
ЛЕКЦИЯ № 1. Общие понятия теории организации

1. Сущность предприятия, его черты и функции

Предприятие — это самостоятельный хозяйственный субъект, созданный предпринимателем или группой предпринимателей для производства рыночных товаров и услуг с целью получения прибыли, доли на рынке и удовлетворения потребностей экономических субъектов. Кроме того, предприятие обеспечивает эффективное функционирование фирмы, поскольку так или иначе выполняет ее заказы. Иными словами, в состав фирмы может входить несколько предприятий, на которых она ведет хозяйственную деятельность.

Среди основных черт предприятия можно выделить следующие.

1. Организационное единство подразумевает прежде всего слаженный механизм деятельности, который позволяет эффективно функционировать в рамках рыночной экономики. Кроме того, крайне важным является наличие на предприятии штата организованных и высококвалифицированных работников, от которых в целом зависит успех предприятия на рынке.

2. Любое предприятие должно иметь в наличии комплекс необходимых ресурсов, посредством которых будет осуществляться производство заданных товаров и услуг, это:

- 1) природные ресурсы, которые, являясь первичным источником производства, в процессе обработки превращаются в готовые товары;
- 2) материальные ресурсы, прежде всего капитал. Он может быть как собственным, так и арендованным. Капиталовложения финансируют производство, поэтому предприятие должно с экономической точки зрения быть инвестиционно привлекательным;
- 3) трудовые ресурсы, пожалуй, являются самым главным фактором производства на предприятии. Численность персо-

нала, его состав, движение рабочей силы, уровень образования, опыт работы, квалификация — все это в совокупности характеризует трудовой комплекс предприятия;

4) предпринимательский ресурс, или способность к предпринимательству. Это значит, что руководитель предприятия должен иметь определенные навыки, опыт и личные способности для управления предприятием и ведения предпринимательской деятельности в целом.

3. Каждое предприятие имеет в своей собственности обособленное имущество. Кроме того, крайне важно наличие экономической самостоятельности. Таким образом, предприятие «само» определяет, что производить, где и в каких количествах.

4. Экономическая ответственность предприятия — обязанность отвечать по всем обязательствам перед инвесторами, кредиторами и потребителями.

5. В хозяйственном обороте предприятие выступает от собственного имени, поскольку имеет собственный баланс, бизнес-план, а также счет в банке.

Задачи предприятия:

1) стабильное получение прибыли, что дает возможность дальнейшего развития и преобразования, внедрения технологий и использование новых методов производства;

2) обеспечение потребителя качественной продукцией и в достаточном количестве. Самое главное, чтобы на рынке товаров и услуг так или иначе наблюдалось равновесие спроса и предложения, чтобы предприятие целиком и полностью удовлетворяло потребительский спрос;

3) обеспечение персонала своевременной и достойной заработной платой. Кроме того, должна действовать система надбавок, премий и иметься возможность профессионального роста, что само по себе стимулирует работников к высокому результату. Предприятие должно также обеспечить благоприятные условия труда для своих работников.

С точки зрения этичности организации любое предприятие должно нести ответственность за состояние окружающей среды и стремиться снизить уровень вредного воздействия.

На предприятии необходимо наличие строгой системы контроля, что позволяет предотвратить срывы поставок, выпуск бракованной продукции и сбои в производстве.

2. Понятие фирмы: ее признаки и функции

Фирма — это самостоятельный экономический субъект, занимающийся коммерческой и производственной деятельностью и обладающий обособленным имуществом. **Фирма** — понятие широкое, поскольку представляет собой организацию, владеющую предприятием и ведущую на нем свою производственно-хозяйственную деятельность.

Фирма имеет следующие признаки:

- 1) представляет собой экономически обособленную, самостоятельную хозяйственную единицу;
- 2) юридически зарегистрирована и в этом плане относительно независима: имеет собственный бюджет, устав и бизнес-план;
- 3) является своеобразным посредником в производстве;
- 4) любая фирма самостоятельно принимает все решения, связанные с ее функционированием, поэтому можно говорить о ее производственной и коммерческой независимости;
- 5) целями фирмы считаются получение прибыли и минимизация издержек.

Но существуют фирмы, которые ведут неценовую конкуренцию и имеют такие цели как:

- 1) повышение объема продаж и увеличение собственной доли на рынке, а также максимальный контроль ценообразования и потребительского спроса;
- 2) сохранение штата служащих. Стремясь к этому, руководство фирмы повышает заработную плату, улучшает условия труда, осуществляет трансфертные платежи, т. е. стимулирует индивидуальный результат рабочего;
- 3) выживание в кризисной экономике. Инфляционные ожидания порождают стремление к созданию новых стратегических методов развития. В соответствии с этим в современных

организациях целесообразно иметь отдел стратегического планирования, который разрабатывает комплекс мер по достижению конечных целей фирмы;

4) производство качественно новых товаров и их продвижение на рынок. Внедрение в производство новейших технологий позволяет изготавливать более качественный и конкурентоспособный продукт за более низкий объем времени.

Фирма как самостоятельный экономический субъект выполняет ряд важных функций.

1. **Производственная функция** подразумевает способность фирмы организовать производство по изготовлению товаров и услуг.

2. **Коммерческая функция** обеспечивает материально-техническое снабжение (налаживание связей с поставщиками ресурсов и инвесторами), сбыт готовой продукции, а также маркетинг и рекламу для успешного продвижения товаров на рынок и роста его конкурентоспособности. Самофинансирование, самокупаемость и самостоятельность — это основные характеристики «сильной» фирмы.

3. **Финансовая функция:** привлечение инвестиций и получение кредитов, расчеты внутри фирмы и с партнерами, выпуск ценных бумаг, уплата налогов, а также получение прибыли, управление рисками и создание системы страхования.

4. **Счетная функция:** составление бизнес-плана, балансов и смет, проведение инвентаризации и отчетов в органы государственной статистики и налогов.

5. **Административная функция** — функция управления, включающая организацию (создание структуры, которая обеспечит достижение долгосрочных целей), мотивацию (стимулирование работников, побуждение их к достижению лучшего результата), планирование (постановку целей и поиск путей их достижения) и контроль над деятельностью в целом.

6. **Правовая функция** осуществляется через соблюдение законов, норм и стандартов, а также через выполнение мер по охране факторов производства.

3. Основные концепции фирмы

Теория фирмы прежде всего содержит два основных подхода, посредством которых познаются процесс ее возникновения, суть, а также законы и принципы функционирования.

1. **Технологический подход (или функциональный).** Его суть заключается в том, что всегда можно найти ту производственную функцию, которая характеризует наибольший объем выпуска при абсолютно различных альтернативных сочетаниях факторов производства и уровне технологического развития на определенный момент времени. При понимании данного подхода возникает проблема определения наиболее оптимального размера фирмы и ее масштаба производства. Оказывается, что наиболее эффективен тот вариант, который не вызывает резкого роста переменных издержек, которые зависят от объема выпуска. Другими словами, положительный эффект экономии на масштабе производства должен полностью расходоваться. Например, для завода — производителя деталей авиастроения он будет исчерпан, если мощности станков будут полностью использованы, а покупка нового оборудования невозможна без строительства или аренды новых производственных помещений. Однако технологический подход не способен объяснить, откуда берется производство, как организуется, и каков его механизм и из чего состоит. Вследствие этого возникла необходимость в создании нового подхода, который смог бы решить все вопросы функционирования фирмы.

2. **Институциональный подход** занимается вовсе не исследованием процесса стремления фирмы к максимизации получаемой прибыли. Данный подход позволяет объяснить сам принцип возникновения фирмы как экономического субъекта, ее функционирования и в конечном счете — уход с рынка. Можно, конечно, предположить, что экономика способна стабильно развиваться и без фирм, когда все экономические субъекты самостоятельно занимаются производством, осуществляют обмен и сбыт. Но, как известно, все ресурсы, факторы производства и оборотные фонды рассредоточены в экономической среде. Такое производство, по сути, напоминает натуральную форму хозяйствования, по-

скольку каждому экономическому субъекту в отдельности необходимо вести длительные переговоры по поводу соединения всех факторных ресурсов в единое производство. Все это вызывает рост транзакционных издержек, и процесс производства становится слишком длительным и дорогостоящим. Таким образом, преимущество фирмы заключается в том, что она сочетает в себе все необходимые факторы производства. Кроме того, соединяя их в единое производство, она изготавливает товары и услуги непосредственно на одном предприятии, что значительно упрощает и процесс производства, и процесс поставки готового товара на рынок, снижает издержки функционирования. Можно сказать, что фирма — это наиболее приемлемый и эффективный экономический субъект.

4. Организационные формы предприятия

Предприятие — хозяйствующий субъект, занимающийся производством и поставкой готовой продукции на рынок товаров и услуг.

Все предприятия различаются как по форме образования, так и по форме организации производственной деятельности. В соответствии с этим выделяют следующие организационно-правовые формы предприятий по степени снижения финансовой ответственности их участников.

1. Предприятие без образования юридического лица. Собственник такого предприятия (как правило, физическое лицо) несет неограниченную ответственность по всем обязательствам: он управляет, организует и контролирует весь процесс производства. Однако следует учитывать, что такая организация непривлекательна с инвестиционной точки зрения, ее капитальные возможности также ограничены. Все это, несомненно, ставит определенные барьеры на пути ее развития.

2. Товарищество — более удобная форма организации производства. Здесь несколько собственников, что, во-первых, упрощает процесс управления, а во-вторых, распределяет ответственность и снижает долю риска. Кроме того, отличительной особенностью

товарищества является тот факт, что его собственники одновременно и работники. Существуют следующие виды товариществ:

1) **полные товарищества** — характеризуются неограниченной ответственностью владельцев, каждый из которых имеет равные права и обязанности;

2) **командитные товарищества**, основанные на вере, имеют более совершенную форму, чем полные. Этот вид товарищества включает два вида участников: полные товарищи, которые непосредственно управляют производством и, соответственно, отвечают по всем обязательствам, и члены-вкладчики, которые в случае банкротства могут понести убытки лишь в пределах своего вклада.

3. Сегодня крайне распространенными являются **хозяйственные общества**, участники которых несут ответственность в соответствии с размерами вкладов. Первыми товариществами такого типа стали **общества с ограниченной ответственностью (ООО)**, уставный капитал которых состоял из паев. Позднее появились **акционерные общества (АО)**. Их уставный капитал разделен на несколько долей — акций, которые обращаются на рынке. В **закрытых акционерных обществах (ЗАО)** в отличие от **открытых (ОАО)** процесс обращения сильно ограничен мнением большинства акционеров. АО способно консолидировать крупный капитал, что является показателем устойчивости и прибыльности. Кроме того, большим преимуществом АО являются сниженные транзакционные издержки.

4. **Кооперативы** — добровольные объединения, характерной особенностью которых является распределение собственности только между их участниками.

5. **Унитарные предприятия** в зависимости от уровня государственной собственности делятся на федеральные, региональные и муниципальные. Такие предприятия имеют собственника только в лице государства или органов местного самоуправления, их имущество неделимо. Однако существует возможность перехода государственного предприятия в частные руки путем процесса приватизации.

6. **Предприятия общественных организаций** выполняют социальную функцию. Они создаются непосредственно для удовлетворения социальных потребностей масс, выражения их интересов. Поэтому такие организации работают не для получения прибыли, а на благотворительных началах (например, Всероссийское общество слепых, благотворительные общества и др.).

5. Внутренняя среда предприятия

Внутренняя среда организации — совокупность встроенных элементов, которые определяют способность и степень интеграции организации во внешнюю среду. Внутреннюю среду можно рассматривать как в статичном состоянии, выделяя состав элементов и культуру, так и в динамике, изучая процессы, протекающие под действием ряда факторов.

К элементам внутренней среды можно отнести цели и задачи организации, самих работников и применяемые в производстве технологии, финансовый и информационный ресурсы, а также организационную культуру.

Особое место во внутренней среде занимают люди. Их способности, уровень образования и квалификации, опыт работы, образ мышления, мотивация и преданность определяют конечный результат работы организации.

Как известно, основным фактором производства и ресурсом в организации является труд сам по себе.

Рабочая сила, т. е. работники, осуществляющие трудовую деятельность, являются основой деятельности всей организации. Персонал и его отношения определяют **социальную подсистему организации**.

Производственно-техническая подсистема включает в себя совокупность основных фондов (машины, оборудование), различные виды сырья, материалов, которые идут на изготовление продукта, инструменты, необходимые для создания благ, преобразования материалов в готовый продукт. Главной составляющей производственной подсистемы является электроэнергия: она обеспечивает

работу оборудования и служит единственным источником освещения. Свет — одно из необходимых условий для успешного выполнения работы. Элементами, характеризующими данную подсистему, являются:

- 1) **используемые технологии.** Для того чтобы эффективно развиваться, организация должна регулярно осваивать последние достижения науки и техники, внедрять на производство новые технологии;
- 2) **производительность труда** — качественная характеристика затрат труда и показатель их эффективности. Чем выше данный показатель, тем лучше функционирует организация;
- 3) **издержки производства** — совокупные расходы предприятия как на покупку необходимых ресурсов и оборудования, так и на оплату труда работников (заработную плату, премии). Кроме того, к издержкам также относят налоговые отчисления;
- 4) **качество продукции** — совокупность свойств, делающих ее пригодной к потреблению в соответствии с назначением. Данный показатель непосредственно зависит от качества исходного сырья, способов его обработки и квалификации работников. Качество товара — фактор конкурентоспособности организации на рынке;
- 5) **объем запасов на предприятии** — необходим для непредвиденного доизготовления продукта, когда спрос на него значительно превышает предложение.

Финансовая подсистема внутренней среды представляет собой движение и использование денежных средств в организации (например, создание инвестиционных возможностей, поддержание рентабельности и обеспечение прибыльности). Маркетинговая подсистема получила свое развитие в рыночной экономике (от англ. *market* — «рынок»). Данная подсистема призвана устанавливать связи организации с рынком: удовлетворение потребностей клиентов, создание системы сбыта и эффективной рекламы.

Таким образом, **внутренняя среда организации** — это совокупность подсистем, которые, функционируя как единое целое, обеспечивают конкурентоспособность организации.

6. Внешняя среда предприятия

Внешняя среда — совокупность элементов, условий, факторов и сил, которые воздействуют на организацию извне, тем самым меняя ее поведение. Внешняя среда имеет большое практическое значение. В рыночной экономике она крайне динамична, поэтому ее изучение позволяет организации перестраивать свою внутреннюю структуру, приспосабливается к меняющимся условиям, что в целом обеспечивает эффективность функционирования и конкурентоспособность.

Например, при изменении структуры потребительских предпочтений или совершенствовании технологий организация получает импульс и начинает меняться.

Внешняя среда подразделяется на среду прямого и косвенного воздействия. Среда прямого воздействия включает следующие элементы.

1. **Потребители** — это потенциальные покупатели и клиенты. Покупатели воздействуют на среду посредством изменения структуры спроса, предъявления новых требований к товару (к качеству, цене, многофункциональности, дизайну и др.) и установления определенного уровня цен. Производитель, соответственно, тоже может воздействовать на покупателя, предлагая новый уникальный продукт с совершенными характеристиками, улучшая качество сервисного обслуживания, наконец, снижая цены. Потребитель — субъект, определяющий развитие предприятия. Поэтому современные организации стремятся найти «своего» потребителя.

2. **Конкуренты** — фирмы, реализующие аналогичный продукт на тех же самых рынках. Соперничество идет и за долю на рынке, и за потребителя, за его «рубль». Сложилось мнение, что конкуренты лишь соперники. Однако в современных условиях, при высокой неопределенности внешней среды только сотрудничество с конкурентами позволяет адаптироваться к среде и достигнуть поставленной цели.

3. **Поставщики** как собственники материальных и природных ресурсов могут напрямую воздействовать на организацию, созда-

вая ресурсную зависимость. Для любой фирмы важно, чтобы ни одна поставка не была сорвана, чтобы ресурсы были доставлены в срок и в достаточном количестве. Поставщики в этих условиях, подобно монополисту, могут неоправданно завысить цены на ресурсы. Таким образом, поддержание «дружественных» отношений с поставщиками — один из элементов маркетинговой политики.

4. Рынок труда. Изучение рынка труда позволяет организации определить для себя контингент рабочих, обладающих определенными трудовыми характеристиками (пол, возраст, образование, квалификация, опыт работы, личностные качества).

Среда косвенного воздействия (или макросреда) представлена следующими факторами.

1. Экономические факторы — состояние экономики страны в целом на данный момент времени. Экономическая ситуация может быть описана множеством факторов, таких как занятость, безработица, темп инфляции, процентные ставки, валютный курс. Все это влияет на уровень жизни, платежеспособность, прибыльность, уровень цен.

2. Социокультурные факторы — привычки, традиции, нормы потребителей, в соответствии с которыми они осуществляют свои потребительские расходы.

3. Технологические факторы подразумевают изменения в технологиях, нововведения, которые позволяют организации модернизировать либо переориентировать производство.

4. Международный фактор также играет важную роль для планирования деятельности. Фирма может использовать ресурсы и материалы другой страны, применить иностранную технологию.

7. Корпоративная культура

Корпоративная культура — это элемент внутренней организации, совокупность основных ценностей, норм, традиций и стандартов поведения, которые разделяются всеми людьми в организации и определяют приемлемое и неприемлемое поведение в организации. При анализе исследований корпоративной культуры выделяют следующие уровни.

1. Видимый (внешний) включает все видимые элементы (например, архитектура, оборудование, внешний вид персонала, лозунги и т. д.).

2. Глубинный (невидимый) уровень вызывает трудности при исследовании. К нему относят ценности и нормы, которые можно определить только по поведению сотрудников.

В современных организациях **корпоративная культура** призвана выполнять следующие **функции**:

- 1) создание имиджа организации, что делает ее не похожей на другие;
- 2) формирование сплоченности персонала, воспитание чувства общности, единства, уважения и взаимной поддержки;
- 3) усиление социальной стабильности в организации;
- 4) вовлечение работников в дела организации;
- 5) формирование норм и образцов поведения, которые приемлемы конкретно для данной организации.

Выделяют десять элементов корпоративной культуры, которые позволяют проанализировать ее.

1. Осознание работниками себя и своей роли. В разных организациях по-разному относятся к персоналу. В одних — руководители всячески подчеркивают значимость сотрудника, относятся к нему, как к профессионалу, ценному работнику, коллеге, который обладает богатым творческим потенциалом и знаниями. В других же, наоборот, работник — средство достижения цели, исполнитель распоряжений руководителя.

2. Наличие коммуникационной системы, т. е. использование устных и письменных средств общения, существование как вертикальных (руководитель — подчиненный), так и горизонтальных (коммуникации между сотрудниками, подразделениями организации) коммуникационных связей.

3. Внешний вид персонала: деловой стиль, спецодежда, униформа, косметика и др. Каждый сотрудник в соответствии с этим обязан выглядеть именно так, как это позволяют сложившиеся в организации нормы.

4. Организация питания: есть ли на предприятии буфет, какая продолжительность обеденного перерыва.

5. Использование времени, т. е. каков распорядок рабочего дня, на сколько можно опоздать, можно ли делать перерывы в работе.

6. Отношения между рабочими, охарактеризованные по полу, возрасту, статусу. Также сюда относят степень конфликтности и формализации отношений.

7. Ценности и нормы, относительно которых строится внутренняя среда (стандарты поведения, корпоративные вечеринки и др.).

8. Вера во что-то, например в руководство, успех, справедливость, собственные силы.

9. Развитие работника подразумевает наличие в организации системы профориентации, управления карьерой работника и повышения квалификации.

10. Трудовая этика: проектирование работы, содержание рабочего места, качество работы и система вознаграждения.

На основании вышеперечисленных элементов культуры можно судить о структуре самой организации в целом, ее порядке, традициях и нормах, а также о принципах деятельности.

8. Стратегия управления предприятием

В экономике любой страны предприятия служат для производства товаров и услуг, которые затем поставляются на рынок и потребляются домашними хозяйствами и иными экономическими субъектами. В плановой экономике предприятия выполняли государственные заказы и были целиком и полностью подчинены центру. Сегодня в условиях рыночной экономики предприятия — обособленные хозяйственные единицы, подчиняющиеся на внешнем уровне только законам рынка, а на внутреннем — административным органам.

Производственная деятельность и ее результаты, успешность организации в целом зависят не только от условий производства (ресурсов, факторов производства, производственных фондов), но и от руководства предприятия, степени грамотности в принятии решений, от типа ответственности и целей деятельности.

Изначально во главе предприятия стоял один или группа собственников, которые осуществляли контроль и принимали решения. В рыночной экономике внешняя среда крайне динамична, появляется множество проблем, которые организация должна решить: постановка целей, миссии, стратегическое планирование и др. Так появились менеджеры — физические лица, выполняющие функцию управления от имени владельца организации. Иными словами, менеджер — это представитель руководителя в своем подразделении или отделе. Таким образом, предприятие делится на несколько бизнес-единиц в соответствии с их производственным назначением (отдел по рекламе, по работе с персоналом, отдел кадров, отдел стратегического планирования и т. д.). Во главе каждого подразделения стоит менеджер. Его работа связана с решением тактических задач, таким образом, внимание руководства освобождается для решения более важных стратегических задач. Менеджеры ставят перед собой конкретные задачи, достижение которых в совокупности очень важно для нормального функционирования и прогрессивного развития предприятия. Менеджер планирует деятельность подразделения в соответствии с динамикой внешней среды, степенью ее неопределенности и риска. С появлением менеджмента процесс управления и контроля стал значительно проще. Кроме того, менеджер как «доверенное лицо» руководителя не только осуществляет контроль, но и выявляет истинные проблемы, которые необходимо решить для успешной деятельности организации.

Таким образом, **основными задачами менеджмента** являются:

- 1) **контроль за созданием товаров и услуг** на основании потребительского спроса, их реализацией на рынке — все это непременно должно отвечать интересам предприятия;
- 2) **«открытие» новых рынков** в целях максимального удовлетворения всех потребностей клиентов. Предприятие постоянно осваивает и изучает рынок труда и факторов производства, что позволяет ему интенсивно развиваться;
- 3) **ответственность в принятии решений**. Менеджер — это лицо, непосредственно заинтересованное в развитии предприятия, которым он фактически руководит, поскольку от этого зависит уровень его собственного дохода или профессиональ-

ного роста. Именно его профессионализм и инициативность косвенно определяют конкурентоспособность данного предприятия на рынке товаров и услуг.

9. Малый бизнес в России

Начиная с 1991 г. с падением СССР и командно-административной плановой системы в России начался широкомасштабный процесс приватизации. Появилась частная собственность, а вместе с ней и мелкие (небольшие по размерам и штату сотрудников) предприятия. Сегодня **малые предприятия** — это эффективный сектор рыночной экономики. Их производительность и возможности можно определить посредством двух факторов:

- 1) в некоторых отраслях действительно оптимальным способом производительной деятельности являются именно малые фирмы. Это связано с тем, что они могут достигнуть в долгосрочном релевантном периоде минимальных средних издержек (затраты на единицу произведенной продукции), сохраняя при этом невысокий объем производства;
- 2) такие предприятия характеризуются низкими транзакционными издержками.

Малый бизнес отличается динамичностью и гибкостью и может регулярно осуществлять структурные изменения, в том числе номенклатурные, поскольку небольшие предприятия сравнительно легко создать и уничтожить. Малые фирмы живее реагируют на дифференцированный спрос потребителей, на основании которого они качественно и количественно регулируют собственное производство. Ведь именно небольшое производство гораздо проще перестроить. Это позволяет в любой момент поменять специализацию, направленность деятельности. Так называемые рискованные фирмы способны создать уникальный товар, осуществить технологическое открытие в производстве. Преимуществом малых фирм также является и небольшой штат служащих, что так или иначе формирует горизонтальные коммуникационные связи и обеспечивает дружественные отношения, сотрудничество, способствует реализации творческих возможностей.

В то же время, несмотря на все преимущества, малый бизнес — это наиболее динамичная и изменчивая часть экономики. Он характеризуется высокими рисками и «смертностью», поскольку с наибольшей вероятностью подвержен банкротству и разорению.

Однако это компенсируется появлением новых фирм, более организованных и экономически укрепленных. В России насчитывается около 1 млн мелких фирм, которые действуют в области розничной торговли, сферы услуг и строительства. Появился также и неформальный вид малого бизнеса — это челночная торговля, которая дает нашей стране сумму в 3 млрд долларов (10% совокупного импорта). Этому способствовало следующее.

1. С 1991 г. вследствие высоких темпов инфляции и уровня цен спрос на отечественный товар стал падать, структура чистого экспорта нарушалась, преобладающим стал импорт, так как возник высокий спрос на заграничную продукцию.

2. Крайне просто оказалось создать новое небольшое предприятие для успешного ведения внешней торговли.

3. Импортируемый продукт отличался относительно невысоким уровнем цен и низкими транзакционными издержками.

4. В связи с социально-экономической дифференциацией в стране возникла проблема «дорогих товаров». Таким образом, постоянными клиентами «челноков» стали именно малообеспеченные слои населения. Но сегодня, конечно, на рынке преобладают товары отечественного производства. Малый бизнес развивается все большими темпами: появляется все больше мелких адвокатских и нотариальных контор, растет число небольших магазинов различной специализации.

ЛЕКЦИЯ № 2. Экономические характеристики структуры предприятия

1. Принадлежность предприятия к отрасли

Основной задачей любого предприятия является выявление назначения выпускаемой продукции или характера оказываемой услуги. Поэтому основным признаком для отнесения предприятия к отрасли — назначение выпускаемого товара. Однако имеются и другие дополнительные признаки, например однородность перерабатываемого сырья и однородность технологического процесса.

Чтобы отнести предприятие к определенной отрасли хозяйственной системы, важно знать классификацию отраслей.

Отрасли, выполняющие однородные функции в системе общественного разделения труда:

- 1) промышленность;
- 2) сельское хозяйство;
- 3) лесное хозяйство;
- 4) транспорт;
- 5) связь;
- 6) строительство;
- 7) торговля и питание;
- 8) материально-техническое обеспечение производства, сбыт;
- 9) информационно вычислительное обслуживание;
- 10) общая коммерческая деятельность;
- 11) геология, геодезия;
- 12) жилищное хозяйство;
- 13) коммунальное хозяйство;
- 14) здравоохранение и физическая культура;
- 15) образование;
- 16) культура и искусство;
- 17) наука (все фундаментальные НИИ);

- 18) финансирование, кредитование, страхование;
- 19) управление;
- 20) общественные организации и партии.

В соответствии с данной классификацией каждое предприятие можно отнести к той или иной отрасли в зависимости от его производственного назначения. Каждая отрасль имеет подотрасль. Так, например, к подотраслям промышленности можно отнести следующие:

- 1) электроэнергетику;
- 2) топливную промышленность;
- 3) машиностроительный комплекс;
- 4) черную и цветную металлургию;
- 5) легкую и пищевую промышленность.

Дальнейшая специализация легкой промышленности выглядит следующим образом:

- 1) текстильная;
- 2) обувная;
- 3) кожевенная;
- 4) меховая.

В свою очередь, группами предприятий текстильной промышленности являются:

- 1) хлопчатобумажная;
- 2) льняная;
- 3) трикотажная;
- 4) шелковая;
- 5) шерстяная.

Таким образом, любое предприятие можно так или иначе в соответствии с его специализацией и назначением выпускаемого им продукта отнести к той или иной отрасли народного хозяйства. Но предприятия группируются не только по вышеперечисленным признакам. Существует множество классификаций.

Различают следующие виды собственности.

1. Государственная собственность. Сюда входят предприятия бюджетной сферы, которые непосредственно обеспечиваются и финансируются из государственной казны или бюджета соответствующего уровня. Как известно, государственный бюджет имеет трехуровневый вид: федеральный уровень, региональный и уровень

субъектов Федерации (местный). Правда сегодня отсутствует само по себе название «государственное предприятие», оно теперь называется унитарным (или казенным).

2. Частная собственность представляет независимое от государства имущество, которым располагают физические и юридические лица (например, частное предприятие (ЧП), собственность общественных организаций некоммерческого сектора, совместная с иностранным капиталом собственность). Кроме того, можно выделить арендную, акционерную (ОАО, ЗАО и пр.) и кооперативную (строительные, жилищные и другие кооперативы) формы.

Предприятия можно классифицировать в соответствии с их размерами посредством следующих критериев: по среднесписочной численности персонала, исходя из объемов производства, т. е. количества товаров и услуг, которые производятся на данном предприятии, по мощности установленного оборудования. На основании этого предприятия бывают:

- 1) мелкими: до 100 человек в промышленности, 70 — в сельском хозяйстве, до 30 — в бытовом обслуживании;
- 2) средними — предприятия с персоналом не более 300 человек;
- 3) крупными — 300 и более рабочих.

Данная классификация приведена относительно российских предприятий. К средним в мире относят предприятия с численностью работников около 500. Помимо этих критериев, экономисты классифицируют предприятия по географическому (территориальному) признаку. **В зависимости от территориально-национальных масштабов деятельности** предприятия бывают национальными и транснациональными, т. е. межнациональными. **По организационно-правовым формам** предприятия делятся на единоличные владения (ЧП), партнерства и корпорации.

2. Специализация, кооперирование, комбинирование и концентрация производства

Специализация — это процесс увеличения числа самостоятельных звеньев на основе общественного разделения труда, при котором происходит формирование новых отраслей, новых пред-

приятий, видов и подвидов производств. Существует три вида специализации:

- 1) предметная, когда предприятия специализируются на изготовлении отдельного продукта, готового товара или услуги;
- 2) поддетальная специализация — характерна для производств отдельной части продукта, его детали;
- 3) технологическая (стадийная) специализация, характерная преимущественно для прядильных и ткацких фабрик.

Кооперирование представляет собой форму длительных производственных связей между специализированными, самостоятельными по отношению друг к другу предприятиями, отраслями, которые совместно изготавливают тот или иной продукт. Иными словами, кооперирование — это агрегирование, объединение, представление нескольких предприятий. Кооперирование может быть представлено в трех формах.

1. Предметная форма (или агрегатная) проявляется в том случае, когда одно предприятие поставляет другому какие-либо крупные детали или части готового продукта. Например, для машиностроения это могут быть электромоторы.

2. Поддетальное кооперирование имеет место тогда, когда с одного на другое предприятие поставляются более мелкие детали (стекла, коврики для машин).

3. Технологическая форма характеризуется поставкой заготовок (литья, пряжи, штамповки и пр.).

