства (показатели, обоснования)	Внешние условия (факторы, предпосылки, допущения)
1	Постановка проблемы		
	Обоснование необходимости в выполнении проекта и его приоритетности	Информация, подтверждающая наличие данной проблемы	
2	Целеполагание		
	<ul style="list-style-type: none"> • Постановка цели • Обоснование связи цели с решением поставленной проблемы 	Наличие или отсутствие в проекте необходимости сбора информации, позволяющей измерять степень продвижения к цели; возможность контролировать и координировать исполнение проекта.	
3	Задачи и ожидаемые результаты		
	<ul style="list-style-type: none"> • Формулировка задач • Описание ожидаемых результатов проекта • Характер результатов и их количественное измерение 	<p>Наличие или отсутствие в проекте данных, позволяющих оценить, что в результате реализации проекта выполнены поставленные задачи.</p> <p>Характеристика конкретных количественных методов оценки результатов, позволяющих судить о степени выполнения работ по проекту.</p>	Характеристика условий, находящихся вне контроля проекта, необходимых для того, чтобы выполнение поставленных задач способствовало продвижению к поставленной цели.
4	Методы		
	Описание методов	Обоснование выбора методов	Характер влияния внешних условий на выбор методов
5	Ресурсы		
	<p>Описание необходимых ресурсов;</p> <ul style="list-style-type: none"> • кадры; • материальные ресурсы; • финансовые ресурсы <p>Обоснование источников финансирования ресурсов:</p> <ul style="list-style-type: none"> о фонды; о правительство; о некоммерческие организации и др. 	<p>Обоснование и планирование:</p> <ul style="list-style-type: none"> о уровня зарплаты, о стоимости оборудования, о уровня расходов на транспорт о других затрат <p>Обоснование показателей оценки эффективности использования средств.</p>	