Комбинирование — технологическое сочетание разнородных взаимосвязанных производств в одной или разных отраслях промышленности в рамках одного предприятия-комбината. Существуют следующие виды комбинирования:

- 1) вертикальное. В этом случае происходит объединение последовательных стадий производства (например, добыча и переработка исходного сырья);
- 2) горизонтальное комбинирование — это объединение предприятий на основании комплексного использования сырья. Например, одно и то же сырье может находиться в производстве сразу на нескольких предприятиях.

Концентрация производства представляет собой сосредоточение производственной деятельности на ряде укрупненных объек-

тов. Процесс концентрации может идти по двум взаимоисключающим направлениям.

1. **Абсолютная концентрация**, или укрупнение размеров того или иного предприятия (например, посредством слияний и поглощений). С экономической точки зрения концентрация специализированного производства (т. е. однородных по специализации предприятий) очень выгодна, поскольку сосредотачивает и увеличивает размер капитала, обеспечивает более высокую эффективность предприятия в целом, повышает возможность внедрения новейших технологий, а также способствует распределению и снижению рисков. Таким образом, абсолютная концентрация характеризует непосредственно сам размер предприятий.

2. **Относительная концентрация**, т. е. увеличение удельного веса (в процентном соотношении) наиболее крупных предприятий в общем объеме выпуска отдельной отрасли или экономики в целом.

Следовательно, уровень концентрации определяют непосредственно объем выпуска продукции и удельный вес продукции крупных предприятий. Концентрация в промышленности и степень ее эффективности определяются непосредственно уровнем использования факторов производства.

Процесс концентрации находится в прямой зависимости от потребительского спроса и его изменчивости. Под влиянием роста потребностей и освоения научно-технического прогресса происходит интенсивное развитие процесса концентрации.

3. Производственная структура и типы организации производства

Все предприятия состоят из производственных подразделений обслуживающих хозяйств и органов управления. **Общая структура** — совокупность производственных подразделений, отделов управления, а также это обслуживающие хозяйства и службы, которые так или иначе, прямо или косвенно участвуют в процессе производства. Таким образом, производственная структура — это составная часть общей структуры предприятия.

Производственная структура — комплекс всех производственных подразделений и отделов, которые напрямую участвуют

в процессе производства (например, цеха, участки, лаборатории и пр.). Все цеха в соответствии с их направлением деятельности делят условно на четыре группы:

- 1) основные, например заготовительные, обрабатывающие, сборочные цеха, в которых происходит непосредственное создание продукции, товаров и услуг. Здесь сосредоточена наибольшая часть факторов производства и рабочего персонала;
- 2) вспомогательные цеха — играют немаловажную роль в производстве. Они обеспечивают нормальное протекание производственного процесса, поскольку отвечают за исправность оборудования. Например, ремонтный цех содержит весь комплекс и набор инструментов, с помощью которых устраняются те или иные недостатки или сбои в работе производственных фондов;
- 3) побочные цеха — представляют собой отделы утилизации и переработки отходов. Эти две проблемы сегодня очень актуальны. С точки зрения этичности организация должна не только заниматься производством товаров и услуг, но и осуществлять комплексный контроль за состоянием окружающей среды. В соответствии с этим важно разработать план утилизации отходов от производства. В то же время, чтобы сократить степень нерациональности в использовании факторов производства, предприятию необходимо овладеть системой переработки отходов;
- 4) подсобные цеха — преимущественно занимаются изготовлением тары, которая может быть представлена в двух вариантах:
 - а) возвратная тара имеет свою цену и, соответственно, учитывается отдельно (например, коробки, бутылки и т. д.);
 - б) безвозвратная тара входит в стоимость уже готовой продукции.

Организация производства — состав производственного процесса, характеризующийся различными объемами изготовления товаров и услуг. Соответственно, можно выделить четыре типа организации производства.

1. **Единичное производство** представлено штучным выпуском изделия, товаров разнообразной и непостоянной номенклатуры. Это связано с крайне ограниченным спросом на данный вид товара. Например, производство космических аппаратов ограниче-

но и производится в небольших количествах. Во-первых, это очень дорогостоящее производство, а во-вторых, не имеет массового спроса, т. е. выполняется преимущественно по государственному заказу в соответствии с нуждами научных институтов. Разновидностью единичного производства является индивидуальное, которое осуществляется по личному заказу.

2. **Серийное производство** — это изготовление сериями широкой номенклатуры однородного продукта. Иными словами, это выпуск, который повторяется в течение продолжительного времени с определенной периодичностью. Соответственно, в зависимости от количества производимой продукции выделяют мелко-, средне- и крупносерийное производство.

3. **Массовое производство** имеет малый период изготовления, характеризуется ограниченной номенклатурой и высокой степенью однородности продукта, изготавливаемого в очень больших количествах. Такое производство рассчитано на большие массы людей, т. е. удовлетворяет спрос общественности (например, пищевая, косметическая промышленность и т. д.). Спрос на такие виды товаров, как правило, постоянен.

4. **Смешанный тип производства** представляет собой сочетание крупносерийного и массового производства с максимальным приближением конечного продукта к индивидуальному спросу.

ЛЕКЦИЯ № 3. Экономика основных и оборотных фондов

1. Понятие основных фондов, классификация

Каждое предприятие обладает уставным капиталом, состоящим из основных и производственных фондов.

Фонды предприятия — это запас тех или иных благ и факторов производства, которые находятся в его собственности определенный промежуток времени. В процессе производства часть фондов служит для непосредственного создания товаров и услуг, а другая является средством производства или же основой функционирования предприятия. В связи с этим различают два вида фондов.

Основные фонды — важная часть всех производственных фондов предприятия, которые вещественно воплощены в средствах труда. Основные фонды сохраняют свою натуральную форму в течение длительного времени независимо от продолжительности и частоты производственного процесса, они переносят собственную стоимость на готовую продукцию по частям и, соответственно, возмещаются только после проведения нескольких производственных циклов.

Их стоимость возвращается в форме амортизационных отчислений за счет накопления амортизационного фонда. В зависимости от роли участия в производстве основные фонды предприятия делятся на 2 большие группы.

1. **Основные производственные фонды (ОПФ)** непосредственно участвуют в производстве или создают для его протекания благоприятные условия. **К ОПФ относят** следующее:

- 1) здания как совокупность цехов и производственных подразделений;
- 2) сооружения в виде инженерно-строительных объектов, мостов и тоннелей;
- 3) передаточные устройства, объекты для транспортировки и передачи энергии, например электро-, тепло-, газовые и водопроводные сети;

- 4) машины и оборудование: силовые, предназначенные для выработки энергии; рабочие (прессы, станки и пр.), измерительные приборы (оборудование лабораторий), вычислительная техника и прочие машины и оборудование (телефонные станции, противопожарная оборона и др.);
- 5) транспортные средства для рабочего персонала и грузов непосредственно для передвижения по территории предприятия или доставки на другие производственные объекты;
- 6) инструменты и приспособления вспомогательных цехов сроком службы свыше 1 года;
- 7) производственный и хозяйственный инвентарь, представленный столами, контейнерами, стеллажами, сейфами и предметами обстановки (мебель);
- 8) земельные участки, находящиеся на балансе предприятия, а также многолетние насаждения, например кустарники;
- 9) прочие ОПФ, например библиотеки и музейные ценности.

В зависимости от степени участия в производственном процессе ОПФ бывают активные (машины и оборудование, изготавливающие продукцию) и пассивные (здания и сооружения).

Структура ОПФ — это соотношение всех групп ОПФ в общей их стоимости, выраженное в процентах. Знание структуры ОПФ имеет большое практическое значение, так как позволяет определить важные характеристики производства и эффективности функционирования предприятия.

Например, высокий удельный вес активной части ОПФ определяет высокую прогрессивность структуры ОПФ. Принято считать, что для российских предприятий удельный вес машин и оборудования, равный 35%, свидетельствует об эффективности производства.

2. **Основные непроизводственные фонды (ОНФ)** включают в себя объекты бытового и культурного назначения, которые находятся непосредственно на балансе предприятия. К ним относят медицинские учреждения, детские дошкольные учреждения (детсады), дома быта, дворцы культуры и т. д. В целом ОНФ формируют социальную инфраструктуру предприятия.

Как правило, они создаются непосредственно для сотрудников данного предприятия или организации. Это обеспечивает

привлекательность рабочих мест, т.е. организация активно занимается социальным обеспечением и поддержкой персонала.

Сегодня это одно из важных условий успешной организации, поскольку на работника и качество его труда влияет не только заработная плата, но и сами условия труда.

2. Методы оценки ОПФ, их баланс и показатели движения и использования

Если исходить из классификации **основных производственных фондов** по времени их использования, можно определить следующие методы их оценки:

1) по полной первоначальной стоимости ОПФ. Она включает фактическую их стоимость на момент ввода в эксплуатацию и применение в производственном процессе. Это так называемая балансовая стоимость, которая остается неизменной на протяжении длительного срока службы. Первоначальная стоимость исчисляется исходя из текущих рыночных цен и не реагирует на дальнейшее изменение и динамику ценообразования.

2) по полной восстановительной стоимости ОПФ, которая отражает их стоимость в современных ценах с учетом темпа инфляции, т. е. определяется путем пересчета первоначальной стоимости. Оценка ОПФ по этой стоимости позволяет реально оценить размер фондов организации.

В процессе эксплуатации ОПФ со временем теряют свои первоначальные характеристики. Это связано с изнашиванием оборудования при слишком частом или длительном его использовании или с его устареванием в результате появления новых, более технологичных машин. Поэтому появляются три новые формы оценки ОПФ:

- 1) первоначальная стоимость за вычетом износа. Износ — это утрата основными фондами их полезности и снижение их стоимости до окончания срока службы;
- 2) восстановительная стоимость за вычетом износа. Разница между первоначальной и восстановительной стоимостью ОПФ представляет собой остаточную стоимость на момент вывода их из оборота или ликвидации;

3) ликвидационная стоимость представляет собой реальную стоимость реализации изношенных и уже снятых с производства ОПФ. Очень часто таковой является цена лома.

Итак, наиболее полное представление об особенностях движения ОПФ можно получить исходя из данных балансов, которые могут быть представлены в двух вариантах:

- 1) по полной первоначальной стоимости;
- 2) по стоимости с учетом годового износа.

Таким образом, для наглядного изображения баланса ОПФ первым способом необходимо построить таблицу.

Таблица 1

Баланс ОПФ по полной первоначальной стоимости, тыс. руб.

Виды ОПФ	Наличие на начало года	Поступило		Выбыло		Наличие на конец года
		всего	в том числе введено в эксплуатацию	всего	в том числе ликвидировано	
ОПФ	1500	500	390	400	350	1600

Аналогично составляется баланс для основных непроизводственных фондов. Баланс, составленный по стоимости с учетом износа, высчитывается путем уменьшения показателя «наличие ОПФ на конец года» на величину износа.

К основным показателям, характеризующим наличие ОПФ на предприятии, относят показатели движения и использования.

1. Показатели движения ОПФ:

1) коэффициент поступления = стоимость поступивших фондов / стоимость на конец отчетного периода. В данном примере $K_{п} = 500 / 1600$ (тыс. руб.);

2) коэффициент ввода = введенные в оборот фонды / стоимость на конец периода; $K_{вв} = 390 / 1600$ (тыс. руб.);

3) коэффициент выбытия = стоимость выбывших фондов / стоимость на начало периода; $K_{в} = 400 / 1500$ (тыс. руб.);

4) коэффициент ликвидации = стоимость ликвидированных фондов / стоимость фондов на начало периода; $K_{л} = 350 / 1500$ (тыс. руб.).

2. Показатели использования ОПФ:

1) фондоотдача (ФО) показывает, какое количество продукции приходится на 1 руб. используемых ОПФ.

ФО = стоимость ВП (валовый продукт) / среднегодовая стоимость ОПФ ($\Phi_{ср}$), где $\Phi_{ср} = (\text{стоимость ОПФ на начало периода} + \text{стоимость ОПФ на конец периода}) / 2$;

2) фондоемкость — коэффициент, обратный фондоотдаче. Данный коэффициент показывает, какое количество ОПФ тратится на производство единицы продукции. $\Phi_{емкость} = \Phi_{ср} / \text{ВП}$.

3. Понятие износа

Огромную часть расходов фирмы или предприятия в процессе производственной деятельности составляют затраты на факторы производства, приобретаемые непосредственно на рынке ресурсов (сырье, оборудование, помещения и т. д.).

Основные фонды предприятия — это материальный капитал, заключенный в зданиях, оборудовании, различных сооружениях. Этот тип ресурсов не расходуется за один цикл производства, а служит в течение длительного времени и, как следствие, подвергается износу.

Оборотные фонды — капитал, материализованный в сырье, денежных средствах, рабочей силе. Это те ресурсы, которые способствуют осуществлению процесса создания товаров и услуг путем ввода их в оборот.

Износ — процесс потери основными производственными фондами своей полезности и первоначальной стоимости. Существует 2 вида износов ОПФ.

1. **Физический износ** подразумевает утрату основными фондами вещественных свойств в процессе их эксплуатации, т. е. потерю капитальными ресурсами потребительских качеств. Иными словами, это процесс ухудшения технико-экономических характеристик основных фондов, который происходит под воздействием

трудового процесса, природных сил (например, коррозия металла) или вследствие их неиспользования. **Физический износ первой степени** напрямую зависит от темпов производства и высчитывается подобно переменным издержкам. Регулярное использование ОПФ в процессе производства со временем изнашивает их, делает малополезными и непригодными для дальнейшего использования. Этот тип износа — вполне нормальное и неизбежное явление, с которым сталкивается предприятие в процесс своей деятельности. **Физический износ второй степени** определяет степень разрушения тех производственных фондов, которые по какой-либо причине не были введены в производство (т. е. вследствие простаивания оборудования) либо использовались крайне нерационально. Следовательно, физический износ второй степени не связан с масштабом производства, а зависит от количества неиспользуемых фондов. Это так называемые постоянные издержки фирмы. Подобные затраты имеют отрицательную отдачу и могут значительно снизить эффективность производства и функционирования предприятия.

2. **Моральный износ** — снижение стоимости ОПФ до окончания срока службы. Эта форма износа может быть вызвана вполне объективными причинами:

- 1) стоимость ОПФ может снизиться вследствие появления более современных производительных и экономичных станков и машин. С появлением новых технологий прежние средства труда утрачивают свою полезность и выходят из оборота, заменяясь на технологически более совершенное оборудование. В целом это приводит к повышению эффективности производства, но в то же время увеличивает его издержки, поскольку замена оборудования произошла ранее положенного срока;
- 2) снижение цен на рынке факторов производства тоже может привести к моральному износу ОПФ. Например, при падении потребительского спроса на рынке недвижимости происходит снижение относительных цен на жилье. В результате работа строительных организаций оказывается нерентабельной, поскольку издержки могут превысить расходы на строи-

тельство. Но этот процесс никак не связан с утратой полезных свойств строительным оборудованием (краны). Таким образом, моральный износ подобно физическому износу второй степени следует относить к постоянным издержкам, поскольку он тоже не зависит от объемов выпускаемой продукции.

4. Понятие амортизации и ее норма

В процессе своего функционирования фирма несет издержки, связанные с приобретением факторов производства. Но капитальные блага рано или поздно должны воспроизводиться, а затраты на них — возмещаться.

Амортизация — это процесс постоянного перенесения стоимости основных производственных фондов на производимую продукцию в целях накопления средств на покупку новых фондов и восстановление имеющихся. Капитальные блага применяются в течение долгого времени, поэтому их стоимость переносится на произведенные товары по мере износа. Конечно, фирма не может возмещать издержки после каждого производственного цикла, но затрачивать средства на модернизацию оборудования тем не менее необходимо. Для этих целей создается амортизационный фонд, который образуется путем регулярных отчислений из прибыли предприятия.

Термин «амортизация» имеет 2 смысловых значения. С одной стороны, амортизация — это величина износа ОПФ, выраженная в процентах по отношению к общему объему ОПФ. С другой стороны, амортизация представляется как сумма накоплений на покрытие износа или величина денежных средств, необходимая на воспроизводство изношенных капитальных благ. Денежное выражение амортизации — это величина амортизационных отчислений за определенный промежуток времени. Особое распространение получил термин «годовая амортизация». Эксперты рассчитывают данный показатель на основании следующей формулы:

$$A_T = (\Phi_6 - \Phi_n) / T_{сл.},$$

где A_T — сумма годовых амортизационных отчислений;

Φ_6 — стоимость основных производственных фондов, находящихся на балансе предприятия;

$\Phi_{л}$ — стоимость ОПФ, которые были ликвидированы за прошедший промежуток времени, в данном случае год;

$T_{сл}$ — срок возможной эксплуатации ОПФ.

Образование фонда амортизации является добровольным решением самих предприятий, однако государство все же регулирует данный процесс, самостоятельно устанавливая нормы амортизации. Дело в том, что эти нормы так или иначе определяют величину налога на прибыль, который государство получает в виде дохода в государственный бюджет.

Величина износа сама по себе трудно поддается объективному учету. Поэтому любое предприятие, намеренно завысив эту величину «на бумаге», т. е. документально, фактически имеет издержки несоизмеримо большие, чем реальная полученная прибыль. Такие меры могут быть приняты для уклонения от налоговых выплат. Именно поэтому государство устанавливает верхнюю границу амортизационных отчислений, т. е. максимальную денежную сумму на покрытие износа.

Следовательно, норма амортизации — это относительный показатель, определяющийся как соотношение годовой нормы амортизации и балансовой стоимости ОПФ: $НА = (A_t / \Phi_0) \times 100\%$. Предприятия, как правило, сами устанавливают величину амортизационных отчислений. Этот показатель определяет промежуток времени, в течение которого стоимость основных фондов будет полностью возмещена. Регулирование норм амортизации — это серьезный вопрос.

Заниженные нормы приостанавливают технический прогресс и замедляют процесс замены средств производства. Устаревшее оборудование не позволяет минимизировать издержки и снижает конкурентоспособность фирмы на рынке. Завышенные нормы, наоборот, характеризуются интенсивной сменой оборудования, что повышает производительность единицы труда. Однако это вызывает естественный процесс роста издержек, что в целом снижает прибыльность предприятия в краткосрочном периоде. Таким образом, перед фирмой всегда стоит задача установления оптимальной нормы амортизации, которая бы позволила получать прибыль при наименьших затратах.

5. Методы начисления амортизации

Амортизация представляет собой накопление денежных средств на восстановление изношенных производственных фондов, которые имеют крайне ограниченный срок производительности и других полезных свойств. Методов начисления амортизации великое множество. Но каждая организация выбирает собственный способ покрытия износа капитальных благ. И этот выбор основывается непосредственно на данных прибыльности и эффективности производственного процесса.

Основными **способами начисления амортизации** принято считать следующие.

1. **Линейный способ** представляет собой равномерное перенесение стоимости капитального актива на весь комплекс затрат на протяжении всего срока эксплуатации. $A_t = \Phi_0 / T_{сл}$, где A_t — годовая сумма амортизации. Данный метод применяется для начисления амортизации по зданиям, сооружениям, передаточным устройствам, непромышленному оборудованию (лабораторным измерительным приборам и пр.). Положительным аспектом данного метода определения стоимости износа, безусловно, являются наглядность и простота в подсчете. Однако у линейного способа есть несколько негативных сторон:

- 1) в течение всего срока эксплуатации оборудования случаются его простои, когда оно фактически выбывает из производственного цикла. Следовательно, основные фонды изнашиваются неравномерно, поэтому амортизационные отчисления в различные периоды должны составлять дифференцированные величины и данная формула не может быть применима;
- 2) учет морального износа ОФ, возникшего в результате внедрения новых технологий и оборудования, здесь отсутствует. Вследствие этого устаревшие машины и оборудование выбывают из производства, и возникает такое понятие, как «недоамортизация»:

$$H = (\Phi_0 + P_{л}) - \Phi_{л},$$

где Φ_0 — остаточная стоимость основных фондов;

$P_{л}$ — расходы, связанные с ликвидацией устаревших ОФ;

$\Phi_{л}$ — ликвидационная стоимость.

3) в учет не берется реальный темп инфляции.

2. Для устранения недостатков линейного метода был разработан **метод ускоренной амортизации**. Данный метод амортизационных начислений позволяет возместить около 60—75% от всей стоимости ОПФ всего лишь за половину их срока службы, в то время как при линейном — только 50%. Метод ускоренной амортизации еще называют методом уменьшаемого остатка, и он применяется для амортизации оборудования, склонного к быстрому физическому износу или моральному устареванию.

3. Разновидностью ускоренной амортизации является **кумулятивный метод**, который позволяет списывать до 80% стоимости практически за первые 3 года.

$$A = (T_{сл.} - m + 1) \Phi_6 / S,$$

где m — порядковый номер года, на который идет расчет;

S — сумма лет срока службы;

$$S = T_{сл} (T + 1) / 2.$$

A — амортизация

Основой данного метода является первоначальная стоимость ОПФ. Здесь амортизация наиболее велика именно в первые годы использования капитальных благ. Кумулятивный метод позволяет предприятию застраховаться от потерь и снизить риск, связанный с обесцениванием устаревшего оборудования. Кроме того, чем быстрее восполнится стоимость утраченных фондов, тем быстрее организация сможет приобрести новые.

4. **Производственный метод**. Здесь сумма амортизационных отчислений зависит преимущественно от объема выпускаемой продукции. Она рассчитывается ежемесячно на основе фактической величины выпуска. Данный метод удобен в том случае, когда списывается стоимость ОПФ, предназначенных для производства конкретного объема продукции (например, для амортизации транспортных средств, эксплуатация которых ограничивается величиной пробега).

Сегодня налоговым законодательством РФ чрезмерное применение нелинейных методов начисления амортизации фактически запрещено. Разрешен только один способ — метод уменьшаемого остатка, причем с удвоенной ставкой амортизации. В этом случае норма амортизации увеличивается соответственно в 2 раза.

Линейный способ удобен для крупных многопрофильных корпораций, поскольку при максимальном наборе ОПФ вклад каждого из них практически незначителен. Таким образом, усредненные нормы амортизации упрощают работу бухгалтерии. На Западе используется так называемый равновесный метод (соответствие доходов и расходов). Этот способ с экономической точки зрения наиболее удобен для бюджета организации, поскольку наибольшая величина амортизации приходится именно на тот период, когда прибыльность от использования ОПФ является максимальной величиной.

6. Ускоренная амортизация и проблема обновления основного капитала в России

Нелинейный метод начисления амортизации в виде ускоренной амортизации характеризуется завышенными нормами, что ускоряет в целом процесс замены основных производственных фондов. Однако такое завышение амортизационных отчислений в краткосрочном периоде сопровождается ростом издержек, что значительно снижает прибыльность предприятия.

Принято считать, что в развитых государствах завышают норму амортизации в умеренной степени, т. е. проводят политику ускоренной амортизации. Например, стоимость основных фондов (машины и оборудование), срок службы которых составляет 7 лет, государство предлагает списывать практически за 5 лет. Целями данной политики являются повышение инвестиционного климата в экономике и стимулирование инвестиций непосредственно в основные фонды. Это значит, что инвестиции находятся в прямой зависимости от величины амортизационного фонда, средства которого расходуются непосредственно на обновление оборудования.

Таким образом, для России, которая нуждается в дополнительных инвестициях, ускоренная амортизация — это возможность роста финансового развития предприятий. Однако пока нелинейный способ списания стоимости основных производственных фондов применяется не на всех предприятиях, поскольку это так или

иначе вызывает рост издержек и, как следствие, повышение общего уровня цен на готовые товары и услуги.

Проблема обновления основного капитала — это одна из главных проблем, с которой может столкнуться предприятие. Устаревшее оборудование значительно снижает отдачу от использования капитальных ресурсов, что вызывает рост средних издержек. Кроме того, использование технологически несовершенного оборудования сопровождается завышенными величинами энергии и факторов производства (сырье и трудовые ресурсы).

Для ресурсоограниченной экономики, которая имеет своей целью максимизацию объемов выпуска, характерна редкая смена изношенного оборудования, т. е. даже списанные ОПФ продолжают участвовать в производственном процессе. Кроме того, не учитывается величина морального износа. Достижения науки и техники не внедряются на производство, что тормозит процесс обновления основного капитала. Вышеописанная ситуация была характерна непосредственно для плановой экономики СССР.

Проблема обновления средств производства сегодня остро стоит в России, поскольку устаревшее оборудование не только увеличивает издержки, но и снижает отдачу основных фондов предприятия.

В 1997 г. государство провело переоценку капитальных ресурсов, увеличив их стоимость. По сути, это должно было вызвать рост амортизационных отчислений. Но положение отдельных предприятий было настолько тяжело, что полученный ими доход не мог обеспечить даже простого воспроизведения ресурсов, не хватало средств на их приобретение.

Амортизация в этом случае только увеличивала издержки, разоряя фирмы, в результате чего они были вынуждены обратиться за помощью к государству с просьбой о прекращении отчислений. Таким образом, можно сделать вывод, что финансовая нестабильность и склонность к риску сдерживают амортизацию.

7. Понятие оборотных фондов и их структура

Для осуществления производственной деятельности фирма вкладывает средства в производственные факторы, один из них — это оборотные производственные фонды.

Оборотные фонды предприятия — это производственные фонды, которые целиком и полностью потребляются в течение одного производственного цикла. В результате они изменяют свою натурально-вещественную форму и полностью переносят собственную стоимость на стоимость готовых товаров и услуг. Иными словами, оборотные фонды — сырье, факторы производства (капитал, земля и рабочая сила), а также денежные средства, которые расходуются на создание нового продукта. В отличие от основных фондов они составляют материальную основу производства. Очень удобным является полное возмещение затрат в конце каждого производственного цикла. Это означает, что по мере продажи товаров возмещаются не только все издержки, но и стоимость факторов производства, которые были затрачены в данном цикле. Таким образом, в стоимости готовой продукции содержится полная сумма возмещения оборотных фондов. Каждый оборот (цикл) для таких фондов представляет собой законченную стадию производства, после которой использованные средства не восстанавливаются, а в производство вовлекаются другие.

В соответствии с вышеизложенным можно сделать вывод о важности разделения всего производственного фонда на составные части — основные и оборотные фонды. Это позволяет осуществлять наибольший контроль над всей деятельностью фирмы. Для четкого механизма производства необходимо наличие обоих видов фондов, поскольку на них строится весь процесс по созданию товаров и услуг.

Структура оборотных фондов представлена такими элементами, как:

- 1) сырье и основные материалы, необходимые непосредственно для производства готовой продукции, их удельный вес в общем объеме фондов составляет около 30%. Иными словами, это первоисточник конечных товаров и услуг;
- 2) комплекс вспомогательных материалов (например, смазочные масла, необходимые для нормального функционирования основных фондов);
- 3) топливо и электроэнергия, которые обеспечивают работу оборудования, производящего готовый продукт или его составные части;

- 4) покупные полуфабрикаты, а также полуфабрикаты собственного производства;
- 5) запасные части для текущего ремонта оборудования (как правило, они составляют 3–4% в структуре оборотных фондов);
- 6) продукция подсобного хозяйства (например, тара и тарные материалы, необходимые для упаковки, доставки и погрузки товаров и услуг);
- 7) малоценные и быстроизнашивающиеся предметы труда. К ним относят инструменты сроком службы менее 1 года.

Структура оборотных фондов предприятия находится в прямой зависимости от следующих факторов:

- 1) отраслевой принадлежности предприятия, которая определяет удельный вес каждого из элементов структуры;
- 2) характера и особенностей организации производственного процесса;
- 3) условий снабжения и сбыта продукции;
- 4) характера и специфики расчетов с потребителями и поставщиками.

Следовательно, особенности хозяйственной деятельности предприятия и специфика его производственной деятельности определяют экономические формы, в которых находятся непосредственно оборотные фонды.

Это означает, что территориальная разобщенность и хозяйственная самостоятельность предприятия требуют, чтобы сырье и материалы находились на нем в виде производственных запасов (незавершенное производство). Это необходимо для бесперебойного хода воспроизводства.

8. Производственные запасы, пути сокращения производственных запасов

Значительную долю в составе запасов на предприятии составляют **производственные запасы**, т. е. сырье, материалы и топливо, находящиеся на складах предприятия и предназначенные для производственного потребления, но еще не вступившие в произ-

водственный процесс. В зависимости от причин, по которым производственные запасы формируются, существует следующая их классификация.

1. Текущие запасы, т. е. запасы, которые должны бесперебойно удовлетворять текущее потребление производства в материальных ресурсах между двумя очередными поступлениями этих ресурсов.

2. Страховые запасы, созданные на случай непредвиденных обстоятельств.

3. Сезонные запасы, которые образуются на предприятиях, работающих на сырье, производство или поставка которого имеют сезонный характер.

4. Существует еще один вид материальных запасов — **незавершенное производство**, т. е. производство продукции началось, но еще не закончилось или проходит обработку, находящаяся на определенной стадии производства в пределах данного предприятия.

5. Также существуют запасы готовой продукции — завершенные товары и услуги, готовые к реализации и потреблению.

Вообще производственные запасы имеют большое стратегическое значение как для структуры потребления, так и для экономики в целом. В кризисной экономике предложение, как правило, превышает величину спроса, поэтому непроданные товары на складах формируют запасы.

Когда экономика начинает «подниматься», структура спроса выравнивается, он начинает расти. В долгосрочном периоде в условиях ограниченности ресурсов предприятия не могут сразу же нарастить производство для удовлетворения спроса. Поэтому предложение расширяется посредством некогда сформированных запасов.

Однако в некоторых случаях чрезмерные запасы свидетельствуют о несовершенстве организации производственной и сбытовой деятельности либо о сокращении потребительского спроса вследствие низкого качества товара, сервисного обслуживания или других потребительских свойств.

Основные пути сокращения производственных запасов

Внутренние факторы

1. Рациональное использование необходимого для производства количества сырья и материалов.

2. Ликвидация сверхнормативных запасов материалов, которые в ближайшее время могут быть не вовлечены в производственный оборот. Хранение излишков запасов, особенно при высоком уровне процентных ставок в стране, становится дорогостоящим и увеличивает общие издержки предприятия.

3. Улучшение организации снабжения, включающей своевременную доставку сырья и материалов в цеха или на склады.

4. Оптимальный выбор поставщиков.

5. Налаженная работа транспорта, находящегося на балансе предприятия и обслуживающего производство посредством перевозки сырья и материалов, либо сбыт посредством реализации готовой продукции.

6. Совершенствование нормирования производства.

7. Улучшение организации складского хозяйства.

Внешние факторы

1. Общая экономическая ситуация. Макроэкономическая нестабильность, сопровождающаяся дисбалансом в структуре спроса и предложения, динамикой процентных ставок и уровнем цен, — все это может сделать хранение запасов либо дорогостоящим, либо необходимым. В этом случае при организации складского хозяйства следует ориентироваться на состояние экономики.

2. Особенности налогового законодательства.

3. Условия получения кредита.

4. Возможности целевого (государственного) финансирования.

9. Показатели использования оборотных фондов

Всего существует 4 основных показателя, посредством которых можно охарактеризовать процесс использования оборотных производственных фондов.

1. **Коэффициент оборачиваемости** показывает, сколько оборотов совершают фонды за определенный промежуток времени.

$$K_o = \text{РП} / O_{\text{ср.}}$$

где РП — объем реализованной продукции в рублях;

$O_{\text{ср.}}$ — средняя остаточная стоимость сырья и материалов.

Иными словами, данный показатель характеризует количество готовой и уже реализованной продукции, которое приходится на 1 рубль первичных сырья и материалов.

Соответственно, чем выше данный коэффициент, тем эффективнее оборотные фонды используются на предприятии. Если коэффициент оборачиваемости будет снижаться, это будет следствием соответствующего снижения показателя РП и роста Оср. Следовательно, на изготовление каждой дополнительной единицы продукции будет затрачиваться большее количество оборотных фондов.

2. **Длительность 1 оборота** характеризует количество времени, затраченное на осуществление одного производственного цикла.

$$Д = Т / К_о,$$

где Т — это общее число дней.

Таким образом, при рациональном использовании оборотных фондов и при росте показателя $K_о$ длительность 1 оборота, соответственно, должна снижаться.

Чем меньше времени уходит на осуществление одного оборота производственных фондов, тем чаще они (обороты) совершаются с наименьшими затратами времени и тем больше готовой продукции может быть изготовлено. Следовательно, длительность оборота находится в обратной зависимости от величины коэффициенты оборачиваемости.

3. **Удельный расход сырья и материалов** — общее количество материалов (оборотных фондов), которое затрачивается на производство 1 единицы продукции:

$$m = M / q,$$

где М — общая величина расхода материалов в натуральных единицах;

q — количество единиц произведенной продукции в штуках.

Если предприятие интенсивно развивается и эффективно функционирует, для него этот показатель будет уменьшаться. Чем меньше удельный расход сырья, тем больший объем товаров и услуг будет произведен при прочих равных условиях и заданной величине оборотных фондов за определенный момент времени.

4. **Материалоемкость** показывает стоимость материальных ресурсов, которые были затрачены на изготовление одной единицы продукции.

$$M = C / Q,$$

где С — фактические затраты ресурсов в рублях;

Q — весь объем товаров и услуг в денежном выражении.

Материалоемкость должна снижаться, т. е. фактические издержки, которые понесло предприятие при организации производственной деятельности, никогда не должны превышать стоимости произведенных благ или дохода, который может быть получен при их реализации.

Для организации эффективного производства предприятие должно искать пути сокращения издержек, главным образом это касается экономии производственных ресурсов. Таким образом, можно выделить определенные источники снижения расходов материалов.

1. Этого можно добиться путем снижения веса изготавливаемого продукта. Например, этот метод может широко применяться в металлургии, где можно сам по себе тяжелый металл заменить сплавом с меньшим удельным весом, при этом сохраняя величину и форму изделия. Однако данный способ не может быть применим к ряду отраслей (например, в пищевой промышленности).

2. Снижение потери отходов. Эта проблем сегодня особенно актуальна. Вследствие ограниченности ресурсов приходится разрабатывать технологии по переработке производственных отходов и в дальнейшем — вторичного их использования. Кроме того, для реального снижения отходов важно серьезно подойти к проблеме рационального использования имеющихся на производстве ресурсов. Решение данных проблем позволит предприятию реально расширить производство при наименьших затратах.

ЛЕКЦИЯ № 4. Экономика оборудования

1. Силовые и рабочие машины

Основные фонды — главный механический источник производственного процесса. Посредством комплекса машин и станков на предприятии происходит непрерывный процесс изготовления необходимых обществу товаров.

Кроме того, помимо оснащения оборудованием, необходимы помещения и разного рода сооружения, в которых или посредством которых производственная деятельность имела бы место быть (здания, мосты, тоннели и т. д.). В составе активных основных фондов ведущее место занимают машины и оборудование. В соответствии с их ролью в производственном процессе можно выделить два вида машин.

Силовые машины представляют собой энергетическое оборудование, которое производит энергию различных видов (тепловую, механическую, электрическую и пр.) или преобразует один вид энергии в другой. Энергетический фактор — один из важнейших элементов, посредством которого осуществляется производственный процесс, обеспечивается работа машин и оборудования путем поступления токовых потоков, а также нормальные условия труда за счет освещения производственных помещений. Различают следующие виды силовых машин:

- 1) первичные двигатели, которые преобразуют энергию природных ресурсов в механическую энергию (например, газовые и гидравлические турбины);
- 2) электродвигатели или вторичные двигатели (например, электромоторы, которые являются важной деталью основных производственных фондов). На их основе совершается весь объем полезной работы по производству тех или иных видов продукции в зависимости от производственной специализации;

3) различные электроаппараты (сварочные, электропечи), посредством которых продукт приобретает определенную форму и объем;

4) паровые котлы, электрогенераторы, трансформаторы и другие преобразователи тока.

Таким образом, силовые машины, являясь источником переработанной энергии, обеспечивают работу основных фондов, задача которых — производство готовой продукции.

Рабочие машины представляют собой комплекс станков и оборудования, при помощи которых рабочие воздействуют на предмет труда, коим являются сырье и материалы. Иными словами, это производственное оборудование.

Рабочие машины общепроизводственного назначения применяются абсолютно во всех отраслях независимо от их специализации и технологической направленности. К такому типу оборудования можно отнести конвейеры, сортировочные машины и пр. Наряду с ними существуют **специализированные машины**, которые имеют место на определенном предприятии. В каждой отрасли имеется особый способ воздействия на предмет труда. В соответствии с этим, например, в металлургии существует производственное оборудование для следующих видов работ:

1) механической обработки металлов, которая осуществляется посредством работы металлорежущего оборудования (сверлильных, токарных, фрезерных станков и пр.);

2) термической обработки металла посредством воздействия на него источников тепловой энергии, изменения температурного режима. Например, таким способом осуществляются процесс плавления металлов, придание им нужной формы либо создание сплавов;

3) химической обработки металла путем воздействия на него химически активными элементами.

2. Наличие оборудования

Оборудование на предприятиях в зависимости от их производственной специализации имеет большое практическое значение.

ние. Это так называемая главная действующая сила производства, за исключением рабочих, труд которых также высоко ценится. Оборудование — средство труда, с помощью которого рабочие осуществляют трудовую деятельность.

Наличное оборудование — это совокупность машин и станков, которые уже куплены и являются собственностью предприятия, т. е. числятся на его балансе и в инвентарных описях. В соответствии с их включенностью в производственный процесс оборудование бывает установленное и не установленное.

Установленное оборудование — машины, готовые к изготовлению продукции, которые находятся в цехах или других производственных помещениях. Оно включает в себя следующие категории оборудования.

1) **действующие машины и оборудование** — те, которые совершают полезную работу, прямо или косвенно участвуя в производственном процессе. Они введены в оборот в настоящее время и уже переносят собственную стоимость на изготовленный продукт. Именно данный вид оборудования называется основным, посредством его осуществляются запланированное производство и функционирование предприятия в целом;

2) **бездействующее оборудование** оказывается за пределами производственного цикла по ряду причин, в числе которых могут быть и консервация, и разного рода неисправности, которые можно устранить посредством капитального или частичного ремонта. Для этого используются оборотные фонды: инструменты, срок службы которых менее 1 года, и запасные части;

3) **оборудование** установленное, но в данный момент времени находящееся **в капитальном ремонте**, независимо от того, снято оно с фундамента или нет. Соответственно, оно не может выпускать продукцию, вследствие чего предприятию приходится либо сокращать производство или приобретать новое оборудование, либо усиливать нагрузку на работающие машины;

4) **машины и оборудование, находящиеся в пусковом периоде**, т. е. оборудование, которое еще не передано в эксплуатацию, но выдает, хотя и нерегулярно, какой-либо объем продукции. Оно числится на балансе предприятия, но формально не является работающим, поэтому изготовленный им товар является сверхнормативным.

Неустановленное оборудование представлено машинами и станками, которые находятся на складах предприятия, т. е. они уже доставлены и ждут своей очереди для установки. Иными словами, это оборудование приобретено для замены прежнего, устаревшего или неисправного. Кроме того, к категории неустановленного оборудования относят те основные фонды, которые находятся в пути, т. е. фактически они уже принадлежат предприятию, но еще не доставлены на его склады. Сюда же входит и излишнее оборудование, которое подлежит списанию в виду неисправности, а также морального или физического износа независимо от его срока службы.

Сегодня, в век развитых высоких технологий, появилось механическое оборудование, работающее на автоуправлении. Вследствие этого труд рабочих, которые раньше управляли машинами, стал вытесняться. В то же время технологически разработки подобного рода позволяют увеличить производительность труда и расширить объем производства, что в конечном итоге обеспечивает более эффективное функционирование самого предприятия.

3. Классификация оборудования, мощность и ее виды

Оборудование на предприятии — это активная часть основных производственных фондов, которые непосредственно участвуют в производственной деятельности предприятия. Качественной характеристикой оборудования является его состояние и способность что-то производить. Таким образом, оборудование делят на следующие виды:

- 1) новые основные фонды, которые еще не были в эксплуатации. Данный тип оборудования представляет собой недавно приобретенные предприятием машины прежней или технологически и качественно более новой модели;
- 2) исправное или требующее текущего ремонта. Как правило, это оборудование в рабочем состоянии, установленное и действующее в производственных цехах. Оно регулярно выдает определенный объем готовой продукции и составляет часть основных фондов. Необходимость в текущем ремонте может

быть вызвана незначительными неисправностями, которые легко устранимы. Например, это возможно при смещении какой-либо детали или ее износа;

3) оборудование, требующее капитального ремонта, включает то, которое не работает сразу по нескольким причинам. Для его восстановления, соответственно, требуется много времени, новых деталей и труда ремонтных рабочих. Как правило, такое оборудование надолго выбывает из производственного процесса, и даже когда оно полностью отремонтировано, не может выдавать те же производственные показатели, что и прежде;

4) морально устаревшее оборудование. Его износ связан с появлением более качественной и совершенной техники, которая позволяет добиться более высоких производственных результатов. В этом случае предприятие терпит издержки по приобретению нового оборудования, т. е. полного переоснащения производства. Однако при ограниченном количестве материальных ресурсов предприятие может провести модернизацию «старого» оборудования. Конечно, это возможно только при наличии высококвалифицированных специалистов-новаторов;

5) оборудование, подлежащее списанию: оно уже не подлежит ремонту и не может быть реконструировано.

Помимо деления оборудования на группы по качественным характеристикам, во многих организациях имеет место классификация, распределяющая оборудование по возрасту. Конструктивный возраст составляет то число лет (месяцев, дней), которое прошло с момента создания основных фондов, а физический возраст, соответственно, представлен временем с начала его установки и ввода в эксплуатацию.

Большое значение для производства имеет такая характеристика оборудования, как мощность.

Мощность — это способность данного вида оборудования производить определенный объем товаров или энергии в единицу отработанного времени. Данный показатель рассчитывается как в кВт, так и в лошадиных силах (1 л. с. = 0,736 кВт). С точ-

ки зрения загрузки оборудования различают следующие виды мощности:

- 1) нормальная мощность, которая характеризуется наибольшей величиной коэффициента полезного действия (КПД);
- 2) максимально-кратковременная мощность. Например, в случае крайней необходимости двигатель может работать весьма ограниченный промежуток времени. Иными словами, это предельная мощность двигателя;
- 3) максимально-длительная мощность — наибольшая величина мощности, с которой может работать оборудование абсолютно неограниченный отрезок времени без риска аварий.

Для самого предприятия важно знать суммарную энергетическую мощность. Она рассчитывается как сумма имеющихся в производстве двигателей и определяет производственные возможности предприятия: объем выпуска, трудоемкость и величину временных затрат.

4. Показатели использования оборудования и структура календарного фонда времени работы оборудования

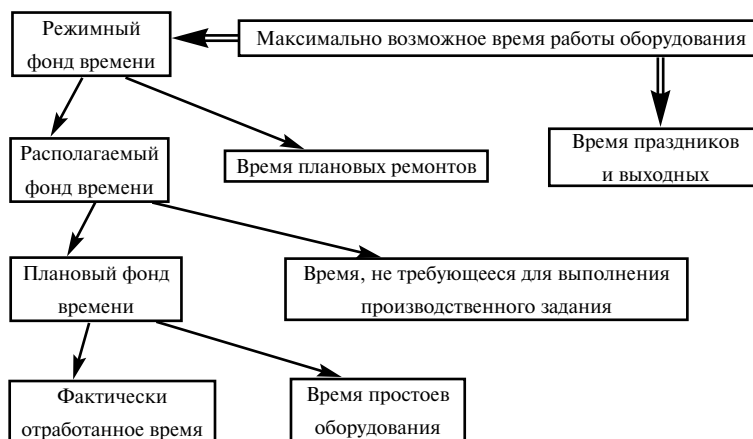
Работа оборудования может характеризоваться мощностью двигателей, объемом выпускаемой продукции, нормой времени, т. е. всевозможными характеристиками конечного результата. Таким образом, существует ряд показателей, посредством которых можно рассчитать полезность и эффективность работы того или иного вида оборудования.

1. Определение доли наличного и установленного оборудования в общей совокупности фактически действующих машин посредством следующих коэффициентов:

- 1) $K_n = \text{фактически действующее} / \text{наличное оборудование}$;
- 2) $K_y = \text{фактически действующее} / \text{установленное оборудование}$.

Вполне логичным является тот факт, что коэффициент установленного оборудования будет меньше по итоговой величине коэффициента наличного. Это связано с тем, что первое является составной частью второго.

2. Использование оборудования по длительности временного периода описывается коэффициентом его экстенсивной загрузки: $K_{э} = \text{время фактической работы станка} / \text{максимально возможное время}$. В соответствии с этим структура календарного фонда рабочего времени может быть представлена следующим образом.



3. Коэффициент интенсивной загрузки оборудования показывает степень использования оборудования по мощности его двигателей.

$K_{и} = \text{фактическая мощность} / \text{максимальная мощность}$. В числителе данной формулы стоит величина фактической производительности оборудования, которая показывает, какое количество товаров и услуг производится им при данной мощности в единицу времени. Знаменатель, соответственно, содержит величину максимально-длительной мощности, т. е. показывает, какова может быть максимальная производительность при прочих равных условиях.

4. Важным показателем является подсчет использования оборудования по объему выполненной им работы, т. е. коэффициент интегральной загрузки.

$$K_{\text{интегр.}} = T_{\text{факт.}} \times M_{\text{факт.}} / T_{\text{max}} \times M_{\text{max}}$$

где $T_{\text{факт.}}$ — фактически отработанное время;

$M_{\text{факт.}}$ — мощность, с которой работало оборудование.

Соответственно, T_{max} и M_{max} представляют собой максимальные величины предыдущих показателей, т. е. показывают потен-

циальные возможности оборудования как по длительности производственного процесса, так и по мощности, на которой может быть выполнен весь объем работ. Если учесть, что произведение величин времени и мощности есть физический показатель работы, коэффициент интегральной загрузки можно представить в следующем виде: $K_{\text{интегр.}} = W_{\text{факт.}} / W_{\text{макс.}}$

5. Коэффициент сменности оборудования показывает, сколько в среднем смен отрабатывает каждая единица оборудования. По данному показателю можно с достаточной долей вероятности судить о величине установленного действующего оборудования и эффективности его работы.

$K_{\text{см.}} = \text{станко-смены} / \text{станко-дни}$. Числитель показывает общее число станков, работающих при заданной величине суточных смен, а знаменатель — число станков, участвующих в процессе производства определенное число дней. Для того чтобы наглядно представить, как коэффициент сменности подсчитывается на практике, можно привести следующий пример-задачу.

Предположим, что расчеты производятся за один производственный день. Всего на предприятии работает 50 станков: 25 из них — в три смены, 15 — в две и оставшиеся 10 — в одну. Величину станко-смен находим посредством перемножения станков на число отработанных ими смен, т. е. станко-смены = $25 \times 3 + 15 \times 2 + 10 \times 1 = 115$. Учитывая, что 50 станков работают всего одни сутки, сразу находим коэффициент сменности: $K_{\text{см.}} = 115 / 50 = 2,3$. Это значит, что каждый станок в среднем работает 2,3 смены.

ЛЕКЦИЯ № 5. Организация и нормирование труда

1. Понятия труда и рабочей силы

Труд — это важнейшая качественная характеристика любого производственного процесса. От качества труда зависят качество произведенной продукции и, как следствие, спрос на нее. Это особенно важно, когда фирма ведет неценовую конкурентную борьбу. Таким образом, труд — это определяющий фактор производства, поскольку посредством него происходит качественное слияние основных фондов предприятия (оборудования, технологий) и оборотных средств (сырья, различных материалов).

Рабочая сила — специфический товар, фактор производства, участвующий непосредственно в процессе создания новых товаров и услуг для удовлетворения потребностей экономических субъектов. Количество рабочей силы определяют такие понятия, как «занятость» и «безработица», и именно они характеризуют экономическую ситуацию в стране. Рабочая сила — это люди, вовлеченные в производство, с одной стороны, и совокупность способностей человека — с другой. Качество рабочей силы показывает степень эффективности рыночной экономики, насколько она конкурентна в этом отношении. Рабочая сила на первый взгляд представляет собой число лиц, находящихся в трудоспособном возрасте и способных к труду. Также это совокупность физических и духовных способностей человека. Иными словами, для того чтобы считаться рабочим той или иной сферы деятельности, индивид должен обладать долей профессионализма, усердием и опытом, что определяет качество его труда.

Для распределения рабочей силы существует рынок труда, где заключаются сделки между предпринимателями и наемными ра-

ботниками. Одной из форм такого рынка является биржа труда, которая распределяет всех трудоспособных субъектов экономики по ее отраслям, тем самым восполняя недостаток рабочих рук в организациях и предприятиях и увеличивая общий объем производства. Можно выделить следующие условия возникновения товара «рабочая сила»:

- 1) трудящийся должен быть юридически свободной личностью, т. е. по своему усмотрению распоряжаться собственными способностями и использовать имеющиеся возможности;
- 2) работник должен быть лишен средств производства, которые он может получить только в обмен на продажу своих трудовых качеств.

Рабочая сила обладает определенными качествами.

1. Она составляет единое целое с собственником и приносит ему доход.

2. Если труд работника долгое время не реализуется, то его эффективность со временем снижается. Труд — непостоянный фактор производства, поскольку знания, навыки, опыт и другие профессиональные качества работника могут быть утраченными. Поэтому в целях осуществления эффективной деятельности они должны регулярно вовлекаться в производственный процесс.

3. Носитель трудовых качеств, т. е. сам человек, не может быть объектом купли-продажи, таковым является лишь его труд как способность к созданию материальных и нематериальных благ, различных товаров, циркуляция которых на рынке — это основа всей экономической жизни страны.

Таким образом, в любой стране важной проблемой является повышение трудовых ресурсов. Для этого государство как высший орган власти инвестирует, субсидирует и поощряет трудовую деятельность.

Все чаще в науке используется термин «человеческий капитал» как совокупность знаний, умений и профессионального опыта. С этим видом капитала связано понятие «утечка кадров», т. е. переманивание ценных специалистов на новое место работы с предоставлением лучших условий труда и заработной платы. Как правило, она носит международный характер.

2. Движение рабочей силы

Каждое предприятие заинтересовано в создании стабильного коллектива работников. Это позволяет достичь определенного баланса трудовой деятельности на предприятии, вследствие чего важнейшие показатели, такие как производительность труда и его эффективность, находятся в норме. Однако по ряду причин кадровая стабильность не слишком частое явление на современном производстве, поэтому движение рабочей силы все же происходит. Работники устраиваются на новое место работы, увольняются, уходят в отпуск, переводятся на другие объекты. Любое изменение в составе рабочей силы — нормальное явление, которое имеет место практически во всех организациях.

Внутриорганизационный оборот предполагает движение работников не только на входе и выходе организации, но и переход и из одной категории в другую.

Процесс движения работников может быть охарактеризован множеством показателей, которые условно можно объединить в две большие группы: абсолютные (или простые, первичные) и относительные, которые рассчитываются непосредственно на основе первичных абсолютных показателей и выражаются в процентных долях.

Абсолютные показатели оборота

1. **Оборот по приему** необходим для выявления непосредственных источников формирования кадров и наличия существующих вакансий:

- 1) принятие по организованному набору представляет собой порядок набора персонала по объявлению в СМИ или внутри организации;
- 2) перевод из других учреждений и предприятий, иными словами, трудовая мобильность;
- 3) принятие работников из числа выпускников вузов и других профессиональных учебных заведений;
- 4) принятие на работу по направлению органов по трудоустройству (бирж и др.);
- 5) переманивание кадров, иными словами, приглашение специалистов с других предприятий на новых условиях работы и оплаты труда;

б) трудоустройство лиц, направленных на прохождение производственной практики.

2. **Оборот по выбытию**, т. е. численность уволенных работников, сгруппированных по всем причинам увольнения:

1) необходимый оборот по выбытию может быть связан с окончанием срока договора или контракта, уходом на учебу (повышением квалификации), в армию, на пенсию, переводом на другие объекты, миграцией и даже смертью;

2) излишний оборот по выбытию — текучесть кадров, т. е. лица, уволенные по собственному желанию, за нарушение трудовой дисциплины или по сокращению.

3. **Численность сменившихся** равна разнице принятых на работу и уволенных с нее. Данный коэффициент показывает степень текучести кадров на предприятии.

Рассмотренные выше показатели оборота кадров являются внешними.

4. **Внутренний оборот** представляет собой переход работника из одной качественной категории в другую. Это может быть связано с его профессиональным ростом и личными заслугами. При этом состав персонала, общая численность работников на предприятии не меняются.

Относительные показатели оборота

Данные характеристики характеризуют интенсивность движения рабочей силы, рассчитываются как соотношение абсолютных показателей к среднесписочной численности работников за один и тот же период.

1. Коэффициент принятых на работу ($K_{пр.}$) = (число принятых / среднесписочная численность персонала) $\times 100\%$.

2. Коэффициент выбывших ($K_{выб.}$) = (число выбывших / среднесписочная численность) $\times 100\%$.

3. Коэффициент текучести ($K_{тек.}$) = (излишний оборот по выбытию / среднесписочная численность) $\times 100\%$.

Данные, полученные при подсчете вышеперечисленных коэффициентов, необходимо сравнивать с показателями предыдущих лет. Это позволит проследить кадровую политику в динамике. Кроме того, важно найти причины проблем, с которыми может быть связано движение персонала. Например, необходимо определить,

по какой причине происходит наибольшее число увольнений. Может быть, стоит изменить саму систему нормирования труда или его оплаты либо изменить отношения в системе «руководитель — подчиненный». Всесторонний анализ подобных проблем позволит стабилизировать кадровый состав работников и, как следствие, повысить эффективность трудовой деятельности.

3. Общая численность работников предприятия

Персонал — это совокупность лиц, задействованных в деятельности организации и получающих за это заработную плату в соответствии с существующей тарифной системой. Персонал имеет определенные признаки.

1. В организации существует система отношений «предприниматель — работник», построенная на основе заключенных договоров и контрактов.

2. Персонал характеризуется такими трудовыми характеристиками, как профессия, уровень квалифицированности, образование и специальность, а также способность к генерированию идей и инициативность. Посредством этого определяется место работника в организации: его должность, обязанности и права.

3. Персонал в организации имеет определенную направленность, т. е. ориентиры и цели, к которым должны стремиться все работники. В данном случае основной задачей руководства организации и отдела стратегического планирования является определение стратегической цели фирмы и круга вопросов, решение которых будет содействовать ее достижению.

Общая кадровая численность работников предприятия определяется **списочным составом персонала**. Он представляет собой совокупность всех постоянных, временных, а также сезонных рабочих и сотрудников вне зависимости от того, находятся ли они в данный момент времени на рабочих местах или по каким-либо причинам отвлечены от работы (по болезни, из-за ухода в армию, в отпуск, поездки в командировку).

Списочный состав включает всех работников, которые осуществляют трудовую деятельность в рамках данной организации свыше 3—5 дней, а также студентов высших и средних профес-

сиональных учебных заведений, направленных на производственную практику и зачисленных на должности, которые оплачиваются из фонда заработной платы.

Месячная списочная численность определяется посредством ведения ежедневных записей, которые указывают общее число работников, присутствующих и не явившихся на рабочие места по каким-либо причинам. Таким образом, ежедневная численность персонала — это сумма явок и неявок на работу. Важным является показатель фактически работающих сотрудников организации. Он определяется путем вычета из общей явочной численности количества работников, явившихся на работу, но не приступивших к ней. Дело в том, что существует ряд ситуаций, по которым работники оказываются не задействованными в трудовом процессе в соответствии со своими обязанностями.

Посредством движения рабочей силы внутри организации и межфирменной мобильности регулярно одни рабочие увольняются или переходят из одной категории в другую, другие приходят на их должностные места. Процессы зачисления и увольнения персонала обеспечивают динамику общей численности работников. В соответствии с этим рассчитываются показатели списочной численности на начало и конец отчетного периода, а также среднесписочная численность работников за определенный промежуток времени (месяц, год). Так, **среднемесячная численность работников** равна сумме ежедневных численностей деленной на число дней. Аналогично определяется среднегодовая численность персонала, только в данном случае сумму среднемесячных численностей делят на 365 дней. При этом списочные численности за выходные и праздники принимаются равными списочной численности за предыдущий рабочий день — пятницу, а в организациях с шестидневной рабочей неделей — субботу.

4. Состав работников организации

С точки зрения выполнения персоналом своих функций важно изучать не только численность работников, но и их состав. Это позволяет определить основные категории, которые существуют в данной организации, и в соответствии с этим строить кадровую

политику. На большинстве предприятий материальных отраслей, таких как сельское хозяйство, промышленность связь и транспорт, существует 2 группы персонала:

1) персонал, занятый в организации не основной деятельностью, иными словами, непроизводственные работники. К ним относятся, например, сотрудники жилищно-коммунального хозяйства, культуры, медицинских и детских учреждений;

2) промышленно-производственный персонал, занимающийся основной деятельностью, т. е. лица, работающие в организации, производящей различные товары и услуги для удовлетворения физиологических потребностей общества. В свою очередь, данная группа работников в соответствии с выполняемыми ими обязанностями подразделяется на несколько групп:

а) группа рабочих, к которой относятся работники, занятые в процессе создания материальных ценностей и товаров, т. е. участвующие в производственном процессе. Кроме того, сюда включаются рабочие подсобных (производство тары) и вспомогательных (осуществление ремонтных работ основных производственных фондов) хозяйств, а также персонал транспортных отделов по перевозке людей и доставке грузов;

б) группа служащих, т. е. лица, работа которых связана с управленческой, финансовой и коммерческой деятельностью организации. Во-первых, это менеджеры высшего звена, назначаемые непосредственно высшим руководством и осуществляющие общий контроль над всей организацией в целом. Такая система освобождает руководство от решения оперативных, незначительных проблем и позволяет сосредоточить внимание на решении более важных стратегических задач. Менеджер высшего звена в помощь себе назначает руководителей подразделений, отделов и цехов. Они контролируют трудовые процессы на уровне бизнес-единиц и информируют начальство о существующих проблемах. К группе служащих относят и специалистов: бухгалтеров, экономистов, инженеров, технологов. Статус служащего имеют и лица, осуществляющие подготовку

и оформление документации (секретари и референты), хозяйствообслуживающие (уборщицы), а также рабочие охраны.

Особо подробно изучаются и обобщаются данные о составе работников по демографическим характеристикам (по полу, возрасту), уровню образования, производственному стажу, профессиональному и квалификационному составу.

Создание рыночной экономики положило начало развитию частной и акционерной собственности. Поэтому сегодня в современных организациях существуют группы лиц, относящиеся к кадровому составу работников, но не выполняющие соответствующие работы.

В то же время они заинтересованы в процветании организации, росте эффективности ее функционирования.

К таким группам относят прежде всего совет директоров, который принимает все решения, связанные с деятельностью организации, и осуществляет общий контроль над всеми протекающими в ней процессами.

5. Организация труда и нормы труда

Организация труда призвана создавать нормальные для персонала (и отдельного работника, в частности) условия труда.

Такая политика контроля трудовой деятельности позволяет значительно повысить общую производительность труда, его эффективность и, как следствие, уровень прибыльности предприятия.

Структура организации труда подразумевает наличие следующих элементов управления.

1. **Наем персонала** — это довольно трудный процесс отбора работников и формирования производственного коллектива. К этому вопросу следует подходить очень серьезно, поскольку именно от профессиональных качеств и способностей работника, а также степени его инициативности зависит общий результат деятельности организации.

2. **Расстановка рабочих** в соответствии со сложившейся системой производства. Каждый работник должен занять «свое» рабо-

чее место в соответствии с его способностями, уровнем образования, а также профессиональными навыками.

3. Справедливое **распределение обязанностей** между всеми членами трудового коллектива. Каждый работник должен выполнять лишь тот объем работы, который соответствует его сфере деятельности и вписывается в рамки его профессиональных обязанностей. Нагрузка работника делами сверх меры недопустима, если же стоит такая необходимость, то она должна осуществляться по согласию самого рабочего и, соответственно, с надбавкой к его месячной заработной плате.

4. **Подготовка и переподготовка кадров.** На любом предприятии в связи с технологическими изменениями рано или поздно встает проблема недостаточной подготовленности рабочих к изменившимся условиям труда. В соответствии с этим руководство предприятия обязано взять на себя вопрос переподготовки кадров: работники периодически направляются на дополнительные курсы повышения квалификации.

5. **Стимулирование труда** (моральная и материальная поддержка) включает в себя моральное поощрение, например похвалу и всеобщее признание заслуг, поскольку каждый работник так или иначе имеет потребность в уважении и самореализации. Хорошими стимулами могут явиться повышение заработной платы или различные надбавки в виде премий. Кроме того, следует учесть, что не все рабочие мотивируются материальным вознаграждением. Есть люди, которые всему прочему предпочитают карьерный рост, дальнейшее продвижение по службе или же возможность руководить и брать на себя ответственность. Таким образом, менеджер по работе с персоналом обязан выявлять индивидуальные предпочтения каждого работника и в соответствии с этим строить систему мотивирования. Следовательно, организация труда достигается посредством комплекса мероприятий, ориентированных на совершенствование процессов труда и формирование благоприятных для здоровья условий труда.

Организация труда включает такое понятие, как «нормирование труда». Цель нормирования труда — определение необходимых затрат и резервов труда, соответствующих наиболее эффективным

вариантам организации производства. В соответствии с этим можно выделить следующие трудовые нормы:

- 1) нормы времени, т. е. затраты рабочего времени, необходимые для выполнения отдельной производственной операции или изготовления единицы продукции;
- 2) нормы выработки, определяемые как количество товаров и услуг, которое должно быть произведено одним работником за определенную единицу времени;
- 3) нормы обслуживания — штатное число рабочих, вовлеченных в производственный процесс для обслуживания одной единицы оборудования, или количество единиц оборудования, рассчитанных на одного рабочего;
- 4) нормы численности — численность работников определенного профессионально-квалификационного состава, которые должны выполнить определенный объем работ;
- 5) норма управляемости или количество трудящихся, которые должны быть подчинены одному руководителю.

6. Понятие рабочего времени: его нормы, календарный фонд рабочего времени

Рабочее время представляет собой период, в течение которого совершается трудовой процесс. Оно бывает производительное, т. е. нормируемое, и непроизводительное (ненормируемое). Последнее включает потери времени вследствие осуществления непроизводительной работы, а также по причинам организационных неполадок.

Производительное рабочее время описывает длительность производственного процесса и его эффективность, поскольку только эффективное производство способствует сохранению времени. Таким образом, основными элементами производительного времени является совокупность временных затрат:

- 1) **основное время**, в течение которого происходит производство товаров и услуг или другой полезной работы;
- 2) **вспомогательное время**, необходимое для создания благоприятной рабочей обстановки, т. е. которое уходит на подготовку рабочего места;

3) **свободное время**, которым должны располагать все работники без исключения (это время на отдых и личные надобности, например на обед).

Только создание системы организации труда позволяет значительно повысить эффективность осуществляемого в рамках данной фирмы или предприятия трудового процесса.

Основное и вспомогательное время в своей совокупности представляют оперативное время, т. е. то, в течение которого осуществляется конечная цель технологических операций. Это полное рабочее время, которое составляет структуру рабочего дня и отводится для решения заданного объема задач и выполнения определенного объема работы. Рабочее время регулируется непосредственно трудовым законодательством, которое определяет его рамки и структуру. Например, принято считать, что нормальная рабочая неделя составляет 40 ч при длительности рабочего дня 8 ч. Для несовершеннолетних рабочих и работающих в тяжелых трудовых условиях этот показатель должен быть значительно ниже и определяется всего 36 ч и менее, а для подростков — 30 ч. Рабочее время, как правило, измеряется в часах, днях, месяцах и годах. Отработанное время рассчитывается в человеко-днях, иначе, это наличие данного работника в списочном составе определенного дня.

Отработанным для работника считается тот год, в течение которого он находился как в ежедневном, так и в месячном списочном составе персонала организации. Совокупность отработанных лет составляет трудовой стаж работника, посредством которого определяется уровень его профессионализма и доверия к его труду. Кроме того, стаж является одним из определяющих факторов начисления заработной платы.

Для предприятия важной задачей является расчет календарного фонда рабочего времени. Он делится на две составные части. Первая, самая короткая по длительности, представляет собой время, затраченное на праздники и выходные. Вторая часть рабочего времени представлена табельным фондом рабочего времени, который, в свою очередь, включает время положенных отпусков, необходимых работнику для восстановления трудовых сил, а также максимально возможное время, в течение которого работник

может находиться на рабочем месте и выполнять общественно полезную работу. Общее возможное время рабочего дня определяется долей в нем явок и неявок и, как следствие, может характеризоваться как целодневными простоями, так и фактически отработанной величиной времени.

Трудовое законодательство определяет ряд причин, по которым работник имеет право не явиться на работу, это:

- 1) болезнь сотрудника организации — подразумевает временное отстранение его от должности и соответствующие выплаты (больничный) из общего фонда оплаты труда;
- 2) командировка;
- 3) отпуск по беременности, родам, а также по уходу за детьми;
- 4) учебные отпуска для лиц, обучающихся без отрыва от производства (повышение квалификации).

7. Потери рабочего времени, методы изучения потерь рабочего времени

Отработанным для работника считается день, когда он явился на работу и приступил к ней.

Но в течение рабочего дня возможны потери рабочего времени, которые измеряются в человеко-часах. Такие потери могут возникать по целому ряду причин.

1. Они могут быть обусловлены трудовым законодательством (например, сокращение рабочего дня у несовершеннолетних и рабочих, осуществляющих трудовую деятельность в тяжелых рабочих условиях; перерывы в работе для кормящих матерей). Рабочее время может быть снижено также в связи с болезнью работника или с выполнением государственных обязанностей.

2. По вине администрации или поставщиков. Это характерно для таких случаев, когда, например, нет сырья, сломался станок, и его дальнейшая работа не может быть обеспечена.

3. Наконец, потери могут возникнуть по вине персонала. Если работник опаздывает на работу более чем на полчаса, оборудование простаивает; если опоздание затягивается, работнику ставится прогул. Вследствие этого оборудование на предприятии работа-

ет не на всю мощь и не в полном составе, что отражается на производительности труда и показателях выпуска. Помимо всего прочего, простои являются следствием самовольного или преждевременного ухода работника со своего рабочего места.

Для того чтобы максимально снизить риск потери времени, разрабатываются специальные методы, позволяющие контролировать производственный процесс на всех его стадиях.

1. **Хронометраж**, т. е. изучение рабочего времени путем ведения соответствующих регулярных наблюдений и замеров продолжительности многократно повторяющихся элементов операции. Этот метод иначе называют выборочным наблюдением. По произведению достаточного количества замеров необходимо провести обработку полученных данных по каждому элементу производственной операции. Анализ результатов дает возможность выявить движения и действия работника, которые оказываются лишними. Посредством этого устанавливают величину промежутка времени, который необходим для нормального выполнения операции.

2. **Фотография рабочего дня**. Данный метод представляет собой наблюдение на протяжении всего рабочего дня или его части за действиями работника с целью выявления возможных потерь рабочего времени. Он позволяет определить фактическую выработку работника. Если наблюдение ведется за работой не более 3 рабочих, это называется групповой фотографией рабочего времени. Наблюдатель непосредственно контролирует все операции и осуществляет замеры времени. А вот самофотография не столь эффективна в использовании, поскольку позволяет изучать только причины возникновения потерь и сами их величины.

3. **Фотохронометраж**, или комплексный вид наблюдения. Иными словами, совмещаются и применяются сразу два метода: хронометраж и фотография рабочего дня.

4. **Метод моментных наблюдений** основан на предположении повторяемости случаев работы и перерывов. Таким образом, наблюдатель совершает обход рабочих мест через определенные промежутки времени, что позволяет ему фиксировать сам момент работы или простоя. Данный метод удобно применять в том случае, когда контроль ведется над оборудованием цехов или больших участков работы, где число работников составляет свыше 3 человек.

ЛЕКЦИЯ № 6. Производительность труда и выпуск продукции

1. Понятие производительности труда и ее показатели

Основной целью производственной деятельности является получение такого товара или услуги, который максимально бы соответствовал потребительскому спросу. Для организации, занимающейся таким родом деятельности, крайне важным является степень ее эффективности, которая показывает, насколько ее результаты соответствуют затраченным усилиям и факторам производства, главным из которых, безусловно, является труд рабочего. **Производительность труда** — это качественная характеристика затрат труда, показатель развитости системы трудовых отношений. При его положительной динамике на предприятии наблюдается реальный рост объемов производства как следствие увеличения трудовых усилий работника при одновременном снижении предельной единицы времени, которое затрачено на изготовление каждой дополнительной единицы продукции. Для характеристики уровня производительности труда используют, как правило, два показателя.

Выработка — количество товаров и услуг, произведенных в одну единицу рабочего времени. На предприятии принято рассчитывать **среднечасовую выработку**, т. е. количество продукции, изготовленной одним работником за отработанный человеко-час. **Средняя дневная выработка** определяется как отношение всего объема продукции к отработанным человеко-дням. Соответственно, **среднемесячная выработка** равна разности среднесписочной численности работников предприятия и ВВ — валового продукта, т. е. весь объем товаров и услуг, произведенных на данном предприятии за определенный промежуток времени. Аналогично рассчитываются показатели средней квартальной и среднегодовой выработки. Любой показатель выработки может быть исчи-

слен как в натуральных (только для однородных видов продукции), так и в стоимостных единицах. Выработка — прямой показатель, поэтому его рост вызывает пропорциональное увеличение производительности труда. Вторым показателем, который рассчитывается для характеристики производительности труда, — **трудоемкость**, который определяется как отношение затрат трудового времени на изготовление единицы продукции.

$$\text{Трудоемкость} = T / Q,$$

где Q — объем выпуска.

Чем выше данный показатель, тем больше, соответственно, времени уходит на производство запланированного выпуска товаров и тем ниже производительность труда.

Следовательно, производительность труда характеризует плодотворность труда, степень его эффективности. И все же данный показатель следует отличать от эффективности труда. **Эффективность** — это более широкое понятие, оно описывается не только экономическими характеристиками. Сюда включаются и влияние трудовой деятельности на организм работника, и его общее состояние, а также обеспечение его профессионального и карьерного роста. Иными словами, для работника на предприятии должны быть созданы такие условия, чтобы он мог выполнять свой объем работы с максимальной отдачей, реализовывая при этом свои профессиональные и творческие способности. Таким образом, эффективность труда включает и социальный, и психофизиологический аспекты трудовой деятельности.

Эффективный труд не только тот, который характеризуется лишь высокими объемами выпуска, а тот, который осуществляется в благоприятных и безопасных условиях, он подразумевает всестороннее использование навыков и умений трудового персонала. Отсутствие вышеперечисленных характеристик трудового процесса может стать одной из главных причин снижения производительности труда. Таким образом, производительность труда находится в прямой зависимости от его эффективности. Это взаимосвязанные показатели, которые необходимо учитывать для создания системы организации и нормирования труда, а также при планировании производственной деятельности предприятия.

2. Факторы роста производительности труда

Производительность труда характеризуется высокой изменчивостью и динамичностью, что связано с влиянием на нее множества факторов, которые так или иначе могут либо увеличить ее, либо снизить.

Помимо этого, следует отметить роль условий труда, в которых осуществляется трудовая деятельность. Это так называемый косвенный регулятор производительности, поскольку может либо усиливать, либо ослаблять влияние самих факторов.

Факторы роста — это объективные причины, обуславливающие изменение уровня того или иного показателя. Производительность труда носит изменчивый, непостоянный характер и зависит от целого ряда факторов. Их действие взаимосвязано, но для исследования динамики производительности труда их следует рассматривать и изучать отдельно.

1. Материально-технические факторы включают в себя все то, что позволяет повысить технический уровень производства. Прежде всего это автоматизация и механизация производственных процессов, используемое в производстве сырье, его качество, свойства. Очень важно контролировать удельный расход сырья и материалов: чем меньше эта величина, тем эффективнее считается производство. Кроме того, в настоящее время следует особое внимание уделять используемым технологиям: их необходимо регулярно совершенствовать. Только так фирма или предприятия смогут стать достаточно конкурентоспособными на рынке.

2. Организационный фактор включает в себя совершенствование управления предприятием, производством и трудом (например, система менеджмента). Первоначально все предприятия управлялись единственным лицом-собственником. С развитием предпринимательства появились менеджеры — физические лица, выполняющие функцию управления от имени владельца организации. Кроме того, они ставят перед собой конкретные задачи, достижение которых очень важно для нормального функционирования и прогрессивного развития предприятия. Менеджер обязан планировать деятельность предприятия в соответствии с рыночной ситуа-

цией и степенью риска. С окончательным оформлением менеджмента в самостоятельную форму труда механизм руководства стал значительно проще. Ведь менеджер не только контролирует процесс производства, но и следит за порядком и выполнением плана рабочими.

3. Регионально-экономические факторы: природно-климатические условия, сбалансированность рабочих мест и трудовых ресурсов, т. е. равенство спроса и предложения на рынке труда, а также освоенность новых районов месторождений.

4. Социальные факторы подразумевают культурный уровень кадров, уровень квалификации, инициативности персонала, а также психологический климат в коллективе. Кроме того, крайне важной является проблема отношений работника и работодателей, которые должны быть построены на доверии и социальном партнерстве.

5. Структурный фактор характеризует изменение объема и структуры производства, экономической специализации (изменение ассортимента товара, его качества и иных характеристик). Сюда включаются также и выпуск новой продукции, изменение ее доли в общем объеме произведенного данным предприятием продукта.

Определение и анализ факторов роста производительности труда на предприятии являются его важнейшей стратегической задачей. Это позволяет определить потенциальные возможности предприятия, выделить основные направления, по которым оно должно развиваться в дальнейшем.

3. Резервы роста производительности труда

Резервы роста производительности труда — это потенциал, реальные возможности более полного использования трудовой силы и факторов производства посредством внедрения разработок науки, техники, технологии, систем организации и нормирования труда. Понятие резервов производительности тесно связано с факторами ее роста. Фактор роста производительности — реальная возможность, которая при подкреплении ее соответствующими резервами может быть претворена в действительность.

Существует множество классификаций резервов производительности труда. В соответствии с этим резервы бывают следующих видов.

Внутрипроизводственные резервы

1. Реализация новых возможностей может быть произведена вследствие снижения показателя трудоемкости. Только реальное снижение затрат трудового времени на единицу продукции позволит создать «резерв времени». Это значит, что за прежний промежуток времени может быть произведен дополнительный объем товаров и услуг, зафиксированный сверх нормы, что дает толчок повышению производительности труда в целом.

2. Улучшение использования рабочего времени и его продуктивности также активизирует производственные процессы, направляя трудовую деятельность на более совершенную стадию развития. Важными являются внедрение научной организации труда, укрепление дисциплины в рабочем коллективе, что, возможно, позволит снизить кадровую текучесть. Посредством использования накопленного трудового опыта необходимо улучшить систему охраны труда и производственной санитарии. Качественные изменения трудовых условий, безусловно, окажут самое непосредственное влияние на качество результата трудовых усилий. Такая политика поможет значительно сократить либо полностью ликвидировать производственный брак и снизить издержки производства.

3. Резервы самой производственной структуры, которые могут быть направлены на ее улучшение. Здесь можно выделить и повышение компетенции персонала, и улучшение использования ресурса «рабочая сила» посредством механизации труда и использования труда вспомогательных работников. Кроме того, снижение административно-управленческого персонала позволит сократить общие издержки, а снижение производственного контроля повысит инициативность и новаторство среди рабочего персонала.

По времени использования резервы подразделяют на следующие виды.

1. **Текущие**, которые могут быть реализованы в текущем периоде и не требуют значительных первичных затрат. К данному типу резервов относят рациональность в использовании основ-

ных производственных фондов, применение рациональных и прогрессивных систем оплаты труда, включающих доплаты и премирование, улучшение организации труда. Кроме того, такой показатель, как брак в производстве, тоже может быть сокращен за небольшой промежуток времени путем осуществления вышелепечисленных задач.

2. **Перспективные резервы**, т. е. те, которые по каким-либо причинам не могут быть использованы в настоящее время, но находятся как бы в запасе. К таковым относятся: перестройка всего производственного процесса, внедрение новейших технологий и оборудования. Все эти меры не могут быть осуществлены поспешно, а требуют времени и достаточного уровня инвестиций.

По признакам использования возможностей существуют следующие виды резервов.

1. Резервы запаса: неполное использование мощности оборудования.

2. Резервы потерь: использование топлива или ресурсов сверх нормы, рост трудоемкости, брак продукции.

Следовательно, изучение резервов, которыми располагают предприятие или организация на конкретный момент времени, позволяет планировать дальнейшее развитие производства и со временем устранять существующие проблемы.

4. Понятие продукции, ее виды и стадии готовности

Продукция, которая выпускается конкретной организацией, является ее прямым показателем. Валовый выпуск, во-первых, характеризует эффективность производства и производительность труда, а во-вторых, позволяет сделать выводы о работе оборудования и достаточности его мощности. Все это дает возможность определить комплекс проблем, с которыми сталкивается производство на всех его стадиях, и оценить реальные возможности и резервы.

Таким образом, продукция представляет собой результат работы фирмы и может иметь две формы: т. е. выпускается в виде товаров или услуг. Ремонтные работы, связанные с восстановле-

нием утраченной полезности товаров или с приданием им улучшенных свойств (окраска, полировка и пр.), называются **услугами промышленного характера**. Существуют следующие виды продукции:

- 1) основная продукция — представляет собой тот или иной товар, на изготовление которого было настроено производство;
- 2) побочная продукция (например, патока на сахарозаводе, жмых на маслозаводе и т. д.). В некоторых отраслях особенности технологии таковы, что наряду с основным получают и другой продукт, по ценности отличающийся от основного и учитывающийся, соответственно, отдельно;
- 3) сопряженная продукция. Сегодня научные технологические разработки в области производства позволяют из одного и того же сырья одновременно получать несколько видов изделий. По способу создания это сопряженная продукция, а по виду она относится к стадии готовой продукции;
- 4) производственные отходы, которые уже не обладают необходимыми для производства свойствами и не могут быть в дальнейшем использованы для изготовления продукции;
- 5) брак, т. е. непригодные для производства и потребления детали и изделия. Уровень бракованности произведенной продукции показывает степень развитости производства и его эффективность. Чем ниже этот показатель, тем выше производительность труда и технологический уровень производства.

По степени готовности продукция делится на:

- 1) незавершенное производство, т. е. продукцию на ее начальной ступени готовности. Это значит, что все изделия находятся в обработке в рамках одного производственного подразделения и на данный момент времени имеют незаконченный товарный вид (сталь в процессе плавки на предприятии металлургии). Кроме того, к незавершенному производству относятся даже те товары, которые прошли полную обработку на всех стадиях производственного процесса, но пока не поступили на склад готовой продукции и не имеют накладной;
- 2) полуфабрикаты — это детали и товары, прошедшие в процессе обработки в пределах одного цеха все необходимые операции, но подлежащие обработке в других производственных

подразделениях. В конечном итоге полуфабрикат проверяется, признается годным и документально оформляется;

3) готовые изделия — представляют собой те виды продукции, которые были полностью обработаны на данном предприятии. Иными словами, это годные товары, которые поступают на склад готовой продукции или на месте передаются заказчику или отгружаются. Готовые товары и услуги производятся в рамках основного производства. Но существуют изделия и подсобных цехов (например, тара для упаковки, погрузки и хранения готовых изделий).

5. Учет продукции

Для контроля процессов производства и сбыта готовой продукции разработаны системы учета, которые позволяют всесторонне изучить произведенный товар как в стоимостной оценке, так и в натурально-вещественной. Учет произведенной на предприятии продукции осуществляется посредством **натуральных измерителей**, которые представляют собой характеристики объемов производства в физических единицах (штуках, тоннах, килограммах, метрах и др.).

Такой учет является основным и необходимым, он составляет основу для остальных видов учета. В организациях ведется учет номенклатуры товаров и услуг, т. е. сплошной учет выпускаемой продукции.

Номенклатура — это совокупность продукции различного вида и разного назначения. Номенклатура определяет степень дифференцированности производства.

Ассортимент представляет собой разновидности одного и того же типа готовой продукции, которые имеют одинаковое потребительское назначение. Например, номенклатура пищевой промышленности (кондитерские отделы) включает торты, пирожные, пряники и пр. А ассортиментом, например, тортов являются бисквит, «Наполеон», «Медовый» и др.

При учете продукции в натуральном выражении необходимо придерживаться указанного в классификаторе Государственного

комитета по статистике измерения для данного вида продукции. Так, длина ткани измеряется в погонных и квадратных метрах, бумага — в тоннах и квадратных метрах, электродвигатели — в штуках и кВт мощности. Таким образом, тот или иной измеритель применяется в зависимости от того, какой результат нужно получить и что измерить: длину, мощность или вес. Имеются некоторые разновидности продукции общим свойством. Для таких случаев применяются другие системы измерителей.

Условно-натуральные, например, применяются тогда, когда одна из разновидностей товара принимается за единицу, а другие, соответственно, пересчитываются в коэффициентах, процентных долях. Для синтетических моющих средств: жирная кислота принимается за единицу, остальные элементы состава — в коэффициентах.

Условные единицы измерения имеют следующее правило построения: выбирается признак, который не связан с потребительским свойством продукции (вес, затраты времени или сырья на единицу товара). Учет продукции в денежном выражении представляет собой универсальный метод всестороннего описания и измерения продукции. Он позволяет достичь единства в учете разнородных видов деятельности и разнообразной номенклатуры продукции. Естественно, основой стоимостного учета являются цены на товары или услуги.

Они, как правило, устанавливаются в соответствии с общим уровнем рыночных цен и учитывают все издержки по производству и реализации. Данный метод достаточно прост в понимании потребителей, но он имеет один очень важный недостаток.

Дело в том, что при регулярном и чрезмерном использовании стоимостных единиц измерения возникает «погоня» за количеством в ущерб качеству.

Предприятия стремятся максимально расширить производство, нарастить объемы выпуска и продаж при минимальных издержках. В результате товар начинает терять ценные потребительские качества, его полезность снижается, а вместе с тем и конкурентоспособность самой фирмы.

6. Показатели продукции, коэффициенты ее выпуска

Для учета объемов производства применяется ряд взаимосвязанных показателей в денежном выражении. **Валовой оборот** — это стоимость всего объема произведенных товаров и услуг, которые за определенный промежуток времени прошли полную обработку во всех подразделениях предприятия. Таким образом, продукция на предприятии движется линейно в зависимости от стадии ее готовности и функций бизнес-единиц. Значительную часть валового составляет **внутрипроизводственный оборот** как стоимость продукции, выработанная одними и потребляемая другими подразделениями организации в течение какого-либо промежутка времени. Таким образом, **валовой продукт** получается путем вычитания из валового оборота внутризаводского оборота: $ВП = ВО - ВЗО$. Однако валовой продукт включает все стадии готовности продукции, т. е. $ВП = \text{готовые изделия} + \text{полуфабрикаты} + \text{незавершенное производство} + \text{работы промышленного характера (разного рода услуги)}$ или коммерческие заказы.

Валовой продукт представляет все виды продукции в совокупности независимо от их предназначения. Для того чтобы определить удельный вес продукции, готовой к реализации, был введен термин «товарная продукция». Как правило, готовая продукция, предназначенная для сбыта, имеет законченный вид, она приобретает полезные товарные свойства, которые так или иначе воздействуют на величину потребительского спроса. **Товарная продукция** — это весь объем товаров и услуг, произведенный в данном периоде и готовый к реализации. В отличие от валового продукта товарный не включает незавершенное производство, поскольку оно по определению не может быть отпущено с производства, пока не примет определенный товарный вид.

Продукция, отгруженная со складов, поставленная одним предприятием другому или поступившая на рынок товаров и услуг, называется **реализованной продукцией**. Момент реализации определяется двумя способами: по времени непосредственной отгрузки продукции со склада или по мере поступления от заказчиков денежных средств за ее получение на расчетный счет предприя-

тия-изготовителя. По структуре реализованная продукция включает те же элементы, что и товарная, т. е. представляется как совокупность готовых изделий, полуфабрикатов и коммерческих заказов. До 1991 г. в России существовал показатель «реализация с учетом обязательств по поставкам продукции». Он характеризовал полноту выполнения поставок. Иными словами, реализуемая продукция должна соответствовать заказу по номенклатуре и качеству. Кроме того, реализация должна быть произведена точно в сроки, указанные в договоре о продаже.

Для оценки производственного процесса и объема выпуска на предприятиях применяются несколько показателей.

1. Коэффициент соответствия валовой продукции валовому обороту, который показывает стоимость (в рублях) произведенной валовой продукции приходится на 1 рубль валового оборота: $K_c = ВП / ВО$.

2. Коэффициент товарности (K_r) = ТП / ВП или $K_r = (ГП + ПФ + КЗ) / ВП$, где ГП — готовая продукция, ПФ — полуфабрикаты, КЗ — коммерческие заказы. Данный коэффициент показывает стоимость продукции, готовой к реализации, приходящейся на 1 рубль общего объема выпуска вместе с незавершенным производством.

3. Для анализа отгруженных товаров и услуг и определения их доли в общем объеме продукции, предназначенной для реализации, используется коэффициент отгрузки:

$$K_o = (ОП) / ТП,$$

где ОП — отпущенная продукция.

4. Сам процесс реализации может быть рассчитан посредством следующих формул: $K_p = РП / ОП$ или $K_p = РП / ТП$. Один из данных способов расчета реализованной продукции используется в том случае, когда продукция только планируется к сбыту или уже отгружена.

7. Товарная политика фирмы

Любая организация, занимающаяся производством товаров и услуг и реализацией их на потребительском рынке, должна осуществлять свою товарную политику. Благодаря ей фирма плани-

рует развитие процесс производства, сбыта, изучая потребительский спрос, осваивает все новые и новые рынки, расширяет долю своего влияния.

Товарная политика — это совокупность мер организации, связанных непосредственно с производством товара и его совершенствованием, реализацией или снятием с производства, а также сервисным и предпродажным обслуживанием. Кроме того, сюда входит и разработка рекламных компаний как основного двигателя продаж. Главная цель маркетинга гласит: «Если у производителя нет хорошего и качественного товара, у него нет ничего!» Ведь, если товар не удовлетворяет потребительский спрос, фирма теряет конкурентоспособность.

Цели товарной политики.

1. Обеспечение правильности принимаемых решений, касающихся выбора ассортимента продукции. Ассортимент — разновидности товаров, имеющих одинаковое назначение. При этом они могут отличаться формой и даже ценой. Чем шире предлагаемый покупателю ассортимент продукции, тем больше его выбор и вероятность того, что покупка будет совершена.

2. Поддержание конкурентоспособности товаров посредством их качества, ценовой политики и активной рекламной кампании.

3. Максимальное соответствие выпуска потребительскому спросу и желаниям покупателей. Это позволит поддержать макроэкономическое равновесие спроса и предложения на рынке товаров и услуг.

4. Расширение доли рынка, нахождение для произведенных товаров перспективных сегментов и секторов и рынка.

5. Разработка товарных знаков, упаковки, системы сервиса и осуществление стратегического планирования.

Для того чтобы товарная политика имела успех, она должна соответствовать определенным условиям.

1. Организация должна четко представлять себе дальнейшее развитие производства и сбыта, каковы должны быть стратегические цели и какова миссия.

2. Для выживания в долгосрочной перспективе фирма должна иметь корпоративную стратегию действий.

3. Для эффективности развития и успешного продвижения товара на рынке фирма должна быть хорошо ознакомлена с тем сег-

ментом рынка, на котором работает, с его требованиями и перспективами.

4. Осуществляя какую-либо деятельность, организация должна иметь четкое представление о своих возможностях, ресурсах, имеющихся в ее распоряжении. Таким образом, необходим стратегический подход к решению задач товарной политики на любом хозяйственном уровне. Это значит, что все решения должны приниматься не только с учетом текущих краткосрочных интересов, но и с точки зрения их эффективности при достижении конечных целей.

Важной частью товарной политики является определение товарной стратегии. **Товарная стратегия** представляет собой направление товарной политики, выбранное на долгосрочную перспективу и включающее решение ее основных задач. Стратегия устанавливается на 5—7 лет и имеет, как правило, несколько вариантов: недифференцированный маркетинг, концентрированный маркетинг (конкретная специализация, концентрирование на решении наиболее важной задачи) и дифференциация товара (разнообразии видов продукции).

Итак, товарная политика прежде всего предусматривает решение следующих задач:

- 1) определение оптимального удельного веса новой продукции в общей структуре производства;
- 2) планирование развития доли рынка, выход на него с новыми товарами;
- 3) создание программы по изъятию из производства устаревших видов товаров и установление темпов обновления продукции, ее номенклатуры и ассортимента.

Как показывает практика, практически все организации имеют развитые системы маркетинга. Это позволяет им выбирать оптимальные типы и цели товарной политики, достигать высоких темпов роста и увеличивать конкурентоспособность.

8. Качество работы и качество продукции, сертификация

Деятельность предприятия должна быть направлена на выпуск запланированного объема товаров и услуг, конкурентоспо-

собных как на внутреннем, так и на внешних рынках. Конкурентность товара, его преимущество определяются не ценой, а качеством как важнейшей характеристикой потребительского спроса. **Качество продукции** — это совокупность полезных свойств, которые делают ее пригодной к потреблению в соответствии с назначением. Степень качества продукции (т. е. ее соответствие стандартам и нормам) зависит от целого ряда причин. Во-первых, основой производства является сырье, т. е. исходный элемент для изготовления товаров. Качество сырья, способность к переработке и сохранению в результате ее прежних свойств непосредственно определяют качество производимой из него продукции.

Не стоит забывать, какова роль самих работников в производственном процессе. Именно квалификация, образованность и трудовые способности персонала организации определяют конечный результат хозяйственной деятельности. Поэтому его качество напрямую зависит от степени производственного контроля, а также уровня и эффективности затраченных усилий. В соответствии с этим немаловажную роль играют и трудовая и производственная дисциплина, системы организации и нормирования труда.

В отличие от качества продукции качество работы более широкое понятие и есть не что иное, как соответствие основных признаков производственного процесса общепринятым требованиям и поставленным задачам. Таким образом, качество работы зависит от качества трудовой деятельности и ее результатов.

Можно выделить следующие способы определения качества продукции.

1. Покупка готовых товаров и услуг должна осуществляться с условиями осмотра на наличие признаков, не соответствующих общепринятым нормам.

2. Любая покупка должна быть предварительно подкреплена соответствующими отзывами о данном товаре посредством осуществления пробы по аналогичному образцу.

3. Покупка на базе определенного качества. При такой покупке возможно установление различий между качеством товара по договоренности и поставленного. Такие различия могут быть компенсированы соответствующей скидкой.

4. Покупка по описанию выглядит следующим образом: в договоре о продаже дается подробное описание всех свойств товара, а также его формы, функций и назначения.

5. Покупка оптом осуществляется без определения качества продукции, следовательно, продавец не несет никаких гарантий по поводу бракованной продукции.

6. Сделка с последующим уточнением характеристик и свойств товара — так называемый типовой контракт, который описывает базовые цены и количество заказанной продукции.

Понятие «качество продукции» связано с понятиями сертификации и стандартизации.

Стандартизация — деятельность, связанная с упорядочиванием по какому-либо признаку с помощью создания государственного стандарта. Стандарты содержат весь комплекс требований к изготавливаемым товарам и услугам, исходному сырью, полуфабрикатам и ходу производственного процесса. В России существуют: ГОСТ (самый жесткий из всех стандартов), ОСТ (отраслевой), ТУ (технические условия), а также стандарты и нормативы самих предприятий и организаций.

Сертификация — система, описывающая правила управления проведением соответствий продукции требованиям и нормам. Сертификация имеет следующие задачи:

- 1) создание условий для совместной деятельности предприятий, реализовывающих свою продукцию на одном рынке, а также для ведения международной торговли;
- 2) поддержка потребительского выбора при покупке тех или иных товаров и услуг и, как следствие, защита их от недобросовестных изготовителей и бракованной продукции;
- 3) осуществление контроля над производством товаров, их безопасностью для окружающей среды, жизни и здоровья людей;

Таким образом, по сути, процесс стандартизации предшествует последующей сертификации, т. е. изначально устанавливаются стандарты и нормы качества, к которым должны стремиться производители товаров и услуг, а затем выполнение этих норм проверяется путем всестороннего описания свойств продукции.

9. Показатели качества работы и качества продукции

Изучение качества работы на предприятии необходимо в целях полного оперативного управления. Это крайне необходимо для текущего анализа качества работы. Наиболее полно об этом показателе и его динамике можно судить по общему объему выпуска продукции, величине прибыли, производительности труда и его эффективности.

Кроме того, для любой организации важно достичь минимального уровня себестоимости товаров и услуг и снижения доли расхода сырья и материалов на единицу готовой продукции. Немаловажным для производства является и состояние техники и оборудования, их мощность, что определяет перспективность производства. По характеру свойств произведенной продукции показатели ее качества делятся на несколько групп.

1. **Показатели назначения**, которые характеризуют функциональные свойства продукции и определяют условия ее рационального применения (например, посредством изучения производительности, мощности и прочности оборудования).

2. **Показатели надежности** включают такие характеристики продукции, как долговечность, ремонтпригодность, сохраняемость. Это главным образом характерно для товаров отрасли приборостроения и бытовой техники.

3. **Эргонометрические показатели**. Все произведенные товары и услуги должны соответствовать условиям жизнедеятельности и работоспособности потребителя, т. е. иметь определенные гигиенические, физиологические и психофизические характеристики. Например, продукты питания должны по возможности включать основные элементы и витамины, необходимые для развития и поддержания человеческого организма.

4. **Эстетические показатели** качества продукции включают информационную выразительность, рациональность формы, целостность композиции. Это значит, что товар должен соответствовать моде, колориту, быть оригинальным и уникальным.

5. **Технологичность продукции** представляет собой обобщенную характеристику рациональности применяемых при производстве конструктивных решений.

6. **Показатель унификации** произведенных товаров показывает степень насыщенности их стандартными деталями.

7. **Экологический показатель** описывает полезность продукции, т. е. ее безопасность для окружающей среды и потребителя. Это значит, что качественный товар не должен быть источником вредного излучения, радиоактивности (речь идет о различных приборах) и содержать чрезмерное количество пищевых красителей и консервантов (для продукции пищевой промышленности).

8. **Патентные показатели** характеризуют товар с точки зрения наличия авторских свидетельств и патентов.

9. Посредством **экономических показателей** можно судить о производстве в целом, эффективности и степени трудовых усилий, состоянии оборудования (это себестоимость, цена и издержки единицы продукции, срок эксплуатации и пр.).

Количественное значение показателей качества продукции определяется посредством разработки методов их изучения. Самым главным из них, безусловно, является экспериментальный метод, который основан на применении технических средств. Он позволяет объективно и всесторонне изучить и оценить качество выпускаемой продукции. Существует также органолептический метод, который характеризует качество посредством органов чувств и оценивает данный показатель по балльной системе. Но наиболее наглядным и простым, несомненно, является графический метод сбора и систематизации данных о свойствах товаров и услуг. Посредством построения гистограмм, диаграмм и разного рода графиков эксперты могут сделать выводы не только о качестве товаров, но и об условиях, в которых осуществлялось их производство.

10. Качество как фактор повышения конкурентоспособности

Жесткая конкуренция в рыночной экономике заставляет производителей уделять большое внимание качеству производимого товара. Это его свойство, как правило, самое основное, на что прежде всего обращает внимание потребитель, осуществляя свой выбор. Сегодня наибольшим спросом пользуется уникальный товар с особенными свойствами, определенного качества и даже

определенной торговой марки. Такие неценовые факторы, как мода, потребительские предпочтения, определяющие функцию спроса, активизируют фирмы-производители на разработку новых производственных методов и повышение конкурентоспособности.

Именно популярность той или иной организации и ее товара является привлекательной для покупателя.

Ряд преимуществ организации дает наличие сертифицированной системы качества. Во-первых, организация приобретает репутацию высоконадежной и стабильной фирмы. Это позволяет ей расширить долю влияния на рынке, систему сбыта и стать еще более конкурентоспособной, что в конечном итоге приносит ей общемировое признание. Кроме того, подтверждение соответствия продукции стандартам качества вызывает значительный рост производительности труда и, как следствие, снижение затрат на единицу продукции, а также повышение финансовой и производственной дисциплины. Непосредственной целью организации, которая разрабатывает систему качества, является создание условий, которые бы гарантировали стабильность качества изготавливаемой ею продукции.

Система качества — основа производственной деятельности фирмы и ее финансовой стабильности, она способствует осуществлению строгого контроля технических и коммерческих видов деятельности. Политика в области качества необходима для успешного развития фирмы, поскольку она ведет к достижению поставленных ею целей, решению основных задач. При этом учитываются интересы четырех групп партнеров.

1. **Фирма** обеспечивает потребительский спрос посредством создания высококачественной продукции, в результате чего **покупатель** полностью удовлетворяет свои потребности.

2. **Рабочий персонал** предприятия в данном случае имеет систему требований к изготавливаемому товару, занимаясь его производством, он удовлетворяет свою потребность в самореализации.

3. **Поставщики** ресурсов стабильно получают заказы от фирмы-производителя, поскольку при росте качества наблюдается рост величины спроса, что побуждает производителя расширять производство.

4. Удовлетворение интересов всего общества заключается в обеспечении его продукцией надежного качества. Организационными разработками экологически безопасного производства для обеспечения охраны окружающей среды и этичности.

Политика по изменению качества продукции осуществляется руководством на всех уровнях производственной деятельности с выполнением соответствующих требований законодательства. Сама система качества может быть подтверждена стандартами предприятия по подготовке производства и изготовлению товара, а также технологической документацией.

Следует заметить, что существование системы качества на производстве оказывает положительное влияние не только на производительность труда, но и на трудовую дисциплину, на систему подготовки квалифицированных кадров. С экономической точки зрения получение сертификата качества (например, серии ИСО-9000) значительно сокращает расходы организации. Тем самым посредством внедрения на производство новейшей техники и использования высоких технологий объем продукции, несоответствующей стандартам качества и потребительским ожиданиям, значительно снижается.

ЛЕКЦИЯ № 7. Организация и формы оплаты труда

1. Понятие заработной платы

Заработная плата — это материальное вознаграждение за труд, денежная оценка рабочей силы и непереносимое условие существования человека. С экономической точки зрения заработная плата представляет собой часть национального дохода (ВВП), поступившего в индивидуальное распоряжение работников с учетом количества и качества трудового фактора. Уровень заработной платы выражает стоимость товаров и услуг или минимальный набор благ, необходимый для воспроизводства работника и его семьи. Это очень важный показатель для анализа экономического благосостояния населения того или иного государства (в развитых странах он составляет около 3/4 национального дохода). Размер заработной платы зависит от целого ряда показателей:

- 1) **квалификации труда и уровня образования** работников, осуществляющих трудовую деятельность;
- 2) **стажа работника**, т. е. общего периода службы на данном месте. Существует такое понятие, как «разряд», которое включает в себя и стаж, и уровень образования. Чем выше разряд, тем выше, соответственно, объем заработной платы;
- 3) **продолжительности рабочего дня**. Официально по стране установлен 8-часовой рабочий день, но некоторые частные предприятия практикуют 12-часовой день с завышенной оплатой труда. Очень хорошо оплачиваются вахтовый и командировочный методы службы;
- 4) **демографических характеристик трудящегося** (пола, возраста). Они играют большую роль не столько в рабочем процессе, сколько при приеме на работу: приветствуются молодые, энергичные и деятельные личности;
- 5) **национальных и культурных особенностей**;

6) **географического и территориального фактора.** В отдаленных регионах с суровым климатом оплата труда намного выше. Кроме того, работники получают социальные льготы в виде бесплатных поездок в пределах страны, их отпуск длится 2—3 месяца;

7) **развитости рынка труда и степени общего экономического развития страны.**

Существует две формы заработной платы.

1. **Повременная заработная плата** — организация оплаты труда, при которой начисления производятся по количеству и качеству фактически отработанного времени, а также квалификации и условиям труда. Иными словами, это оклад, который устанавливается в зависимости от отработанного времени, в связи с этим различают почасовую, дневную, недельную оплату труда. В России на бюджетных предприятиях заработная плата выплачивается, как правило, в начале месяца, в конце месяца работники получают аванс. Существует две системы повременной оплаты труда. Первая представлена простой схемой и характеризуется тем, что при определении суммы заработка осуществляется расчет ставки оплаты одного рабочего часа. Вторая (премиально-повременная) система берет за основу структуру простой повременной в сочетании с дополнительными выплатами в виде премий, которые назначаются за количественные и качественные показатели работы.

2. **Поштучная заработная плата (сдельная)** зависит от объема произведенной продукции. Такая форма заработной платы стимулирует процесс труда, так как работник становится крайне заинтересован в своей деятельности, он стремится изготовить как можно больше продукции. В данном случае все зависит только от его профессиональных и трудовых качеств и усердия.

Заработная плата в пределах страны должна постоянно реформироваться. Она должна отвечать хотя бы минимальным потребностям трудящегося и соответствовать уровню цен, установленному на данный момент времени. Такие действия государства позволят сохранить экономическое благосостояние населения и повысить его заинтересованность в труде.

2. Системы, виды и функции заработной платы

Заработная плата — это форма вознаграждения за труд, она выполняет воспроизводственную и стимулирующую функции. Выделяют повременную заработную плату (оклад) и сдельную. В современных условиях наблюдается тенденция к сближению этих двух форм оплаты труда, что может найти свое выражение в следующих системах оплаты труда:

- 1) прямая сдельная заработная плата характеризуется тем, что расценки за единицу произведенной продукции не изменяются при динамике выполнения работником норм выработки;
- 2) повременно-премиальная, которая, помимо оклада, начисляемого в соответствии с тарифными ставками, включает и дополнительные выплаты в виде надбавок и премий за высокий производственный результат;
- 3) сдельно-премиальная. Кроме оплаты труда по прямым сдельным расценкам, работники регулярно получают премию за выполнение и перевыполнение норм выработки;
- 4) сдельно-прогрессивная оплата труда представляет собой оплату в пределах установленной нормы, которая производится по прямым сдельным расценкам. При этом расценки за продукт сверх нормы прогрессивно нарастают в зависимости от степени перевыполнения установленных норм выработки. Например, производство набора деталей до 100 штук оплачивается по цене 20 рублей за 1 деталь, а свыше 150 штук — по 25 рублей и т. д.;
- 5) аккордная система: оплата труда производится за весь объем выполненных работ в определенной договорной денежной сумме;
- 6) аккордно-премиальная. Кроме оплаты по аккордной системе, за количественные и качественные показатели выплачиваются надбавки;
- 7) система бригадного подряда. Бригадир самостоятельно набирает количество работников в зависимости от бюджетного фонда;

8) система участия в делах компании подразумевает выплату заработной платы акциями предприятия. Таким образом, каждый работник получает некоторый процент возможности руководства.

Существует 2 вида заработной платы.

1. **Номинальная заработная плата** представляет собой денежную сумму, которую получает работник за свой труд.

2. **Реальная заработная плата** — это набор благ, который трудящийся может приобрести на полученную им номинальную заработную плату при данном уровне цен на определенный момент времени. Она находится в прямой зависимости от номинальной заработной платы и в обратной — от цен на товары и услуги. Однако динамики номинальной и реальной оплаты труда далеко не всегда совпадают. Это происходит в тех случаях, когда цены растут быстрее, чем стоимость оплаты труда.

Заработная плата выполняет определенные функции:

- 1) воспроизводственную. Уровень оплаты труда должен не только обеспечивать выживание работника и его семьи, но и удовлетворять нематериальные потребности, создавать прочную основу для дальнейшего воспроизводства фактора «рабочая сила»;
- 2) активизирующую. Качество труда напрямую зависит от величины заработной платы, так как она стимулирует процесс труда. Если работник заинтересован в своей деятельности и проявляет усердие, то производительность труда будет наибольшей;
- 3) распределительную. Заработная плата размещает трудовые ресурсы по отраслям, сферам производства и профессиям в зависимости от распределения в обществе трудовых доходов;
- 4) возмещающую. Качественная оплата труда — это вознаграждение за вредные условия производства;
- 5) социальную. Установление минимального показателя заработной платы позволяет сгладить финансовые противоречия в обществе, уменьшить его дифференциацию. Кроме того, это дает возможность привлечения работоспособного населения к непрестижным, но нужным обществу видам деятельности.

3. Дифференциация заработной платы

Зарботная плата — это крайне непостоянный показатель. Она определяется непосредственно качеством труда, а также профессиональной подготовкой работника. В связи с этим ее дифференциация — явление вполне объективное, это связано с тем, что состав работников крайне динамичен, между профессиональными категориями и специальностями нет баланса. Кроме того, ставки заработной платы определяются текущей ситуацией на рынке труда. Элементами его, соответственно, являются спрос и предложение на особый товар «рабочая сила», а также конкуренция и стоимость единицы труда, выражаемая заработной платой.

Между количеством востребованных работников и заработной платой существует обратная зависимость: по мере роста оплаты труда предприниматель сокращает штат служащих, и, наоборот, при увеличении числа рабочих заработная плата на единицу трудящегося снижается. Это связано прежде всего с действием закона убывающей предельной производительности труда, т. е. найм работников осуществляется до тех пор, пока предельная полезность труда каждого из них высока и удовлетворяет потребности фирмы.

Несколько иначе ведет себя линия предложения. Сначала действует эффект замещения: при повышении реальной заработной платы количество желающих устроиться на работу инертно возрастает. Но при достижении определенного уровня дохода увеличение труда перестает быть приоритетным и замещается досугом, следовательно, возникает эффект дохода.

В целом дифференциация заработной платы определяется ограничениями двух видов мобильности работников.

1. Барьеры профессиональной мобильности:

1) различия в профессиональной подготовке. Как известно, заработная плата напрямую зависит от трудовых качеств работника, степени его профессионализма и ответственности. Поэтому рабочие одного и того же трудового коллектива могут получать за свой труд неодинаково в соответствии с дополнительными начислениями к основной заработной плате;

- 2) нехватка средств на приобретение квалификации. Инвестиции в человеческий капитал крайне дорогостоящи, и особенно остро сегодня стоит проблема коммерческого образования;
- 3) отсутствие информации по наличию работы. Часто потенциальные работники не могут реализовать себя, поскольку не обладают в достаточной степени точной информацией о величине и структуре спроса на рынке труда;
- 4) дискриминация по национальному и иному признаку. Как правило, хорошие рабочие места с достойной оплатой предназначены для коренных жителей той или иной страны, поэтому все мигранты и беженцы, а также люди других национальностей выступают в качестве дешевой рабочей силы;
- 5) несоответствие условий труда желаниям работника.

2. Барьеры территориальной мобильности:

- 1) обеспечение населения муниципальным жильем;
- 2) неразвитость рынка аренды жилья и ипотеки (кредитование под залог недвижимости). Сегодня эта проблема несколько решилась, рынок ипотечного кредитования получил широкое развитие. В соответствии с этим можно легко поменять место работы, даже если она находится в другом городе или регионе. Другой вопрос, стоит ли брать на себя долг на 20 с лишним лет;
- 3) ограничение регистрации местожительства;
- 4) нехватка средств на переезд и обустройство;
- 5) привычка не менять местожительства;
- 6) неэффективность службы занятости и биржи труда.

Таким образом, все вышеперечисленные причины дисбаланса спроса и предложения на рынке труда так или иначе оказывают большое влияние и на динамику величины заработной платы: она различается по регионам, городам и климатическим зонам в соответствии с условиями труда и степенью важности определенной специальности.

4. Проблемы формирования заработной платы в России

Заработная плата в России отличается крайней дифференциацией. Во многом это связано с природно-климатическими усло-

виями. Например, заработная плата на Дальнем Востоке и в районах Сибири достаточно высока вследствие сурового климата, тяжелых условий и удаленности от центра. Таким образом, оплата труда частично компенсирует все неудобства. Кроме того, на динамику оплаты труда в России сильно влияет нестабильность ВВП, национального дохода. Номинальная заработная плата представляет собой величину денежных средств, которые получает работник за свой труд, а реальная — тот набор товаров и услуг, который он может реально приобрести. Вследствие нестабильности экономической ситуации в стране даже при росте номинальной заработной платы реальная практически не меняется, потому что уровень цен растет еще большими темпами.

Это значит, что стоимость потребительской корзины тоже постоянно увеличивается.

Основными целями реформирования заработной платы являются:

- 1) стремление уйти от уравниловки, но в то же время нельзя допускать высокой дифференциации. Следовательно, заработная плата должна находиться в прямой и строгой зависимости от условий и результатов труда. Кроме того, она должна соответствовать затраченным усилиям. Иными словами, человек оценивает свой труд и его результаты комплексно. Люди мотивируются справедливым к себе отношением, и если вознаграждение соответствует затраченным усилиям, то производительность труда начинает расти. Такая политика позволяет значительно стимулировать трудовую деятельность, мотивировать работника к высокой производительности;
- 2) установление соответствия уровня оплаты труда общему уровню цен в стране. Это значит, что заработная плата должна превышать величину прожиточного минимума, в противном случае в результате инфляции и роста налогового бремени уровень жизни в стране снижается;
- 3) снижение ставки единого социального налога на фонд заработной платы. В конце 2006 г. ЕСН в России составлял 26,2%. Если учитывать, что организация, помимо ЕСН, платит еще налог на прибыль, аренду (если снимает помещение для осуществления того или иного рода деятельности) и ряд

других косвенных налогов, то получается, что прибыль как таковая составляет минимальную величину. Это не только не способствует развитию предпринимательства, но и не позволяет обеспечить работников достойной заработной платой, поскольку фонд оплаты труда в небюджетных организациях формируется за счет регулярных отчислений с прибыли;

4) отсутствие надежных механизмов индексации;

5) слабые профсоюзы, которые, по сути, не способны воздействовать на руководство организации. В связи с этим выражать интересы работников попросту некому.

Непрекращающиеся переделы собственности также не способствуют стабилизации величины заработной платы. С реформами 1990-х гг. в Россию пришла приватизация, в итоге многие предприятия перешли в частную собственность. С годами частный бизнес развивался еще большими темпами. В результате существуют слишком большие различия в заработной плате работников коммерческих организаций и бюджетной сферы, конечно, не в пользу последних.

5. Фонд оплаты труда, показатели среднего уровня оплаты труда

Заработная плата — это денежное вознаграждение работников за трудовые усилия. Ее размер определяется образованием, квалификационным разрядом и стажем сотрудника, а также рядом его трудовых качеств. Процесс оплаты труда происходит посредством специального фонда в организации, который формируется за счет прибыли и других доходов предприятия. В бюджетных организациях начисление заработной платы осуществляется, соответственно, из государственного бюджета.

Фонд оплаты труда в зависимости от его временной направленности бывает следующих видов:

1) часовой. Отчисления из него на оплату труда происходят за фактически отработанные часы по нормативным расценкам, он измеряется в человеко-часах. Это значит, что он составляет сумму, которую один работник может получить, отработав положенное число часов. Такой тип фонда, как правило,

характерен для непостоянных рабочих мест, например калымных. Кроме того, он встречается в строительных, ремонтных и иных обслуживающих организациях, где наемные работники получают заработную плату в соответствии с тем, какое количество времени они затратили на определенный объем работы;

2) дневной фонд заработной платы, расходуется на оплату отработанных человеко-дней;

3) месячный, годовой фонды создаются для выплат за соответствующий временной промежуток. Принято считать, что если часовой фонд предназначен только для оплаты труда рабочих, осуществляющих трудовую деятельность на непостоянном месте работы, то месячный и годовой — для всего персонала, который числится в ведомости годовой среднесписочной численности работников данной организации.

Заработная плата имеет две составные части: основную, которая начисляется по тарифной системе, и дополнительную, которую составляют премии и различные выплаты, вознаграждения, связанные с высоким качеством труда и его результатами. Последняя также выплачивается из фонда оплаты труда.

Для оценки величины заработной платы существует система показателей. Они позволяют оценить работу кадровой политики в организации и определить соответствие заработной платы действительно затраченным усилиям и общей экономической ситуации в стране (в том числе общему уровню рыночных цен).

1. Показатели средней заработной платы, которая исчисляется исходя из фонда оплаты труда определенного вида. В соответствии с этим среднечасовая заработная плата равна часовому фонду заработной платы, деленному на человеко-часы, которые рассчитываются по каждой категории рабочих.

Среднедневная заработная плата равна дневному фонду, деленному на человеко-дни.

Среднемесячная заработная плата равна месячному фонду, деленному на среднесписочную численность работников организации.

Иными словами, данные показатели характеризуют различные уровни основной заработной платы, начисляемой по тарифной системе вне зависимости от качества и результатов труда.

2. Для того чтобы оценить величину среднего по данной организации заработка, необходимо, помимо основных выплат, взять в расчет премиальные и вознаграждения. Таким образом, среднечасовой заработок равен сумме фонда оплаты труда и премии, разделенной на человеко-часы. Аналогично получают данные по средним дневным и среднемесячным заработкам.

3. Такой показатель, как средний уровень оплаты труда, систематизирует все денежные выплаты, осуществляемые работнику из бюджета организации. Он представляется как совокупность всех денежных средств, направленных на оплату труда сотрудников, а также их социальную поддержку. В этом случае показатели среднего уровня оплаты труда рассчитываются по подобию предыдущих, только в числителе, соответственно, стоит сумма из следующих элементов: фонда оплаты труда (его определенного вида), премий и выплат социального характера, например материальной помощи малообеспеченным сотрудникам организации.

Из всех показателей наиболее полным является показатель среднего уровня оплаты труда, поскольку он содержит наиболее полную информацию о денежных средствах, которые так или иначе «перешли в собственность работников». Это способствует максимальному контролю над бюджетом организации и его планированию и позволяет наиболее эффективно расходовать его средства.

6. Понятие тарифной системы, ее состав

В современной рыночной экономике предприятия, находящиеся в частной собственности, сами решают все проблемы структуры и организации производственной, хозяйственной и финансовой деятельности, систем нормирования и оплаты труда. В соответствии с этим большинство предприятий для начисления заработной платы и контроля этого процесса предпочитают использовать стандартную тарифную систему.

Тарифная система оплаты труда — комплекс правил и норм, посредством которых осуществляется процесс дифференциации, начисления и регулирования величины заработной платы для каждой группы и категории работников в отдельности. При этом

учитываются степень сложности трудового процесса, а также такие важнейшие трудовые характеристики работника, как образование, квалификация, опыт, стаж. Такая система «справедливой» оценки трудовых затрат при различных экономических условиях обеспечивает единство меры труда, его оплаты, однородность оплаты за абсолютно одинаковую величину результата труда. Помимо этого, это способствует образованию системы дифференциации основной части заработной платы в виде оклада в соответствии с характеристиками качества труда.

Тарифная система состоит из следующих взаимосвязанных элементов.

1. **Тарифная сетка** представляет собой весь комплекс существующих квалификационных разрядов с тарифными коэффициентами, которые определяют величины ставок заработной платы. Так складывается функция зависимости величины оплаты труда от квалификационного уровня работника.

2. **Тарифные ставки** и оклады определяют уровень оплаты труда в единицу затраченного времени (час, день, месяц) и имеют денежную форму. Кроме того, каждая ставка соответствует определенному квалификационному разряду, что обеспечивает строгое соответствие в системе организации заработной платы.

При определении тарифных ставок и окладов на предприятии следует учитывать прежде всего следующее:

- 1) должна сохраняться дифференциация заработной платы в зависимости от степени квалифицированности персонала, а также сложности и результативности трудовых усилий;
- 2) важно способствовать максимальному воспроизводству рабочей силы и вызывать у персонала материальную заинтересованность;
- 3) на предприятии должны быть созданы все необходимые условия для применения прогрессивных систем оплаты труда. Кроме того, важно поддерживать принцип «равному труду — равная оплата»;
- 4) работники с высокими трудовыми способностями, результат которых наиболее значим для всей производственной деятельности организации, должны быть выделены по уровню заработной платы.

3. **Тарифные справочники** состоят из списков рабочих мест и профессий, специальностей, которые имеют место на данном предприятии.

Несмотря на все положительные аспекты существования тарифной системы на предприятии, она имеет ряд явных недостатков. Прежде всего важным является то, что сама тарифная ставка и ее величина учитывают только постоянные факторы, такие как плановая оплата труда за выполнение намеченного объема работ.

Однако она не берет во внимание степень интенсивности и эффективности трудового процесса и не вызывает дополнительных стимулов к проявлению работниками инициативности и творчества.

Данную проблему можно решить только посредством создания дополнительной системы надбавок и премирования работников. В соответствии с этим лучшие работники предприятия получают так называемое вознаграждение, что в дальнейшем мотивирует их к улучшению трудовых результатов. Таким образом, наиболее эффективной является бестарифная система оплаты труда, которая стимулирует развитие производственного процесса на предприятии.

7. Повременная и сдельная формы оплаты труда

Для того чтобы система оплаты труда была эффективна, важно иметь четкое представление о зависимости величины заработной платы от показателей и результатов трудовой деятельности. Заработная плата в зависимости от схемы ее образования имеет две основные формы: повременную и сдельную.

Повременная заработная плата начисляется за определенный промежуток отработанного времени независимо от количественных и качественных показателей труда. Величина оплаты труда, таким образом, находится в зависимости от принципов и требований, которым должен следовать работник в процессе осуществления своей трудовой деятельности.

$$З = ТС \times t,$$

где $З$ — это заработок,

$ТС$ — величина тарифной ставки,

t — количество часов отработанных одним работником.

По такой формуле определяется заработная плата рабочих, заработная плата персонала. Заработная плата зависит непосредственно от количества дней в месяце, которые сотрудник организации находился на своем рабочем месте, выполняя служебные обязанности. В том случае, когда он отработал все рабочие дни месяца, т. е. за ним не числятся прогулы и простои рабочего времени, его заработная плата составляет величину оклада, установленного в соответствии с квалификационным разрядом. Если же работник отработал не все положенное время, его заработок определяется по следующей формуле:

$$З = (ТС \times t(o)) / Т,$$

где З — заработок,

t(o) — отработанное число дней,

Т — календарное число рабочих дней в месяце.

Повременная форма заработной платы удобна для тех предприятий, где работа дифференцирована и непостоянна по нагрузке и самым главным является качество производимой продукции, а не ее количество. В то же время при такой форме необходимо осуществлять строгий контроль над величиной отработанного времени, что необходимо для определения заработной платы персонала.

При **сдельной форме** заработная плата начисляется в соответствии с объемом выполненных работ. Данный способ определения величины заработной платы удобен для предприятий, которые ориентированы на массовое производство, т. е. определяющим фактором для них является количество выпускаемой продукции. При этом основным недостатком сдельной формы является то, что в погоне за количеством организация постепенно начинает терять качество производства. Для того чтобы сдельная форма была эффективна, она должна иметь основу в виде выполнения таких условий, как четкое определение нужных количественных показателей результатов труда, наличие возможностей для непредвиденного расширения производства, а также осуществление строгого контроля над выпуском и качеством товаров и услуг.

Данная форма заработной платы определяется непосредственно тарифными ставками и величиной окладов в соответ-

ствии с трудовыми договорами и нормами труда. Таким образом, сдельная расценка = ТС / норма труда. Посредством этой формулы можно найти величину сдельного заработка: заработок (сд.) = объем работы / сдельная расценка.

Следовательно, каждое предприятие выбирает определенную форму заработной платы. Данный выбор основан на специализации и зависит от того, на что нацелено производство: на развитие системы качества или количества продукции, работ, услуг.

8. Мотивация труда и ее теория

Мотивация — это побуждение себя и других к определенной деятельности, направленной на достижение определенной цели. Процесс мотивации характеризуется определенными составляющими.

1. **Основные элементы — потребности**, для удовлетворения которых работники осуществляют тот или иной вид деятельности. По основному экономическому закону потребности человека безграничны, а возможности и ресурсы имеют свойство заканчиваться, поэтому важно, чтобы потребность имела под собой основание, была и реальной, осознанной и доступной к удовлетворению.

2. **Поведение** — осознанные действия людей, направленные на удовлетворение потребностей.

3. **Вознаграждение** — это то, что люди считают для себя ценным:

- 1) внутреннее вознаграждение, связанное с работой, ее содержанием и характером, осознанием работником собственной значимости;
- 2) внешнее вознаграждение дается другими людьми (например, премия, личный кабинет и т. д.).

4. **Обратная связь**. Посредством нее работники получают информацию о правильности выбранного поведения.

Человек побуждается к определенной деятельности посредством внутреннего мотива. Для каждого отдельно взятого работника существуют дифференцированные системы ценностей, поэтому ими движут абсолютно разные мотивы. Мотив — осознанная потребность в чем-либо, подкрепленная желанием ее удовлетворения и осуществлением определенной трудовой деятельности. Та-

ким образом, в структуру мотива входит потребность, которая побуждает человека к определенному результату. Под потребностью понимается конкретное благо, получение которого может дать работнику полное удовлетворение. В то же время для того, чтобы это благо сделать доступным, необходимо осуществить комплекс трудовых действий и при этом учитывать возможные потери. Современные теории мотивации делятся на две группы:

1. Содержательные теории, которые отвечают на вопрос, что лежит в основе мотивации. Основное внимание здесь уделяется непосредственно потребностям, которые побуждают людей к определенной деятельности. По теории А. Маслоу все потребности расположены в определенной иерархии: первичные потребности (физиологические, потребности в безопасности), вторичные (потребность в уважении и самореализации). Таким образом, люди все разные, у них доминируют разные потребности, поэтому задача менеджера — выявить индивидуальные предпочтения каждого работника и в соответствии с этим строить систему мотивирования.

Теория приобретенных потребностей Д. Макклеланда описывает три группы потребностей:

- 1) потребность достижения, т. е. самое главное для работника — конечный результат, возможность быть лучшим, отличиться, иметь высокий индивидуальный результат;
- 2) потребность участия, взаимодействия: работники дорожат мнением других членов рабочего коллектива, они любят работать в группе и иметь единый результат;
- 3) потребность власти, под влиянием которой работник стремится к руководящим должностям, любит брать ответственность и контролировать весь производственный процесс. Такие работники либо просто любят власть как форму выражения, либо просто посредством ее стремятся к определенной ответственности.

2. Процессуальные теории, которые изучают не структуру потребностей, а сам процесс деятельности. **Теория справедливости С. Адамса** гласит: люди мотивируются справедливым к себе отношением, они оценивают вознаграждение комплексно. Соотносят собственные затраты и результаты с усилиями и результатами других людей, работник оценивает степень справедливости.

ЛЕКЦИЯ № 8. Материально-техническое обеспечение организации

1. Понятие МТО: функции, формы

Материально-техническое обеспечение — система организации обращения и использования средств труда, основных и оборотных фондов предприятия (материалов, сырья, полуфабрикатов, машин и оборудования). МТО также отвечает и за их распределение по структурным подразделениям и бизнес-единицам и потребление в производственном процессе.

Исходным моментом является определение потребности организации в тех или иных производственных фондах, их объеме и ассортименте на текущий и будущий периоды. В соответствии с этим система МТО должна отвечать некоторым требованиям. Во-первых, она направлена на своевременное и полное удовлетворение потребностей производства. Это обеспечивает непрерывность производственного процесса и влияет на его масштабы. Во-вторых, МТО призвано создавать условия для эффективной деятельности предприятия, оно нацеливает его на экономический ресурс. Кроме того, материально-техническое обеспечение само по себе способно обеспечить приоритет потребителя в хозяйственном отношении.

Таким образом, система МТО имеет ряд функций, следуя которым, она поддерживает производительность труда и эффективность производства:

- 1) планирование потребности в материальных ресурсах. Это значит, что МТО на основе имеющихся данных о таких показателях производства, как материалоемкость и фондоотдача, определяет оптимальное количество ресурсов, которые необходимы для осуществления одного производственного цикла и выпуска определенной партии товаров и услуг;

- 2) заготовительная функция. МТО ведет на предприятии оперативно-заготовительные работы в соответствии с планами потребностей, контролирует процесс заключения договоров, обрабатывает все «ошибки» производства;
- 3) хранение заготовленного сырья и материалов, т. е. организация складского характера. Кроме того, МТО разрабатывает указания, принципы и инструкции, в соответствии с которыми хранение и использование запасов должны осуществляться;
- 4) осуществление учета и строгого контроля над выдачей сырья и материалов производству и пр.

Материально-техническое обеспечение производства — довольно широкое понятие, поэтому может иметь несколько форм.

1. Поставки готовой продукции, полуфабрикатов и услуг промышленного характера по прямым хозяйственным связям.

2. Оптовая торговля средствами производства, а также изготовленными товарами посредством складов, через сети магазинов и товарозаготовительные базы.

3. Обменные и заемные операции в случае недостатка ресурсов или денежных средств в виде инвестиций.

4. Использование вторичных ресурсов, переработка отходов.

5. Лизинг, который является одним из главных финансовых инструментов, посредством которого возможны долгосрочные капиталовложения в переоснащение и модернизацию производства. Это позволяет создать устойчивую материально-техническую базу и способствует росту конкурентоспособности выпускаемых товаров.

6. Покупка сырья и материалов через товарные биржи, а также осуществление импортных закупок по соответствующим договорам о партнерстве с иностранными фирмами.

7. Развитие подсобного хозяйства (добыча сырья, изготовление тары) и осуществление централизованного распределения материальных ресурсов.

Следовательно, система МТО является необходимым условием развития производства, поскольку осуществляет общий контроль над заготовительными и производственными работами, а также позволяет адекватно оценивать реальные возможности и резервы фирмы.

2. План МТО

План материально-технического обеспечения представляет собой совокупность документов, в которых отражена и оценена потребность в материальных ресурсах и предложены варианты источников удовлетворения данной потребности. Иными словами, **план МТО** — это важнейшая часть долгосрочного стратегического планирования организации и ее экономического развития. Исходным моментом планирования является определение структуры потребности, т. е. номенклатуры материальных и природных ресурсов, которые необходимо приобрести для осуществления производственного процесса. Сама номенклатура имеет вид справочника, в котором указаны точные названия, стандарты, размер, форма и марки каждого вида сырья и материала. Стоимость необходимых для потребления ресурсов определяется планово-заготовительными ценами, состоящими из следующих элементов:

- 1) цен оптовых поставщиков. Они определяют величину предложения первичных продавцов — владельцев ресурсов и стоимость единицы сырья, по которой сделка купли-продажи может быть осуществлена;
- 2) железнодорожных тарифов, которые играют немаловажную роль при определении фактической цены приобретаемого сырья. Они также находят свое отражение в конечных ценах и определяют величину себестоимости доставки;
- 3) снабженческо-сбытовой организации, которая перекупает у оптовиков ресурсы по оптовым ценам, затем перепродает их по завышенным ценам. В них она включает стоимость собственных услуг посредничества. Таким образом, ее прибыль составляет разницу между оптовой ценой ресурсов и ее собственной;
- 4) издержек по таре, которые включают все денежные затраты, связанные с упаковкой;
- 5) расходов по доставке на предприятие — это денежные средства, которые организация оплачивает за доставку непосредственно на склад предприятия или непосредственно в его подразделения (цеха) для последующей обработки.

Таким образом, можно сказать, что планово-заготовительные цены включают в себя все расходы организации по покупке и до-

ставке запланированного объема необходимых ресурсов. В соответствии с этим номенклатура сырья и материалов также дополняется данными об их планово-заготовительных ценах и приобретает вид номенклатуры-ценника, т. е. содержит не только виды материалов, но и их фактическую стоимость. **Номенклатура-ценник** — наиболее полный документ предстоящих расходов. Благодаря его наличию организация соотносит необходимое с возможным и определяет ту величину сырья и материалов, которая сможет удовлетворить потребности производства и в то же время будет оптимальной по цене. Условиями разработки обоснованных планов материально-технического обеспечения являются прогрессивные нормы расхода сырья и топлива. Норма расхода оборотных средств — это наибольшая цена, ее максимально допустимая величина, которая устанавливается в соответствии с определенными производственными условиями материальных затрат на производство единицы продукции.

Существует несколько классификаций планов МТО.

1. По длительности планового периода:

- 1) текущие планы, которые составляются на ближайшее время;
- 2) перспективные, которые организация планирует осуществить в будущем в зависимости от сложившейся на производстве ситуации.

2. По стадии разработки:

- 1) предварительные планы — разрабатываются в соответствии с экономическими и производственными ожиданиями;
- 2) окончательные планы — определяются путем изменения предварительных с учетом динамики цен и общей экономической ситуации в стране.

3. По масштабу действия:

- 1) планы предприятий;
- 2) планы структурных подразделений, цехов.

3. Методы определения потребности в МТО

Материально-техническое обеспечение — это способ контроля и распределения ресурсов в процессе производства. Посредством системы МТО предприятие осуществляет покупку и расход сырья и материалов для производства наиболее рациональным спосо-

бом. Для этого ведется учет данных текущего потребления, в соответствии с чем составляются планы на долгосрочный период. Это позволяет грамотно расходовать бюджет организации, поскольку сокращаются производственные издержки.

Само по себе материально-техническое обеспечение одной из своих задач имеет покупку необходимых предприятию материальных ресурсов, а также их централизованное распределение по производственным подразделениям — цехам, где они проходят дальнейшую обработку. Посредством этого, определяя структуру собственной потребности в факторах производства, организация делает вывод о том, насколько необходимо наличие МТО.

Потребность и необходимость создания системы МТО для осуществления хозяйственных и производственных функций могут быть определены следующими методами.

1. Нормативный. Данный метод основан на применении прогрессивных и технически обоснованных норм расхода. Таким образом,

$$P_m = H_p \times V,$$

где P_m — существующая потребность в сырье и материалах;

H_p — норма расхода;

V — объем производства товаров и услуг.

Таким образом, потребность в ресурсах находится в прямой зависимости от масштабов производства. Норма расхода устанавливается каждым предприятием в отдельности на основе данных о его финансовой стабильности и развитости. В любом случае фирма, минимизирующая издержки, всегда стремится установить минимальную величину расхода ресурсов, которая определяет максимальную цену, которую организация готова заплатить за производство единицы продукции.

2. Статистический метод — метод динамических коэффициентов. Здесь в расчет берутся данные о расходе материалов, который был произведен в предыдущем периоде, в соответствии с чем необходимость в МТО определяется через учет фактического потребления и его изменения по отношению к будущему периоду.

$$P_m = P_\phi \times K_{пр} \times K_n,$$

где P_ϕ — фактическое потребление ресурсов в процессе производства в текущем периоде;

$K_{пр}$ — коэффициент, показывающий изменение плана на будущее потребление по сравнению с предыдущим;

K_n — коэффициент, который характеризует снижение норм расхода на перспективу, т. е. он рассчитывается на будущий период.

Данный метод определения потребности в МТО применяется исключительно в том случае, когда необходимо точно рассчитать потребность в материалах при массовом производстве и продукции широкой номенклатуры, а расход сам по себе незначителен.

3. Метод прогнозирования основан на изучении статистических рядов потребления материальных ресурсов за определенный промежуток времени (несколько лет или месяцев) и их динамичности. Это позволяет создать практико-математическую модель изменения потребности, посредством которой составляется прогноз потребления.

Следовательно, выбор одного из вышеперечисленных методов зависит исключительно от направления и структуры расходования сырья и материалов при производстве определенного набора благ, а также от периода, на который осуществляется планирование, типа материала, его качества, обмена и характера.

4. Организация оперативной работы по МТО

Оперативная работа по материально-техническому обеспечению включает несколько элементов. Во-первых, она подразумевает получение и учет фондовых извещений на центрально-распределяемую продукцию. Это характерно главным образом для государственных предприятий. Во-вторых, посредством МТО организация составляет заказы на получение материалов от поставщиков факторов производства, заключает с ними соответствующие договоры на поставку и осуществляет контроль за их исполнением. Кроме того, к оперативной работе относятся специфицирование производственных фондов и выбор форм поставок. Специфицирование представляет собой определение потребности предприятия в материалах и сырье по номенклатуре-ценнику, в котором все материальные ресурсы распределены по типам, профилям, размерам и другим детальным характеристикам. Таким образом,

оптимальная структура и объем поставок определяются именно посредством специфицирования.

Существуют следующие виды поставок сырья и материалов и других необходимых производственных фондов.

1. Транзитная, или прямая. При такой форме поставки материальные ресурсы в соответствии с потребностями в них предприятия поступают к потребителю прямо от изготовителя или владельца факторов производства. Здесь нет никаких посредников, поэтому отношения «продавец — покупатель» характеризуются прямыми хозяйственными связями. Положительным аспектом здесь является то, что процесс поставки значительно ускоряется, укрепляются хозяйственные связи, отсутствуют промежуточные (посреднические) операции, и, как следствие, сокращаются транзакционные издержки. Такая форма поставки целесообразна при больших объемах потребления на постоянной основе.

2. Складская поставка более удобна в том случае, когда сырье и материалы потребляются в небольшом количестве. Материальные ресурсы первоначально закупаются по оптовым ценам посредниками, поступают на склады, а затем продаются конечному потребителю. При этом производственные запасы снижаются, а оборачиваемость оборотных средств растет. Кроме того, предприятия получают возможность завозить материалы в удобное для них время и в нужном количестве, которое будет соответствовать норме потребности. В свою очередь, поставщики-посредники могут заблаговременно подготовить груз к транспортировке, что позволяет доставить его по первому требованию организации. Однако сами потребители несут дополнительные расходы за услуги посреднических организаций — так называемые складские наценки. Поэтому при всех плюсах данной формы поставки она значительно увеличивает общие издержки производства.

В оперативную работу МТО, помимо всего вышеперечисленного, входит количественный и качественный прием нужных материалов, а также процесс организации снабжения ими производственных подразделений — цехов. Управление доставкой ресурсов в цеха основано на соответствии лимитам и планам-графикам. **Лимит** — строго ограниченное количество (минимум или макси-

мум) материалов, которые могут быть доставлены непосредственно на производство за определенный период времени. Соответственно, доставка материалов в цех может быть осуществлена двумя способами:

1) **децентрализованным**. Иными словами, цеха сами получают и вывозят сырье с производственного склада цеховым транспортом. Данный способ, как правило, характерен для предприятий, осуществляющих индивидуальное или мелкосерийное производство;

2) **централизованным**, который больше подходит для предприятий, нацеленных на массовое производство. Склады по графику подают цехам требующиеся в определенном количестве материальные ресурсы. Это дает возможность заранее подготовиться к доставке и позволяет более целесообразно использовать рабочий транспорт и вспомогательные рабочие предприятия, которые непосредственно и занимаются развозкой сырья по цехам. Кроме того, посредством централизованной доставки система учета и контроля за прохождением сырья и материалов от центрального склада до рабочего места значительно упрощается.

Таким образом, каждое предприятие выбирает оптимальные для себя способы покупки и доставки фондов на производство и делает это на основе специализации и масштабов производства.

ЛЕКЦИЯ № 9. Издержки производства

1. Понятие затрат и их классификация

Затраты организации представляют собой величину тех или иных расходов, необходимых для обеспечения ее функционирования и осуществления производственной и сбытовой деятельности. **Издержки** — неизбежное явление, они имеются у каждой фирмы, юридически оформленной. Но они различны для каждой из них в отдельности и зависят от экономической грамотности руководства и финансовых отделов, которые планируют объем деятельности и, как следствие, величину затрат.

Все затраты в соответствии с их направленностью и способом образования могут быть классифицированы с помощью следующих критериев.

1. Затраты играют абсолютно разную роль в формировании себестоимости продукции, работ, услуг.

Основные затраты имеют непосредственную связь с технологическим и производственным процессом, посредством которого изготавливается определенный объем товаров и услуг общественного и иного потребления. Например, к таковым можно отнести расходы на заготовление сырья, материалов, топлива и оплату энергии, используемой при производстве или создании для него условий. Кроме того, основными затратами являются и выплаты заработной платы работникам организации, поскольку они осуществляются регулярно, т. е. на постоянной основе, и производятся за выполнение определенных работ или оказание услуг.

Накладные расходы связаны с обеспечением процесса производства и его организации, созданием благоприятных условий трудовой деятельности. Это так называемые цеховые и общезаводские расходы.

2. В соответствии с тем, к чему относятся данные расходы, они могут быть:

1) прямыми — представлены затратами на покупку и распределение материальных ресурсов и выплатами работникам

окладов и премиальных. Можно сказать, что прямые расходы являются составной частью основных, поскольку опять-таки обеспечивают процесс производства факторами производства в виде сырья и рабочей силы;

2) косвенными, которые напрямую связаны с изготовлением различных видов продукции.

3. По степени однородности затраты делят на:

1) простые, т. е. однородные, затраты. Они осуществляются в соответствии с направлением деятельности предприятия и включают все расходы по покупке и поставке необходимых факторов производства на склады предприятия, а также по оплате фактора «рабочая сила»;

2) комплексные затраты — представляют собой расходы всех производственных подразделений и отделов организации в их совокупности.

4. По времени возникновения все затраты организации можно поделить на 3 вида:

1) текущие. Они осуществляются непосредственно в настоящем периоде, т. е. на тот момент времени, когда реально происходит процесс производства или осуществления других видов деятельности. Данный тип затрат является непосредственной основой для дальнейшего планирования работ;

2) будущие расходы — это те расходы, которые предстоит в будущем понести организации. Их можно предугадать посредством анализа рынка факторов производства и рынка товаров и услуг, динамики цен на них;

3) кроме того, для удобства составляются экономические модели деятельности: они на основании группировки ранее полученных данных (т. е. производится анализ всех предыдущих расходов) делают прогноз, благодаря которому организация может предполагать структуру предстоящих расходов и в соответствии с этим принимать те или иные решения.

2. Виды издержек организации

Каждая фирма в процессе своего функционирования несет определенное количество затрат, называемых издержками производства. Организовывая свою деятельность, предприниматель

должен учитывать все возможности производства, в том числе альтернативного.

Занимаясь «не своим делом», производитель теряет прибыль. Необходимо учитывать и сам факт альтернативного использования ресурсов. Это позволит фирме грамотно вести расходы и планировать финансовую деятельность. Существует несколько классификаций издержек.

1. **Бухгалтерские издержки** — это реальные расходы фирмы в текущем периоде по приобретению сырья, необходимого оборудования и других производственных фондов. Кроме того, сюда входят затраты на заработную плату рабочим и аренду помещения, территории. Выплата заработной платы осуществляется непосредственно из фонда оплаты труда, который создается посредством денежных отчислений от прибыли организации.

2. **Внутренние издержки** представляют собой доход, который мог бы быть получен в результате более рационального использования имеющихся ресурсов и факторов производства. Очень часто фирма имеет в собственности и помещение, и землю, и собственный капитал в наличии. В этом случае фирма не имеет постоянных затрат на эти факторы производства, для нее они являются «бесплатными».

3. **Экономические издержки** включают бухгалтерские и внутренние. При принятии экономических решений должны учитываться все ресурсы, вовлеченные в процесс производства, и расходы по ним. Это способствует их более эффективному использованию.

4. **Частные издержки** представляют собой все расходы фирмы по оплате и покупке всех необходимых материальных и природных ресурсов.

5. **Общественные издержки** оцениваются с точки зрения общества с учетом положительных и отрицательных внешних эффектов (экстерналий), которые воздействуют на структуру и механизм рынка.

6. **Возвратные издержки** — это все расходы фирмы, которые она способна вернуть после очередного производственного цикла или по окончании своего функционирования.

7. **Невозвратные издержки** не имеют альтернативного использования. Это единовременные затраты по регистрации предприятия, его страхованию, изготовлению вывески.

В зависимости от объема выпускаемой продукции фирмы в краткосрочном периоде издержки подразделяются на две большие группы:

- 1) **постоянные издержки** — не зависят от объема производства в релевантном периоде. Они включают арендную плату, оплату электроэнергии и оклад рабочих. Иными словами, это затраты, которые повторяются с определенной частотой, как правило, в 1 месяц;
- 2) **переменные издержки** — находятся в зависимости от количества произведенного продукта, так как идут на покупку сырья и рабочей силы. Соответственно, при расширении масштабов производства для изготовления большего объема товаров и услуг уходит большее количество производственных оборотных фондов и трудовых усилий, и, как следствие, переменные издержки растут.

Постоянные и переменные издержки в сумме дают общие валовые. По мере развития предприятия и роста производства меняются средние и предельные издержки. Средние издержки представляют собой расходы на единицу произведенного продукта, в то время как предельные зависят от каждой дополнительно созданной единицы. В долгосрочном периоде все издержки фирмы являются переменными. Здесь большую роль играет фактор времени.

3. Себестоимость продукции, ее виды

Себестоимость — это совокупность всех денежных затрат по изготовлению товаров и услуг в зависимости от специализации производственной деятельности. Данный показатель включает следующие расходы: покупку сырья, материалов, топлива, использование основных производственных фондов (машины и оборудование), оплату труда работников, а также другие затраты, которые могут быть связаны с производством и реализацией готовой продукции.

Себестоимость — важнейший показатель бухгалтерской отчетности, поскольку предоставляет данные о фактических производственных издержках. Кроме того, себестоимость может быть рас-

считана как величина затрат, которая приходится на единицу изготовленной продукции. Посредством этого устанавливается конечная цена производителя на товары и услуги, которые он поставляет на потребительский рынок. Чем выше затраты, тем выше стоимость единицы товара, поскольку она заведомо включает и транзакционные издержки (т. е. издержки по доставке) и «накрутку» производителя за выполнение работ, и величину оплаты труда рабочим за произведенную деятельность. Как правило, организации стремятся минимизировать свои издержки, иными словами, снизить себестоимость продукции посредством использования более экономичных источников сырья, внедрения новых технологий и снижения показателя трудоемкости. Это дает возможность получить больший объем выручки, поскольку ее процентная доля от цены товара в этом случае значительно выше, чем его себестоимость.

Себестоимость готовой продукции изменяется в зависимости от объема затрат при ее изготовлении. Таким образом, существуют следующие виды себестоимости:

- 1) **цеховая** — представлена затратами всех цехов и других производственных структур, которые непосредственно участвовали в процессе изготовления определенного набора товаров и услуг;
- 2) **производственная себестоимость** — определяется путем прибавления к цеховой себестоимости общезаводских и целевых расходов;
- 3) **полная себестоимость** — включает затраты организации не только на выпуск продукции и организацию производственного процесса, но и на ее реализацию, т. е. поставку на рынок конечных товаров и услуг. Следовательно, она представляет собой совокупность производственных и коммерческих расходов.

Кроме данной классификации, существует еще деление себестоимости на индивидуальную и среднеотраслевую (в учет берутся все предприятия отдельной отрасли), плановую, которая формируется на базе текущих, и фактическую, относящуюся к данному моменту времени.

Себестоимость продукции также определяет структуру затрат посредством отнесения их к тому или иному периоду. Текущие затраты относятся на себестоимость продукции данного периода, в котором фактически происходит производственный процесс. Расходы будущих периодов характеризуются тем, что изготовление товаров осуществляется в данный момент, но относится на себестоимость продукции последующего периода (например, затраты на освоение и модернизацию производства или разработку новых видов продукции). К предстоящим расходам, как правило, относят те, которые фактически не осуществлены, но на них уже зарезервированы средства. Так, оплата отпусков и сезонные расходы планируются в течение года и к моменту наступления срока выплачиваются своевременно.

4. Калькуляция, группировка затрат по статьям расходов

Калькуляция определяется как расчет размера затрат на производство единицы продукции. Также это процесс анализа и экономической группировки затрат и исчисление себестоимости продуктов производства и других объектов учета.

В бухгалтерском учете выделяют несколько статей (или групп) расходов, по которым калькулируется себестоимость.

1. Сырье и основные материалы — это оборотные производственные фонды, которые непосредственно идут на изготовление товаров и услуг и одновременно переносят свою стоимость на продукт производства. Материальные ресурсы потребляются в рамках одного производственного цикла, и от их качества зависит качество результатов трудовой деятельности.

2. Вспомогательные материалы — средства труда, которые способствуют протеканию процесса производства. Например, смазочные масла обеспечивают бесперебойную работу оборудования.

3. Топливо и энергия, которые расходуются на технологические цели. Затраты на данные виды ресурсов также должны учитываться в конечной стоимости готовой продукции, поставленной на рынок для реализации.

4. Основная заработная плата рабочих на производстве (представляет собой оклад).

5. Дополнительная заработная плата — премии и надбавки к окладу за преждевременное завершение работ или высокие качественные показатели их результатов.

6. Отчисления на социальное и медицинское страхование.

7. Расходы на поддержание работы оборудования, продлевающие срок его эксплуатации. Например, регулярные амортизационные отчисления, которые позволяют вернуть стоимость основных производственных фондов и как можно быстрее осуществить замену физически или морально изношенных машин.

8. Цеховые и общезаводские расходы.

9. Возможные потери от брака в производстве.

10. Коммерческие расходы, включающие в себя расходы на доставку заказанных факторов производства, маркетинг и издержки, связанные с выплатами по кредитам, которые взяла организация на расширение производства или его качественное развитие.

В зависимости от специфики производства калькулирование себестоимости может быть произведено определенными методами.

1. Позаказный метод характеризуется тем, что учет затрат производится по отдельным заказам. Это главным образом характерно для мелкосерийного или индивидуального производства отраслей приборостроения, машиностроения (в том числе ракетного) и пр.

2. Пофазный метод позволяет калькулировать себестоимость в конце каждого отдельного этапа или фазы производственного процесса. Данный метод применяется на предприятиях отраслей массового производства в химической, хлопчатобумажной, пищевой промышленности и т. д.).

3. Посредством нормативного метода затраты рассчитываются по существующим на предприятии нормам расхода, которые показывают максимально возможную цену приобретенных и задействованных в производстве материальных ресурсов.

4. Сортовой метод — себестоимость рассчитывается по каждому отдельному виду, типу и сорту продукции. Данный метод при-

меняется в тех отраслях, где номенклатура и ассортимент изготавливаемого продукта составляют большую величину. Например, это характерно для пищевой, легкой и текстильной промышленности.

Следовательно, исчисление себестоимости продукции, на производстве которой специализируется то или иное предприятие, просто необходимо для определения качественных характеристик развития производства в текущем периоде, а также для планирования затрат в будущем.

5. Планирование себестоимости: абсолютные и относительные показатели себестоимости продукции

Процесс планирования себестоимости продукции подразумевает составление сметы расходов на производство, а также калькулирование себестоимости отдельных изделий и составление заданий по снижению общих затрат. Для характеристики уровня и динамики себестоимости применяют абсолютные и относительные показатели.

Абсолютные показатели.

1. Себестоимость единицы продукции представляет собой максимально допустимый объем затрат по калькуляционным статьям расходов на изготовление каждой дополнительной единицы продукции.

2. Себестоимость всей товарной продукции в целом — это достаточно обобщенный показатель, поскольку включает максимально возможные и допустимые общие издержки производства и реализации готовой продукции, полуфабрикатов и коммерческих заказов в виде работ промышленного характера.

3. Общая сумма затрат на производство. Смета включает динамику остатков незавершенного производства, т. е. продукции, которая находится на стадии разработки в цехах предприятия.

Относительные показатели себестоимости рассчитываются на основе абсолютных.

1. Процентное снижение себестоимости сравнимой продукции. Данный показатель нашел широкое применение на предприя-

тиях, где ассортимент выпускаемой продукции уже установился и находится в строгих рамках. Сравнимая продукция — весь комплекс товаров и услуг в полном ассортименте, который производится на конкретном предприятии в базисном году в порядке массового или серийного производства. Такая продукция может подвергаться частичному изменению, корректировке в области качества, формы или свойств, что, однако, не может привести к введению новой модели, т. е. радикальных изменений не происходит. Данный показатель представлен в виде процентного отношения экономии затрат, которая суммируется по всем видам и сортам произведенной продукции, к общей себестоимости этой же продукции, рассчитанной непосредственно в базисном году. Для примера использования этого показателя на практике можно привести следующую задачу.

Задача: пусть среднегодовая себестоимость продукции конкретного предприятия планируется в размере 25 тыс. руб., а фактическая, занесенная в отчет, составила 27 тыс. руб. Получается, реальная себестоимость превысила планируемую на 2 тыс. руб. В соответствии с этим можно рассчитать процент снижения себестоимости $(2 \text{ тыс. руб.} / 27 \text{ тыс. руб.}) \times 100\% = 7,4\%$.

2. Предельный уровень затрат на 1 рубль товарной продукции (полуфабрикатов, готовой продукции и услуг промышленного характера). Этот показатель характеризует наибольшую величину затрат, которая может быть допустима для производства запланированного объема продукции. Он определяется через соотношения плановой себестоимости товарной продукции, готовой к реализации, к общему объему выпуска, т. е. если, к примеру, величина себестоимости по плану составила 20 тыс. руб., а фактический объем производства в денежном выражении — 120 тыс. руб. Это значит, что предельный уровень затрат на единицу товарной продукции $= (20 / 120) \times 100\% = 16,7\%$, т. е. затраты составляют 16,7% от общей выручки. В принципе, это небольшая величина, но если учитывать налоговые отчисления и другие постоянные издержки, которые при определенной экономической ситуации в стране могут вырасти (например, цена аренды растет при соответствующем росте процентной ставки), то 20% — это много.

ЛЕКЦИЯ № 10. Прибыль и рентабельность

1. Понятие прибыли, ее функции

Прибыль — это результат производственной и коммерческой деятельности фирмы, главный фактор, стимулирующий предпринимательство. Иными словами, это финансовый результат производственной и хозяйственной деятельности организации, который показывает ее чистый доход. Прибыль также можно рассматривать как двигатель производства. В принципе, прибыль — это явление непостоянное, поскольку в рыночной экономике сильна конкуренция и общая экономическая ситуация нестабильна. Однако причины возникновения прибыли постоянно меняются, дополняются, поэтому теоретически ее все-таки можно назвать статичной формой.

Прибыль в соответствии с ролью, отведенной ей в экономике, выполняет ряд функций.

1. Регулирующая. Прибыль позволяет регулировать денежные потоки, поскольку распределяется по различным фондам и направлениям на предприятии (резервный, валютный, фонд развития производства, фонд материальных поощрений).

2. Стимулирующая. Любая фирма в процессе своего функционирования стремится укрепить свои позиции в бизнесе и на рынке, получить некоторые преимущества перед конкурентами и экономическую прибыль. Все это способствует ее динамичному развитию. Ожидание экономической прибыли заставляет предпринимателя тщательно заниматься вопросом организации производства, чтобы максимально снизить издержки, наиболее рационально использовать ограниченные ресурсы и добиться наибольшей отдачи от факторов производства. С этой целью совершенствуются технологии, осваиваются достижения науки и техники, что спо-

способствует экономическому росту фирмы и всей национальной экономики.

3. Контролирующая функция представляет собой не что иное, как характеристику экономического эффекта деятельности предприятия.

4. Наличие экономической прибыли способствует эффективному распределению ресурсов между альтернативными способами их применения. Важная черта бизнеса — это возможность предугадать альтернативные возможности и издержки. Если в отдельной отрасли прибыль превышает среднее значение, это свидетельствует о том, что на данный товар существует высокий спрос, т. е. он абсолютно отвечает потребностям и желаниям потребителей. В результате такой сектор экономики становится более привлекательным, и фирмы будут бороться за возможность вложения в него капитала и ресурсов. Посредством такого перемещения ресурсов достигается наибольшая эффективность функционирования экономики.

5. Прибыль выступает источником финансирования расширения масштаба производства. Фирмы, которые получают прибыль, имеют возможность вести непрерывную производственную деятельность. Они обладают инвестиционным запасом и могут направить его снова в производство, при этом не только для расширения его масштаба, но также и в целях совершенствования предприятия, разработки новых методов управления, использования продуктов НТП.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что прибыль не только стимулирует развитие предпринимательства, но и создает реальные предпосылки для ее получения в дальнейшем и активизирует методы конкурентной борьбы. С одной стороны, прибыль характеризует эффективность функционирования организации, а с другой — является экономическим инструментом, вызывающим стимулирующий эффект. Таким образом, прибыль — это необходимое условие рыночного равновесия и развития экономики в целом.

2. Виды прибыли

Прибыль — это важная экономическая категория, определяющая качество функционирования организации и перспективы ее дальнейшего развития. Классификация прибыли подразумевает следующие ее виды.

1. Прибыль, полученная в результате реализации готовой продукции, а также полуфабрикатов и выполнения коммерческих заказов. Иными словами, это разница между полной себестоимостью товарной продукции и стоимостью реально проданных товаров и услуг.

$$Pr = P_p - \text{себестоимость,}$$

где P_p — цена продаж.

2. Балансовая прибыль представляет собой общую прибыль, которую организация получает от всей своей производственно-хозяйственной деятельности. Балансовая прибыль равна сумме (или разнице) прибыли, полученной от сбыта и продажи товарной продукции или убытка, полученные от реализации прочей продукции.

К ней, соответственно, относят продукцию хозяйств, которые находятся на балансе предприятия и в его собственности. Например, это подсобные сельские хозяйства, лесозаготовительные предприятий, транспортные организации, которые осуществляют доставку всех необходимых ресурсов в каждое из имеющихся на предприятии производственное подразделение. Сюда же входит выручка от реализации тары, сверхнормативных запасов топлива, сырья, материалов и прочих производственных фондов.

P_v в вышеназванной формуле, соответственно, составляет прибыль или убыток от операций, которые, по сути, никак не связаны с производством и реализацией.

Таковыми являются доходы, полученные от долевого участия с другими экономическими субъектами в совместных предприятиях (владение акциями), доходы от сдачи имущества в аренду, дивиденды, полученные от владения ценными облигациями, векселями и другими ценными бумагами. Кроме того, сюда могут быть включены и штрафы, возникшие в результате нарушений трудо-

вого законодательства или ошибок в ведении хозяйственной и коммерческой деятельности.

Следовательно, получается, что в данной формуле элементы прибыли могут стоять как со знаком «+», если они приносят организации доход, так и со знаком «-», если фирма несет убытки вместо прибыли.

3. Чистая прибыль рассчитывается на основе данных балансовой прибыли и нормы налогообложения (налог на прибыль, единый социальный налог, налог на землю, на имущество и пр).

4. Консолидированная прибыль — это прибыль, полученная от деятельности и финансовых результатов материнских и дочерних (филиалы) предприятий. Консолидированная бухгалтерская отчетность представляет собой объединенную отчетность двух или более субъектов хозяйствования.

Очень часто для исчисления прибыли применяется аналитический метод. Исходя из него прибыль в текущем году определяется посредством суммирования всей возможной прибыли и с учетом уровня рентабельности производства.

Важными факторами здесь являются и планируемый объем реализации продукции, и различные мероприятия по снижению затрат на производство и сбыт, а также рост качества товаров и услуг и структурные изменения в ассортименте.

Прибыль, подсчитанная таким путем, определяется суммой прибыли от реализации и прибыли, полученной вследствие роста качества продукции за вычетом первоначальных убытков в результате нововведений и внедрения новых технологий на производстве.

3. Источники экономической прибыли

Экономическая прибыль — это величина, превышающая нормальную прибыль, составляет разницу между альтернативными издержками.

Специфика предпринимательской деятельности проявляется только в прогрессирующей, постоянно изменяющейся экономике: изменяются факторы, влияющие на величину спроса и пред-

ложения, балансирует равновесие на рынке и т. д. Можно назвать следующие признаки экономического развития:

- 1) качественное совершенствование товара, создание уникального блага, нового для потребителя. Динамичность потребительского спроса требует от фирм-производителей быстрой реакции на изменение внешней среды и готовность расширить или полностью изменить производство и ориентацию деятельности при непредвиденных обстоятельствах;
- 2) внедрение новых технологий и методов производства. Совершенствуя производство и реконструируя основные производственные фонды, заменяя морально устаревшее оборудование на последние достижения науки и техники, предприятие тем самым берет курс на повышение производительности и эффективности применяемого труда;
- 3) открытие новых рынков для реализации готового продукта. Фирма для своего эффективного развития и повышения конкурентоспособности должна постоянно осваивать не только новые ниши того рынка, на котором ведет сбыт товаров и услуг, но и новые рынки посредством борьбы за качество, постепенно расширяя долю влияния. Такой метод называется стратегией концентрированного роста. Однако сегодня в условиях жесткой конкуренции и риска организации важно подстраховаться. В связи с этим она может выбрать новые направления деятельности. Это позволяет в значительной степени снизить зависимость от одной бизнес-единицы и однотипности производства;
- 4) использование новых сырьевых ресурсов или факторов производства. Как известно, от качества исходного сырья зависит и качество готовой продукции, поэтому введение в производство более качественного ресурса с экономической точки зрения непременно даст положительный эффект;
- 5) изменение рыночной структуры: установление монополизма или его подрыв.

В экономике, обладающей вышеперечисленными признаками, играют большую роль предприниматели, а предпринимательство становится фактором производства. Таким образом, об эко-

номической прибыли не может быть и речи в условиях статичной экономики.

Источники экономической прибыли различны.

1. **Экономическая прибыль** — это своеобразное вознаграждение за предпринимательский риск. Риски в экономике разнообразны, и, чтобы уберечь себя от потерь, фирмы прибегают к страхованию. Поэтому плата за риск входит в издержки фирмы как затраты в интересах предприятия. Но существуют риски, от которых невозможно застраховаться. Они, как правило, связаны с изменением конъюнктуры рынка, экономическими циклами или положениями экономической политики государства, посредством которой оно контролирует деятельность отдельных фирм. Кроме того, совершенно непредсказуемы вкусы и предпочтения потребителей, но именно они определяют масштабы производства.

2. **Вознаграждение за инновации.** Предприятия стремятся внедрить в производство новые технологии, совершенствовать способы его организации и т. п. Это связано со стремлением снизить издержки. Однако, разрабатывая что-то новое, фирма не имеет стопроцентной гарантии, что это нововведение окажется эффективным на данном этапе развития экономики и будет востребованным. Таким образом, платой за инновационный риск является экономическая прибыль, стремление получить которую и толкает предпринимателя на преобразования.

3. **Монополизм на рынке.** Предприниматель стремится к получению конкурентных преимуществ на рынке, т. е. к монопольной власти, поскольку это даст ему определенную уверенность в будущем и право контроля над ситуацией. Только так он может снизить до минимума риск потерь.

ЛЕКЦИЯ № 11. Риски, страхование, реклама

1. Сущность рисков и их виды

Современная рыночная система характеризуется деформацией структур и механизмов деятельности экономических субъектов.

Рынок — это место встречи покупателя и продавца, которые, участвуя в процессе купли-продажи товаров, несут определенную долю ответственности и рискуют.

Риск неразрывно связан с боязнью лишних незапланированных затрат. Как известно, производители стремятся продать свой товар подороже, чтобы максимизировать прибыль, а потребители для удовлетворения потребностей, стремясь минимизировать издержки, инстинктивно выбирают товар с меньшей стоимостью.

Производитель постоянно рискует потерять свою долю на рынке вследствие множества причин: вложения капитала в производство неперспективных товаров, неучета интересов потребителей и рыночной обстановки и т. д.

Таким образом, в бизнесе регулярно возникают рискованные ситуации, разрешить которые — его задача.

Любой рынок — это неизвестность будущего, страх не достигнуть поставленной цели. Специалисты выделяют несколько видов экономических рисков.

1. По характеру деятельности:

1) производственный риск, определяемый объемом выпускаемой продукции. Для фирмы крайне важным является владение рыночной информацией. Это позволяет ей иметь представления о динамике спроса и, таким образом, дает возможность подстроить производство под изменчивую среду рынка. Если фирма не имеет возможности для своевременной переспециализации, расширения или сокращения производства (в зависимости от динамики потребительского спроса), она теряет

свои позиции и конкурентоспособность на рынке, теряет своего покупателя и легко может превратиться в банкрота;

2) коммерческий риск связан с поставкой произведенных товаров на рынок и обменными операциями. Фирма, производящая товары и услуги, обязана контролировать процесс сбыта и осуществлять своевременные поставки в соответствии с заключенными договорами. Добиться этого позволяет создание на производстве системы материально-технического обеспечения;

3) финансовый риск возникает как продукт отношений экономических субъектов с банками и другими элементами кредитно-денежной системы. Если фирма берет кредит, она должна осознавать все потери, которые могут возникнуть в случае ее неплатежеспособности. Такая ситуация может возникнуть в случае падения прибыли, поскольку фирма отвечает по всем обязательствам.

2. По источнику опасности:

1) риски, связанные с природными катаклизмами, которые могут стать причиной сбоев в производстве и деятельности фирм. Это так называемые непредвиденные обстоятельства, от воздействия которых фирму может спасти страхование;

2) риски политического характера связаны с конфликтами, революциями и войнами, которые сотрясают всю экономику и нарушают ее развитие;

3) экономический риск возникает в результате изменения курса валют на финансовом рынке, банкротства предприятий и общего кризиса в экономике. В этом случае крайне важно определить оптимальные рамки производственной и хозяйственной деятельности.

Помимо этого, существует классификация рисков, разделяющая их на внутренние и внешние.

1. **Внешние риски**, например риск ликвидности. Он характеризуется нарушением стабильности в кредитных операциях, появлением незапланированных потребностей в дополнительных ссудах и т. д.

2. **Внутренние риски** проявляются на уровне фирмы и связаны с ее организационной деятельностью. Они связаны с набором шта-та служащих, их профессиональными и личностными качествами, а также с технической и ресурсной базой предприятия. Структурный риск возникает в результате нарушений всей структуры предприятия, как организационной, так и факторной.

В рыночной экономике риск — это неизбежное явление, поэтому так важно его предвидеть и максимально снизить. Это позволит сохранить устойчивость экономической и производственной деятельности.

2. Необходимость страхования

Страхование — это важнейший элемент экономических отношений, наиболее эффективный способ возмещения ущерба, своеобразная форма платы за риск. **Риск** — это неопределенность будущего, боязнь не достигнуть поставленной цели. В рыночной экономике понятия «риск» и «страхование» неразрывно связаны. Страхование необходимо главным образом в неопределенной, динамичной экономической ситуации. Фирмы как экономические субъекты всегда стремятся оградить себя от потерь и лишних затрат, поскольку работают на максимизацию прибыли и расширение собственного влияния на рынке товаров и услуг. Поэтому они прибегают к страхованию имущества, что позволяет им в кризисной ситуации при абсолютно непредвиденных обстоятельствах выжить.

Необходимость в страховании возникает в том случае, когда вероятность возникновения рисков очень высока, что может быть вызвано как общими экономическими «встрясками», так и высокой конкуренцией. Помимо страхования, фирма должна сама обеспечивать себе развитие. Она должна работать на потребителя и с максимальной точностью реагировать на изменения в его предпочтениях. В противном случае нет смысла в ее создании, конкурентоспособность оказывается недостижимой. Таким образом, важная черта страховой деятельности заключается в том, что ей присущ предпринимательский риск, связанный с процессом производства и его масштабами.

Страховые отношения характеризуются потребностью фирмы в защите от потерь. Объектом страхования в данном случае могут являться факторы производства, производственные фонды предприятий, а также жизнь и условия труда работников. Роль страхования велика: оно позволяет обеспечить непрерывность и устойчивость общественного воспроизводства. Поэтому развитие бизнеса, рынка и предпринимательства в любом государстве подразумевает наличие страховых услуг.

Экономическая сущность страхования может быть определена через его категорию, которая выражает общественно-производственные отношения между субъектами экономической деятельности по поводу предотвращения и преодоления рискованных ситуаций. Главная особенность страхования заключается в том, что оно по своим признакам близко к финансовой категории. Страховые отношения замкнуты, т. е. число страховых агентов меньше числа пострадавших. Для осуществления страховых сделок создается страховой фонд, состоящий из денежных взносов застрахованных лиц. Замкнутые отношения участников страхования подразумевают также и возвратность страховых платежей в виде компенсации в случае возникновения угрозы риска. Принцип возвратности сближает понятия страхования и кредита и напоминает, по сути, процесс выдачи ссуд банками и другими кредитно-денежными институтами. Кредиты выдаются под процент и с неременной гарантией возврата их в кассы кредитных организаций. Это обеспечивает нормальное обращение денежной массы в стране.

Следовательно, страхование очень важно для развития экономики и ее отраслей, поскольку оно предоставляет гарантии безопасной экономической деятельности. Только в условиях защищенности экономический субъект способен мыслить и действовать рационально.

3. Функции страхования

Страхование — это наилучший финансовый способ компенсации ущерба физическим и юридическим лицам, поскольку пре-

доставляет гарантии защиты в случае возникновения рискованных ситуаций. Лозунг страхования «Лучше предупредить провал, чем оказаться внутри его» оправдывает себя. Посредством страхования фирма может позволить себе идти на риск. Ведь в любом случае независимо от результатов деятельности организация имеет все шансы на успех и восстановление, если она оказалась в кризисе. Страхование как экономическая категория имеет общие черты с понятиями «финансы» и «кредит», которые определяются замкнутостью отношений и возвратностью страховых взносов. В то же время ему присущи специфические функции.

1. Создание специализированного фонда в качестве платы за возможные риски, по которым ответственность несут страховые компании. Страховое дело регулируется непосредственно государством с учетом социально-экономической ситуации. **Страховой фонд** — это непереносимое условие осуществления страховой деятельности, совокупность денежных резервов, обеспечивающих гарантию возмещения потерь. В отличие от коммерческих банков, занимающихся сберегательной деятельностью, страховые организации работают на сберегательно-рисковом начале. Таким образом, каждый участник страховых операций (застрахованное лицо) имеет уверенность в получении материальной поддержки в случае необходимости. Формирование страхового фонда решает проблему инвестирования банковских и других элементов финансовой системы, вложения денежного капитала в недвижимость и т. д. С развитием экономики и рынка эта функция приобретает все большее значение.

2. Восполнение ущерба подразумевает материальное обеспечение граждан, которые являются создателями страхового фонда и осуществляют денежные вклады в него. Таким образом, составляется договор, по которому страховая компания обязуется выплачивать застрахованным лицам сумму, соразмерную их вкладам. Эта функция страхования также регулируется государством. Иными словами, чтобы ни произошло, застрахованная фирма всегда будет иметь возможность наладить свою деятельность и вернуть утраченные позиции посредством получения на это денежной компенсации от страховой компании.

3. Минимизация потерь. Страховые компании осуществляют финансово-посредническую деятельность, направленную на предупреждение страхового случая. Они создают особый денежный фонд, который формируется за счет отчислений из платежей юридических и физических лиц. Расходование денежных средств на предотвращение возникновения рискованных ситуаций — это наиболее рациональный способ сохранить имущество клиентов в его первоначальном виде при минимальных издержках.

4. Контрольная функция заключается в целенаправленном и рациональном использовании денежных средств страхового фонда. Иными словами, любая страховая компания должна осуществлять контроль над проведением страховых операций, процессов взноса и распределения средств между вкладчиками.

5. Кредитная функция определяется участием денежного ресурса страхового фонда в инвестиционной деятельности страховой организации. Очень важно для всех экономических субъектов привлечение долгосрочных капиталовложений, поскольку это дает дополнительные возможности развития и функционирования.

4. Понятие рекламы, ее принципы

Значение рекламы как теоретического способа дифференциации товаров и услуг велико. Она играет большую роль на любом типе рынка и представляет собой неценовой метод борьбы конкурирующих фирм, который напрямую воздействует на структуру потребительского спроса. Изначально понятие «реклама» ограничивалось лишь различного рода объявлениями и выкриками глашатаев, которые таким образом доносили определенную информацию до народных масс. Уже в XVII в. в связи с развитием сферы печати в свет вышла первая газетная реклама. По сути, она оказалась наиболее эффективной, поскольку способствовала лучшему запоминанию предлагаемой информации. Сегодня это легко объясняется тем, что письменные средства коммуникации оказываются более предпочтительными, чем устные, поскольку предназначены для важной и сложной по структуре информации. XX в. был ознаменован прогрессом в электронике, телевидении

и радиовещании, что определило появление новых видов рекламы. Таким образом, ее развитие никогда не прерывалось, и сегодня влияние рекламы на экономику большинства стран мира исключительно велико и со временем заметно усиливается.

Реклама сама по себе выполняет две основные функции: информационную и побудительную. Первая заключена в том, чтобы на рынке товаров и услуг донести до потребителей необходимую информацию о той или иной продукции. Вторая морально воздействует на покупателя и тем самым заставляет его приобрести данный товар. Получается, что реклама должна удовлетворять определенным принципам.

1. Целенаправленность. Реклама призвана акцентировать внимание потребителя на определенном виде товара. Но она должна содержать только суть, которую производитель стремится донести до масс, и ничего лишнего, чтобы у потребителя не возникло вопроса: «А что, собственно, рекламировалось?» К сожалению, российская реклама часто не следует этому принципу.

2. Адресность. Определенная реклама направлена на то, чтобы заинтересовать отдельную группу людей — потенциальных покупателей данной продукции. Например, реклама шоколада рассчитана на привлечение любителей этого продукта. Соответственно, они, ознакомившись с новинкой, поступившей в продажу, захотят ее попробовать, в то время как другие люди останутся равнодушными и к самому товару, и к его рекламе.

3. Постоянство. Чтобы оказать решающее воздействие и склонить потребителя к покупке, реклама должна регулярно напоминать ему о данном товаре. В результате психологических исследований было выяснено, что телевизионная реклама пробуждает у людей интерес только после 7—10-го прокручивания.

4. Правдивость. Очень часто производители рекламируют свой товар только потому, что спрос на него невелик. В рекламе красочно расписываются свойства и качество, хотя это и не соответствует действительности. Потребитель первоначально осуществляет свой выбор «на вере», а после первой покупки, разочаровываясь, отказывается от использования в дальнейшем данного товара. Таким образом, в результате такой рекламы спрос на продукт не увели-

чивается, а снижается, что вынуждает производителя совершенствовать его.

Существует мнение, что рекламируются те виды товаров, которые без преувеличения их качеств и достоинств не смогут быть проданы при прочих равных условиях. Иными словами, хороший товар в рекламе не нуждается. Это значит, что производители попросту злоупотребляют рекламой и начинают оказывать на потребителей психологическое давление, целенаправленно подталкивая его к покупке того или иного товара. Очень часто это предположение подтверждается: товар не обладает теми свойствами, которые изначально были заявлены его производителем. Все это, несомненно, подрывает доверие к рекламе и продукции. Таким образом, основной задачей рекламной деятельности на сегодня является поддержание ее правдивости. В противном случае она утратит свою способность воздействовать на величину рыночного спроса, и фирмам придется искать новые механизмы для обеспечения роста производства и реализации.

5. Проблемы эффективности рекламы

Реклама — важный элемент рыночной экономики. Она позволяет активизировать потребительский спрос, знакомит покупателя с товарами и услугами, поскольку содержит в себе информацию об их свойствах. Однако, в связи с тем что сегодня реклама для большинства производителей — способ сбыть товар, пусть даже и невысокого качества, возникает проблема оценки эффективности рекламной кампании в целом.

По подсчетам, около 65% потребителей выбирают тот товар, который рекламировался наиболее часто. Иными словами, если им предлагают на выбор два товара, которые они раньше не покупали, и один из них постоянно мелькал на экране или в СМИ, а другой — нет, то предпочтение, безусловно, отдается первому. Дело в том, что в процессе рекламирования у потребителя автоматически начинает складываться мнение, что такие товары имеют более высокое качество и лучшие функции, появляется что-то вроде доверия к ним.

Эффективность рекламы напрямую зависит от интеллектуального, профессионального и культурного уровня потребителя. Ведь то, что приемлемо для одного человека, другому может не понравиться или даже раздражать.

Тем не менее производители продолжают обращаться в рекламные агентства, ибо верят, что только посредством рекламы товар может получить успех за короткий промежуток времени.

В целом потребители рекламных услуг делятся на 2 группы: первая просто доверяет рекламным агентам, добровольно приносит деньги, рассчитывая, что в будущем это позволит заработать больше денег; производители второй группы продумывают все до мелочей, постоянно корректируют деятельность рекламного агентства.

Можно выделить следующие качества, которые так или иначе способствуют успеху рекламной деятельности:

- 1) красота. Реклама должна быть содержательной, красивой, привлекать внимание потенциальных клиентов;
- 2) дороговизна. Некоторые потребители до сих пор считают, что цена гарантирует качество. Однако сегодня получается, что даже под различными торговыми марками и разной ценой продаются товары не только не отвечающие потребностям покупателя, но и порой вредные по своему составу и свойствам;
- 3) убедительность. Реклама, безусловно, должна иметь это качество, она должна вызвать доверие у общественности и практический интерес. Соответственно, это требует постоянного ее присутствия на телевизионных каналах и в СМИ;
- 4) остроумие.

Существует множество способов, посредством которых можно судить о степени эффективности рекламы. Например, самый проверенный способ — это измерение аудитории. Чем больше зрительская аудитория, тем выше, соответственно, шансы продать тот или иной товар. В целом же реклама должна удовлетворять ряду условий.

1. Предложение товаров и услуг определенно должно иметь положительный эффект: в любом случае величина спроса должна планомерно расти.

2. Самое главное — выделить несколько основных преимуществ данного товара, лучше всего — два. Постоянно их подчеркивая, можно добиться того, что покупатели будут стремиться купить не товар, а именно его качества. Например, в рекламе шампуней для потребителя важным является вовсе не форма и цвет упаковки, а эффект, который может быть получен при его использовании.

3. Реклама должна быть правдоподобной. Иными словами, она не должна содержать каких-то сверхъестественных представлений о том или ином продукте, поскольку в этом случае вероятность того, что люди поверят, близка к нулю.

4. Реклама товара должна быть предельно доступной для понимания. Порой рекламные агентства придумывают такой сюжет, который понять можно только в том случае, если ты знаешь, о чем идет речь. А если ты простой зритель, не посвященный в секреты бизнеса?

Все эти условия обеспечивают рекламе успех, но реальным показателем эффективности рекламы все же остается объем продаж.

6. Позитивные и негативные стороны рекламы

Сегодня актуальным является вопрос о влиянии рекламы на общественную жизнь и развитие предпринимательства. Ее позитивной стороной, безусловно, является информирование покупателей по поводу появления новых товаров и услуг, о свойствах предлагаемой продукции. Реклама активизирует потребительский спрос, она предлагает покупателю возможность выбора из всех альтернативных товаров.

Предложение на рынке товаров и услуг, безусловно, подстраивается под рыночный спрос, но, помимо этого, пытается и воздействовать на него. В большинстве случаев покупатели не задумываются о том, как наиболее оптимально подобрать товары, они не тестируют их по показателям качества и полагаются на веру производителю.

Фирмы-производители считают, что посредством рекламы расширяются объемы производства, а издержки, соответственно, снижаются. Это возможно, например, когда в производстве растет

использование производственных мощностей, что позволяет значительно экономить на материальных ресурсах и факторах производства. Как следствие, средние издержки как затраты на изготовление одной единицы продукции снижаются, производительность растет, и фирма успешно развивается.

Помимо всего прочего, реклама способствует финансированию некоммерческих потоков информации, которые имеют место в любом обществе. Получается, что, например, человек, который покупает газету, делает это не ради того, чтобы найти в ней рекламные новинки, а прежде всего ради получения общей информации. В то же время реклама, которой посвящена не одна страница издания, непременно попадается на глаза читателю, и далее он из-за любопытства решает с ней ознакомиться.

Реклама в периодических изданиях, особенно ориентированных на конкретные направления в бизнесе, очень дорогостояща. Но посредством этого покрываются многие издержки средств массовой информации. Не будь этого, читателям пришлось бы платить за один номер газеты или журнала в несколько раз большую сумму.

Несмотря на столь явные преимущества рекламы в мире бизнеса, она имеет ряд негативных сторон. Во-первых, она сама создает искусственные потребности. Человек, придя в магазин и заметив на прилавке рекламируемый товар, подсознательно тянется к нему даже в том случае, когда в его покупке нет никакой необходимости и он не может удовлетворить насущные потребности. Реклама давит на подсознание потребителя, гипнотизирует его, принуждая его к покупке.

Часто некоторые рекламируемые товары оказывают вредное воздействие на здоровье человека (например, спиртные напитки, табачные изделия). В этом случае реклама должна быть запрещена. Рынок не может справиться сам по себе с такой проблемой, поэтому это исключительно прерогатива государства.

Манипуляция потребительским поведением может нанести непоправимый ущерб рыночному механизму, она вызывает разбалансированность спроса и предложения. Поэтому всяческого рода злоупотребления, в том числе и реклама заведомо некачественной продукции, должны искореняться.

Безусловным минусом рекламной деятельности является и то, что она стоит очень дорого. В результате издержки, которые уходят на рекламную кампанию, включаются в стоимость готовой продукции. Получается, что потребитель платит намного больше, чем того требует себестоимость произведенных товаров и услуг. Например, человек покупает какой-либо товар за 300 рублей, хотя на самом деле его максимальная стоимость составляет всего 210 рублей, значит, 90 рублей с каждой дополнительно произведенной единицы продукции идут на оплату его рекламы.

Таким образом, невозможно однозначно оценить влияние рекламы. С одной стороны, она снижает производственные издержки, что составляет ее плюс, с другой — завышает их, поскольку величина оплаты услуг рекламных агентств крайне динамична и имеет склонность к росту. В итоге только сам производитель может решить для себя, нужна ли его товару реклама. Ведь, если продукция имеет высокие качественные характеристики, она всегда найдет своего потребителя.

7. Понятие маркетинга, его принципы

Понятие «маркетинг» произошло от английского слова *market* — «рынок». Сегодня **маркетинг** — это важнейшая характеристика рыночной экономики. С его помощью производится качественный анализ потенциальных возможностей организации и рынка с целью равновесия спроса и предложения, и он имеет своей целью изучение рынка и его контроль. Таким образом, маркетинг — это своеобразная философия управления, стратегический способ деятельности предприятия, процесс ее организации и планирования. Иными словами, лозунг маркетинга таков: «реально оценивая собственные возможности, производить такое количество продукции, которое непременно будет продано», т. е. необходимо ориентироваться на потребительский спрос. посредством системы маркетинга организация всегда обладает необходимой информацией, знакомится с изменениями и нововведениями рынка, что позволяет ей подстраиваться под динамичность внешней среды.

Возникновение маркетинга было ознаменовано следующими предпосылками:

- 1) демократизацией системы управления экономикой, отсутствием строгого контроля. Это возложило на фирмы большую ответственность, поэтому стало необходимо возникновение такого механизма, который бы осуществлял контрольную функцию над рынком и способствовал некоей стабилизации экономики;
- 2) низкой степенью поддержки предпринимательства государством, в связи с чем организации стали вынуждены разрабатывать свою политику ведения рыночных дел;
- 3) нестабильностью структуры экономики, что вызвало недостаток опыта и интуиции при управлении предприятием. Динамичность рынка требовала более полного его изучения. В особенности это касалось фирм, которые имели на нем собственные доли;
- 4) технологическими нововведениями, НТП, развитием информатизации, которые необратимы и требуют постоянного контроля и внедрения на практике.

Цели маркетинга различны, но все они так или иначе отвечают потребностям предприятия, таким как:

- 1) появление новых идей, их воплощение в товар или услугу, т. е. создание уникальной по своей природе продукции. Как следствие, появляется возможность создать «своего потребителя», на которого будет ориентировано производство, что позволит завоевать новые рынки сбыта;
- 2) контроль над процессом производства, распределения, обмена и реализации данного товара с учетом минимальных затрат и удовлетворения потребительского спроса.

Маркетинг подразумевает постановку определенных задач.

1. Задачи, непосредственно связанные с регулированием спроса и деятельностью предприятия на рынке. В соответствии с этим каждой рыночной ситуации соответствует своя задача маркетинга: полный спрос — поддержание на должном уровне удовлетворения покупательских потребностей; падающий спрос — завлечение потребителя, активизация его потребности; приостанавливающий-

ся спрос — налаживание структуры производства, оживление потребности; колеблющийся спрос — установление его на определенной равновесной величине; чрезмерный спрос — его регулирование либо путем расширения масштабов производства, либо интенсивным способом.

2. Задачи, касающиеся предприятия или фирмы. Под этим понимается решение вопросов, связанных с координацией предпринимательской деятельности, направленной на достижение поставленных целей (например, согласование методов развития, производства и хранения товаров, их реализация и финансирование).

3. Задачи, связанные с окружающей средой и общественными образованиями: это возможность обеспечения ответственности маркетинга перед отдельными экономическими субъектами, социальными группами, обществом в целом и окружающей его средой. Сюда входят: создание экологически безопасной упаковочной системы продукции, борьба с производством некачественных и вредных для здоровья товаров и злоупотреблением рекламными акциями.

Таким образом, можно сказать, что в эпоху развитой рыночной экономики просто необходимо наличие структур, которые на практической основе позволяют контролировать развитие рынка, а также воздействовать на него посредством генерирования новых идей и технологических и производственных разработок.

ЛЕКЦИЯ № 12. Менеджмент в организации

1. Менеджмент — основа успешной организации

Управление — особый вид трудовой деятельности, процесс воздействия субъекта на объект (человека, группу, коллектив). Предметом управления непосредственно является труд людей, подчиненных руководству. Элементы процесса управления: менеджеры и линейные менеджеры (руководители функциональных подразделений), специалисты и служащие (технические исполнители). Основной особенностью процесса управления является наличие обратной связи, по которой руководство узнает, насколько эффективна проводимая им политика и что нужно подкорректировать. Таким образом, под управлением понимают процесс подготовки, принятия и реализации принимаемых решений во всех областях деятельности организации.

Менеджмент — руководство людьми и организацией в целом в условиях динамичной рыночной экономики. Иными словами, это наука, объединяющая накопленный опыт лучших управляющих мира. Менеджмент играет большую роль в деятельности организации, поскольку создает все условия для достижения успеха. Значение менеджмента заключается в следующем.

1. Организация, имеющая развитую систему менеджмента, способна выжить в долгосрочной перспективе. Посредством этого она всесторонне совершенствуется и выдерживает динамику внешней среды. Например, отдел стратегического планирования имеет своей целью определение конечной стратегической цели деятельности фирмы (безусловно, в соответствии с ее миссией).

2. Менеджмент обеспечивает высокий конечный результат функционирования организации, который крайне необходим внешней среде и экономике в целом. Ведь менеджмент — это не

только управление организацией как чем-то неодушевленным, это прежде всего контроль и планирование системы труда. Посредством его разрабатываются всевозможные варианты стимулирования трудовой деятельности.

Так, изучая индивидуальные потребности и предпочтения каждого работника, менеджер может предложить ему выполнять именно ту работу, которая бы полностью его удовлетворяла. Все работники разные: для кого-то важнее заработная плата, другие, по природе стремящиеся к власти, мотивируются только возможностью карьерного роста и разрешением брать на себя ответственность и принимать решения. Такой индивидуальный подход позволяет значительно повысить производительность и качество труда.

3. Менеджмент повышает эффективность деятельности организации. Это значит, что конечная стратегическая цель достигается с минимальными издержками.

Основными задачами менеджмента, соответственно, являются:

- 1) контроль над созданием товаров и услуг на основании потребительского спроса, их реализации на рынке — все это непременно должно отвечать интересам предприятия. Менеджер должен целиком и полностью контролировать производственный процесс, тем самым поддерживать равновесие спроса и предложения, осуществлять финансовые и обменные операции, минимизировать издержки и в целом осуществлять деятельность, направленную на получение наибольшей прибыли;
- 2) «открытие» новых рынков в целях максимального удовлетворения всех потребностей клиентов. Предприятие постоянно осваивает и изучает рынок труда и факторов производства, что позволяет ему интенсивно развиваться;
- 3) ответственность в принятии решений. Менеджер — это лицо, непосредственно заинтересованное в развитии предприятия, которым он фактически руководит, поскольку от этого зависит уровень его собственного дохода. Именно его профессионализм и инициативность определяют конкурентоспособность данного предприятия на рынке товаров и услуг, его эффективность и экономическое процветание.

2. Способы адаптации организации к внешней среде

Внешняя среда представляет собой комплекс внешних элементов, находящихся вне структуры организации. Она является определяющим фактором развития организации. Самое главное — уметь приспосабливаться к любым изменениям внешней среды, в противном случае возникает угроза потери конкурентоспособности и «отсталости» в развитии.

Внешняя среда крайне динамична и непредсказуема. Неопределенность ее заключается в том, что не все экономические субъекты могут иметь доступ к ценной информации рыночной системы и экономики в целом. Кроме того, для того, чтобы вовремя и адекватно реагировать на различные изменения, информация должна быть достаточно достоверной и максимально точной, что не всегда наблюдается, особенно в условиях рыночной экономики. Например, реклама как фактор воздействия производителя на структуру потребительского спроса менее эффективна, поскольку нарушается главный принцип ее существования — правдивость. Вследствие этого организации постепенно начинают терять контакт с потребителями, разрушаются связи с рынком, что вызывает дисбаланс спроса и предложения. Таким образом, внешняя среда тем и опасна, что возможность встроиться в нее и действовать как единое целое практически отсутствует.

Однако в силах фирмы разработать системы адаптации к внешней среде, что позволяет установить с ней контакт и, соответственно, получать информацию о любых ее изменениях. Итак, инструментами адаптации являются следующие.

1. Создание информационной системы. Это позволит снизить неопределенность на входе и выходе организации, своевременно получать достоверную информацию от первого лица и, как следствие, максимально повысить степень защиты от непредвиденных обстоятельств. Все это может быть осуществлено посредством создания в организации системы маркетинга, снабжения и, конечно, отдела стратегического планирования. Это дорогостоящая практика, она требует огромных капиталовложений в развитие организации. Поэтому с экономической точки зрения для

организаций со слаборазвитой финансовой системой рациональнее будет привлечь специалистов из консалтинговых фирм.

2. Прогнозирование возможных изменений в развитии внешней среды и осуществление стратегического планирования. Посредством этого организация может предугадать стратегию и тенденции развития ее окружения, что само по себе значительно снижает долю риска. Кроме того, организация оказывается способной к постановке долгосрочных целей и разработке стратегий их достижения.

3. Слияния и поглощения организаций, создание стратегических альянсов. Такая тактика позволяет организациям укрепить свои позиции на рынке, стать более гибкими, адаптивными, стабильными, особенно если соединяются две сильные и крупные фирмы. Однако это выход для тех организаций, которые не способны противостоять натиску и агрессии внешней среды. Хорошим проверенным способом является объединение с конкурентами. Это способствует расширению зоны влияния и стабильности, что вызывает снижение неопределенности внешнего окружения. Кроме того, это удобно в том случае, когда одна организация сильна в одном, другая способна решать другие задачи, соответственно, вместе они составляют огромную тактическую силу.

4. Создание гибкой организационной структуры. Организация, построенная по такому принципу, не связанная нормами, традициями и рамками развития, получает возможность наиболее быстро реагировать на малейшие изменения внешней среды. Такая фирма имеет возможность за минимальный промежуток времени переориентироваться, изменить направление развития и, наконец, если того требует экономика, кардинально поменять специализацию. Кроме того, преимуществом гибких структур является то, что они легко осваивают разработки и достижения НТП, внедряют новые технологии, осваивают новые рынки, создают качественно новые виды услуг и сами могут вести исследования в области перспектив развития.

5. Последним инструментом адаптации организации является установление партнерских отношений руководства организации и ее персонала. Если менеджер умеет делегировать процесс при-

нятия решений, советуется с работниками и дает им возможность проявить инициативу и творческие способности, мотивация и эффективность труда резко возрастают. Появляется уважение к руководителю, что определяет характер отношений в трудовом коллективе. Если персонал — это единая команда, то организация получает возможность максимально приспособиться к динамике внешней среды, поскольку в любом случае даже самые сложные задачи найдут свое решение.

3. Управленческая этика и социальная ответственность организации

Этика — это наука, изучающая совокупность моральных ценностей, принципов и норм, которые непосредственно управляют поведением людей с точки зрения его приемлемости или неприемлемости.

Этические проблемы возникают только тогда, когда действия экономических субъектов приводят к выгоде или ущербу другим экономическим субъектам. Таким образом, возникают этические дилеммы, т. е. ситуации, когда невозможно найти единственно верный выход из сложившейся ситуации.

Всегда существуют альтернативы, поэтому выбрать самое рациональное решение очень тяжело. Дилеммы сложны, понимаются всеми людьми и организациями по-разному. Поэтому организация старается четко сформулировать свои этические принципы и моральные ценности. Наука предлагает нормативный подход к определению этически верных решений, составленный из четырех самостоятельных частей.

1. Утилитарный подход подразумевает реализацию целей и интересов большинства в организации. При этом игнорируются интересы и пожелания меньшинства.

2. Индивидуальный (эгоистический) подход определяется реализацией долгосрочных индивидуальных целей работников в данной организации, составлением карьерных планов для каждого работника в отдельности. Работники вместе с менеджером при принятии решений обсуждают цели и задачи и находят компро-

мисс. Утилитарный и индивидуальный подходы сегодня не соответствуют современным требованиям внешней среды, поэтому в большинстве случаев применяются последние два.

3. Морально-правовой подход. Каждый человек в организации имеет определенные права, достоинства, которые не могут быть нарушены действиями других лиц. Таковыми являются: право свободного согласия, на тайну, на должный прием, на проявление инициативы и др.

4. Справедливый подход. Для принятия этически верного решения существует несколько видов справедливости. Справедливость вознаграждения подразумевает недопущение дискриминаций по какому-либо признаку за один и тот же объем и качество работы. Процедурная справедливость подразумевает предварение в жизнь моральных норм и традиций. Компенсационная справедливость означает, что любые проблемы в организации или неудобства должны морально и материально компенсироваться.

Существует два основных подхода к определению социальной ответственности организации (СОТ).

1. **Традиционный.** СОТ производит необходимые для общества товары и услуги, обеспечивает максимальную прибыль для акционеров и не нарушает законодательство.

2. **Современный.** СОТ подразумевает заботу об обществе в целом, а не только достижение поставленных целей.

Области СОТ:

- 1) взаимодействующие группы, т. е. люди и организации, которые сотрудничают с данной организацией и имеют долю в ее результатах. Никакая организация не может быть одинаково социально ответственна, но все организации должны стремиться к этому хотя бы по отношению к трем заинтересованным группам: работникам, потребителям и инвесторам;
- 2) природная среда — внешняя среда организации, на которую она должна ориентироваться;
- 3) интересы общества в целом. Иными словами, организация, которая получает прибыль, должна направлять часть ее на развитие некоммерческого сектора: университеты, театры и т. д.

Области СОТ способствуют созданию имиджа и репутации организации, однако это противоречит принципу максимизации прибыли. Кроме того, такая организация имеет достаточные средства для осуществления разного вида деятельности.

4. Стратегическое управление

Стратегическое управление представляет собой процесс, который включает составление и реализацию стратегий, что само по себе в системе «предприятие — среда» обеспечивает соответствие между организацией и ее внешней средой.

Значение стратегического управления заключается в том, что позволяет сосредоточить внимание менеджеров на динамичности и изменчивости внешней среды. Это дает возможность обладать более совершенной, достоверной и полной информацией относительно таких ее характеристик. **Разработка стратегии** — это важная часть общего механизма развития. Посредством этого организация может достигать поставленной цели и в конечном итоге миссии. Осуществление стратегий на практике может быть достигнуто посредством задействования всех имеющихся в организации ресурсов, как чисто материальных, так и финансовых. Кроме того, стратегия — это своеобразная защита организации от неопределенности окружающей среды.

Задачами стратегического управления, соответственно, являются действия организации, связанные с ее подготовкой к изменениям рыночной ситуации.

1. **Формулирование миссии фирм.** Миссия — это конечная цель организации, то, ради чего она существует, работает и была создана. Выживание организации в долгосрочной перспективе может быть осуществлено посредством создания своего клиента-потребителя, на удовлетворение потребностей которого будет работать организация. Кроме того, немаловажно и обеспечение баланса в самой системе «предприятие — среда».

2. **Внимание менеджмента** полностью сосредоточено на внутренних проблемах организации. Иными словами, важно перио-

дически анализировать внутреннюю структуру. Взгляд вовне, т. е. на окружающую среду, позволяет определить направления и тенденции ее развития и в соответствии с этим дает организации возможность понять, что она может предложить на данный момент исходя из существующей внутренней структуры: сможет ли она производить нужные обществу блага, хватит ли ресурсов на осуществление этого.

3. Отношение к персоналу подразумевает создание оперативной системы управления. Работник признается главным ресурсом организации, который определяет эффективность ее функционирования. Поэтому для того, чтобы направить деятельность работника в нужное русло, крайне важно создать в организации систему мотивации персонала. Как известно, творческие личности любят брать на себя ответственность, проявлять инициативу. Если организация имеет жесткую механическую структуру и самостоятельность работников ограничивается, их работоспособность начинает падать. Они не чувствуют удовлетворения от своего труда. Поэтому задачей менеджера является определить структуру потребностей каждого работника, определить, чем он мотивируется, что может значительно стимулировать его деятельность. Такой грамотный подход позволяет установить тесный контакт с персоналом, что способствует улучшению рабочей обстановки и, как следствие, повышает гибкость организационной структуры.

Стратегическое управление в целом проявляется через основные функции, которые получились путем трансформации функций просто управления. Так, например, планирование превращается в стратегическое планирование, мотивация — в новую системную модель, маркетинг — в стратегический маркетинг и т. п.

5. Стратегическое планирование в организации

Стратегическое планирование — основная функция организации, процесс разработки механизмов достижения поставленных целей в соответствии с миссией фирмы. Это достигается посредством разработки стратегий, которые представляют собой не что

иное, как всесторонний план развития посредством обеспечения максимально стабильного соответствия между организацией и ее внешней средой.

Стратегическое планирование можно представить как многоэтапный процесс. Первоначально организация должна достичь оперативных, самых простых целей на уровне мелких отделов, структурных подразделений или работника в отдельности. Затем можно перейти к реализации тактических целей, которые разрабатываются для больших подразделений и являются основой и средством достижения стратегических целей. Последние включают долгосрочные планы развития организации. Самым высшим элементом в структуре планирования является миссия. Она представляет собой конечную цель фирмы, то, ради чего она была создана.

Миссия не имеет временных рамок и каких-либо ограничений, она является своеобразной путеводной звездой, за которой движется организация, развивается, набирает обороты. Миссия содержит в себе не только стремление к чему-то, она определяет сегмент рынка для фирмы, круг потребителей, конкурентные преимущества и пр.

Стратегическое планирование обеспечивает разработку стратегий, которая осуществляется на трех уровнях.

1. **Корпоративная стратегия** предназначена для всей организации в целом, она отвечает на вопрос, на каких рынках следует конкурировать, каким типом бизнеса и родом деятельности заниматься. Иными словами, она решает глобальные проблемы и задачи организации.

2. **Деловой уровень** (бизнес-стратегия). На нем разрабатываются планы для каждой отдельно взятой бизнес-единицы организации и решается вопрос, каким образом следует вести конкурентную борьбу на данном рынке.

3. **Функциональная стратегия** разрабатывается для основных функциональных подразделений каждой бизнес-единицы и решает проблему поддержания стратегии бизнес-уровня.

Существует два подхода к формулированию стратегий.

1. Формулирование базовой стратегии. Как правило, она используется для заводских компаний.

Стратегия роста. Она направлена на разного рода изменения, будь то освоение нового сегмента рынка и усиление на нем позиций, разработка и совершенствование товаров или выбор нового рода деятельности. Стратегия сокращения подразумевает снижение издержек функционирования, сужение сферы деятельности, отсечение слабых и неустойчивых организационных структур или (в крайнем случае) ликвидацию организации как самостоятельного экономического субъекта. Стратегия поддержания стабильности представляет собой разработку системы защиты организации и ее позиций. Она применяется в том случае, когда организация работает на бесперспективном рынке или не имеет достаточно средств для дальнейшего развития.

2. Бизнес-портфель используется для формулирования стратегий диверсифицированной организации, которая имеет много бизнес-единиц. Исходным моментом здесь является решение вопроса, какое время бизнес-единица находится в структуре бизнес-портфеля и какое место она там занимает. В соответствии с этим существует четыре типа бизнес-единиц.

«Звезда» — фирма, которая занимает лидирующие позиции на рынке в прогрессивной отрасли, поскольку обладает огромными финансовыми ресурсами и инвестиционно привлекательна.

«Денежная корова» интенсивно развивается на рынке в старых, практически бесперспективных отраслях. Такие фирмы обеспечивают развитие «звезд».

Фирма — «вопросительный знак» существует в достаточно прогрессивной и динамичной отрасли, но занимает в ней незначительное место.

«Собака» — это организация, которая нигде не может найти себе место. Как правило, она работает на старом рынке и не имеет в нем большой доли. Иными словами, ее пребывание на нем чисто формальное.

6. Конкурентные стратегии организации

Структура конкуренции в отрасли развивается, как правило, под влиянием пяти сил конкуренции — такой вывод был сделан талантливым менеджером М. Портером.

1. Появление новых конкурентов: этого всегда опасаются все организации. Новые фирмы могут оказаться более технологически развитыми, достаточно финансируемыми и более гибкими по отношению к внешней среде. Посредством этого они могут захватить лидирующие позиции и большую долю рынка и фактически стать монополистом в этой сфере. Такая перспектива заставляет организации разрабатывать все новые и новые стратегии развития и устойчивого роста, осваивать последние достижения науки и техники, а также расширять зону своего влияния. Следовательно, жесткая конкуренция сама по себе развивает бизнес, качественно совершенствуя его.

2. Возможность появления товаров-заменителей. На рынке появляется качественно новый продукт, ничуть не уступающий, а может и превосходящий, свойства прежнего. В этом случае фирма, изначально производившая товар подобного назначения, может понести большие издержки и “вылететь” с рынка.

3. Возможность потребителей отстаивать свои интересы, с одной стороны, положительно влияет на производственную деятельность, а с другой — оказывает слишком большое давление. Любая фирма не может постоянно подстраиваться под потребительские предпочтения. Конечно, она их учитывает при планировании своей деятельности, но слишком быстро и кардинально меняться она просто не в силах, даже если имеет капитал для этого.

4. Возможность поставщиков навязывать свои условия. Когда поставщики тех или иных ресурсов, необходимых организации для осуществления ее деятельности, начинают оказывать давление, повышая цены или задерживая поставки, фирма не имеет возможности нормально функционировать, начинает терять позиции и влияние в отрасли.

5. Конкуренция между уже давно существующими фирмами. В рыночной экономике это нормальное явление. Стремление обойти соперника подстегивает фирму к достижению лучшего результата и разработке новых программ развития. Посредством этого совершенствуется рынок, развивается сама экономика.

Конкурентные стратегии разрабатываются на основе знаний о структуре конкуренции в той или иной отрасли. М. Портер выделяет три стратегии, с помощью которых фирмы могут вести конкурентную борьбу.

1. Лидерство в снижении издержек. Крупные фирмы, которые имеют большие финансовые возможности, предпочитают осваивать новые технологии. Кроме того, можно перейти на более дешевые источники сырья, выпускать стандартизированный продукт или просто экономить на масштабах производства, удерживая объем выпуска на определенной величине. Однако фирмы, ведущие политику снижения издержек, не должны забывать, что это не единственный метод эффективного развития.

2. Дифференциация продукции. Иными словами, организация выбирает один уникальный аспект, который ценят покупатели, и создает усовершенствованный продукт. Примерами могут быть уникальность продукции, сервисного обслуживания или развитость системы доставки.

3. Фокусирование представляет собой сосредоточение фирмы на уникальном типе потребителя и выстраивание структуры рыночного предложения в соответствии с его предпочтениями. Такой метод главным образом удобен для мелких фирм, специализация которых явно ограничена.

7. Власть и лидерство в организации

Власть руководителя организации или предприятия играет огромную роль в производственном процессе и оказывает сильное влияние на организацию трудовой деятельности. Сегодня для наибольшей эффективности деятельности организации необходимо установление баланса власти. Иными словами, руководитель не должен злоупотреблять своими властными полномочиями.

ми: отношения «руководитель — подчиненный» должны быть построены на доверии, уважении и взаимной поддержке. От этого зависит психологический климат в коллективе и, как следствие, состав и качество трудовых отношений.

С точки зрения менеджмента как науки об эффективном управлении руководитель должен обладать определенным набором качеств.

1. Интеллектуальные качества: оригинальность мышления, образованность, интуитивность, отсутствие авторитетов, любопытство, творческое начало.

2. Личностные качества включают в себя уверенность руководителя в собственной деятельности, его целеустремленность, решительность, энергичность, упорство и высокую работоспособность. Кроме того, руководитель должен быть независим от чужого мнения. Но это, конечно, не значит, что работникам нельзя участвовать в принятии решений.

3. Деловые качества подразумевают прежде всего способность кооперироваться. Это значит, что для принятия важных стратегических решений руководитель должен объединять усилия всех членов организации. Однако для этого крайне важным является умение разбираться в людях, выявлять у них творческие способности.

Власть нетипична для всех организаций. В соответствии с этим выделяют три стиля управления.

1. Авторитарный. Вся власть сосредоточена в руках руководителя, он принимает все решения лично под свою ответственность, отдает распоряжения подчиненным и осуществляет жесткий формальный контроль. В такой организации проявление инициативы подчиненными не разрешается, существуют лишь вертикальные нисходящие коммуникативные связи. Достоинством такого стиля управления являются быстрота и четкость выполнения заданий. Однако явным недостатком является снижение работоспособности рабочего коллектива, их заинтересованности в труде.

2. Демократический. Такой стиль построен на взаимном сотрудничестве, характеризуется наличием горизонтальных связей среди персонала. В такой организации заметно растут квалифи-

кация и преданность персонала, что определяет развитие трудовых отношений, трудовой дисциплины и характер трудовой деятельности.

3. Либеральный стиль: невмешательство руководителя в работу персонала, вследствие чего работникам предоставлена большая свобода, чем они могут злоупотреблять, оказывая давление на руководство.

Несмотря на столь дифференцированные взгляды на власть, принято считать, что демократический стиль наиболее приемлем для современной организации.

Лидерство в организации определяется как способность оказывать воздействие на других людей, направлять их деятельность на достижение поставленных целей организации. Основой лидерства являются власть и влияние. Власть — возможность индивида контролировать трудовой процесс работника или группы, а влияние — это действия, основанные на власти.

Иными словами, руководитель может влиять на процессы принятия решений и их реализацию только в том случае, если обладает долей власти. Таким образом, лидерство представляет собой несиловую форму влияния.

В современных организациях менеджер должен устанавливать баланс власти, не злоупотреблять своими полномочиями. Это можно осуществить посредством создания системы делегирования процесса принятия решений, что в результате увеличивает власть менеджера.

8. Управление персоналом организации

Управление персоналом организации включает в себя разработку системы отбора кадров, контроля их деятельности, а также вознаграждения. Выполнение данной задачи в организации возложено на менеджера по работе с персоналом. Проводя практические наблюдения, он может сделать вывод об эффективности трудовой деятельности и, как следствие, изучить структуру потребностей, поскольку сегодня крайне важной составной частью успеха фирмы является создание системы мотивации.

Исходным моментом изучения работника и его деятельности является выявление его мотивов, т. е. того, что им движет.

Сам мотив прежде всего зависит от потребности, которую испытывает сотрудник, и уже в зависимости от этого определяется то благо, которое вызывает эту осознанную необходимость.

Как уже было сказано, все работники организации имеют различные трудовые способности, уровень образования и степень квалификации.

В соответствии с этим к ним ко всем не могут быть применены методы воздействия и стимулирования, разработанные на базе потребностей отдельно взятого индивида.

Определяя структуру потребности каждого работника, менеджер делает вывод относительно того, как можно заставить его работать лучше, т. е. что может его мотивировать.

В соответствии с этим существуют следующие методы управления персоналом.

1. Организационно-распределительный. Действуя на основе данного метода, менеджер воздействует на такие мотивы работника, как чувство долга, необходимость поддержания дисциплины, соблюдение правил и норм, желание работать именно в данной организации и выполнять именно такие обязанности.

Руководитель оказывает давление на структуру мотивов посредством прямых указаний и приказов.

Это осуществимо через определенные каналы, коими могут быть структура самой организации, система подбора и расстановки кадров и нормирования труда.

2. Экономический метод характеризуется тем, что работником движет прежде всего потребность в материальном вознаграждении. Он стремится к высокому заработку, остальное не имеет такой ценности. Воздействие на работника при этом осуществляется посредством изменения величины заработной платы, премий, выплаты материальной помощи, дополнительных материальных льгот, а также предоставления возможности участвовать в прибыли организации. Каналом воздействия здесь является экономический механизм предприятия: его прибыль, издержки и системы организации заработной платы.

3. Социально-психологические методы. Работник мотивируется социальной, политической, идеологической и духовной ситуацией в организации.

Таким образом, менеджер, устанавливая благоприятный климат в коллективе, доверительные отношения в системе «руководитель — служащий» и предоставляя возможность участвовать в изобретательности и новациях, тем самым мотивирует работника к достижению более высокого результата. Это достигается посредством социального механизма организации.

Принципы управления людьми:

- 1) поддержка у подчиненных чувства уверенности в себе, предоставление возможности самовыражения;
- 2) активное слушание как способ доведения до работника информации;
- 3) использование метода подкрепления (иными словами, желаемое поведение работника менеджер должен подкреплять положительными стимулами, в противном случае наказывать за негативную работу);
- 4) сосредоточение внимания руководителя на проблеме, а не на личности подчиненного;
- 5) выдвижение ясных требований и поддержание контакта с персоналом.

9. Управление изменениями в организации

Каждая организация в процессе своего функционирования должна не просто заниматься каким-либо родом деятельности, а развиваться, внедрять новые технологии, осваивать программы и механизмы развития, разрабатывать систему предстоящих изменений.

Менять в организации можно абсолютно все, лишь бы эти изменения не сказывались отрицательно на ее деятельности. Крупные изменения, такие как замена миссии, происходят с наименьшей вероятностью, поскольку нет никакой рациональности в том, чтобы внезапно менять все направление развития, планы и стратегии, а также саму специализацию. Поэтому, как правило,

гораздо чаще меняются технологические, продуктовые, человеческие составляющие структуры организации.

Существует два типа организационных изменений.

1. Операционные изменения подразумевают изменения в структуре и развитии производственного процесса, например посредством внедрения на производстве новых основных производственных фондов (машин и оборудования), использование иных, более экономичных источников сырья, изменения производственных мощностей и снижения показателя материалоемкости. Кроме того, к операционным относят и изменения, связанные с процессом принятия решений, контроля, отбора и расстановки кадров. Так, если организация раньше имела жесткую структуру и она полностью исчерпала себя, важным становится разработка способов ее смягчения, превращения в более гибкую, органичную (например, разрешение работникам участвовать в процессе принятия решений, интенсивное делегирование менеджером им своих полномочий еще более усиливает власть руководства и в то же время делает персонал более «послушным»).

2. Трансформационные изменения представляют собой изменение организации в целом, когда она решает кардинальным образом поменяться, вплоть до смены направления развития и специализации. Такие изменения бывают как непредвиденные, возникшие спонтанно вследствие резких изменений внешней среды, так и планируемые, когда организация самостоятельно находит проблемы и пытается их решить с помощью перемен.

Процесс изменений так или иначе происходит не моментально, а поэтапно.

На первом этапе определяется степень воздействия внешней среды на организацию, анализируются возможности фирмы для адаптации к происшедшим изменениям. В соответствии с этим строится механизм внутривидовых изменений. Самое главное, чтобы менеджеры осознали необходимость перемен, чтобы они своевременно начали к этому подготовку. Этому посвящен второй этап организационных изменений. Далее менеджеры должны создавать условия для появления новых идей по осуществлению перемен. Например, очень действенным способом ока-

зываются привлечение персонала к генерированию идей и предложений, содействие и поощрение новаторства, творческого начала в работниках. Помимо этого, можно исследовать существующие способы решения аналогичных проблем в рамках данной организации или на опыте других экономических субъектов. Эффективным методом является создание венчурных команд, которые работают над решением проблем инновационного характера. И, наконец, последним этапом является осуществление перемен. Это происходит в тот момент, когда организация и персонал готовы к этому не только с технологической точки зрения, но и психологически.

Однако процессу осуществления изменений может помешать сопротивление внутренней структуры организации. Причины этому могут быть различными: неопределенность будущего, недостаток информации о предстоящих изменениях, неуверенность работников в своих силах, а также такие встроенные элементы, как традиции и нормы, которые существуют в организации уже не один год.

Для того чтобы устранить этот барьер, необходимо разработать систему вознаграждений и поощрений инициативных работников, привлекать их к принятию решений, а также обеспечить их более полным объемом информации.

10. Концепция организационного развития

Концепция организационного развития появилась в 1959 г. Основателем является Б. Шеппарт. Она представляет собой совокупность непрерывных плановых изменений в организации.

Современная организация должна меняться постоянно, в зависимости от степени и интенсивности развития окружающей ее среды. Данная концепция целиком и полностью сосредотачивает внимание на людях — персонале организации, что позволяет сделать ее более гибкой, органичной, адаптивной.

Таким образом, целью вышеизложенной концепции является создание системы управления, которая обеспечивала бы максимальную гибкость и динамичность организации для достижения

ее стратегических целей и миссии. Концепция имеет определенные задачи:

1. Важно интегрировать интересы и потребности сотрудников с целями и задачами самой организации. Это позволяет достичь определенного баланса в системе «предприятие — среда». Когда персонал начинает чувствовать себя с организацией как единое целое, его заинтересованность в работе и результатах деятельности резко возрастает. Поэтому менеджер должен создать все условия для работников, чтобы они чувствовали себя комфортно на рабочем месте, могли поучаствовать в решении основных проблем организации. Кроме того, некоторые особенно одаренные и творческие личности нуждаются в определенной доверии, чтобы им давали ответственные и сложные поручения, разрешали проявлять инициативу и генерировать идеи. Однако с точки зрения теории справедливости за выполнение такой работы должно производиться соответствующее вознаграждение: не просто премия или надбавки к окладу, а повышение по должности, карьерный рост и пр.

2. Концепция развития призвана создавать структуры, системы и процессы, которые обеспечивали бы улучшение деятельности организации.

На практике концепция организационного развития реализуется через основные методы, которые в совокупности обеспечивают программу развития организационной структуры.

1. Диагностика организации. Она должна производиться регулярно на основе сбора информации, проведения опросов и интервью. Посредством таких статистических и практических наблюдений можно изучить изменения в динамике, сделать соответствующий анализ и составить план дальнейшей деятельности.

2. Непрерывное развитие персонала. Организация может развиваться интенсивно только в том случае, если ее сотрудниками являются профессиональные и ответственные работники. По мере развития внешней среды не только организация должна меняться, прежде всего сами работники обязаны пополнять свои знания и умения в соответствии со сложившейся на данный момент экономической ситуацией. Поэтому организация регулярно

должна направлять сотрудников на повышение квалификации, дополнительное обучение и даже, если того требуют экономика и внешнее окружение, переобучение и переквалификацию.

3. Создание групп. Персонал организации представляет собой единую команду, все его действия направлены на достижение конечных и оперативных целей организации.

4. Организация межгруппового взаимодействия позволяет налаживать горизонтальные коммуникационные связи между организационными подразделениями и отделами. Например, для более полного контроля важно, чтобы отдел стратегического планирования сотрудничал с отделом маркетинга, кадров и пр.

5. Консультирование. Менеджер и высшее руководство должны доносить до рабочих основные требования к их деятельности, а также в случае необходимости помогать и консультировать по некоторым особо сложным вопросам. Это позволяет избежать лишних ошибок и увеличивает потенциал организации.

Содержание

ЛЕКЦИЯ № 1. Общие понятия теории организации	3
1. Сущность предприятия, его черты и функции	3
2. Понятие фирмы: ее признаки и функции	5
3. Основные концепции фирмы	7
4. Организационные формы предприятия	8
5. Внутренняя среда предприятия	10
6. Внешняя среда предприятия	12
7. Корпоративная культура	13
8. Стратегия управления предприятием	15
9. Малый бизнес в России	17
ЛЕКЦИЯ № 2. Экономические характеристики структуры предприятия	19
1. Принадлежность предприятия к отрасли	19
2. Специализация, кооперирование, комбинирование и концентрация производства	21
3. Производственная структура и типы организации производства	23
ЛЕКЦИЯ № 3. Экономика основных и оборотных фондов	26
1. Понятие основных фондов, классификация	26
2. Методы оценки ОПФ, их баланс и показатели движения и использования	28
3. Понятие износа	30
4. Понятие амортизации и ее норма	32
5. Методы начисления амортизации	34
6. Ускоренная амортизация и проблема обновления основного капитала в России	36
7. Понятие оборотных фондов и их структура	37
8. Производственные запасы, пути сокращения производственных запасов	39
9. Показатели использования оборотных фондов	41

ЛЕКЦИЯ №4. Экономика оборудования	44
1. Силовые и рабочие машины	44
2. Наличное оборудование	45
3. Классификация оборудования, мощность и ее виды	47
4. Показатели использования оборудования и структура календарного фонда времени работы оборудования	49
ЛЕКЦИЯ №5. Организация и нормирование труда	52
1. Понятия труда и рабочей силы	52
2. Движение рабочей силы	54
3. Общая численность работников предприятия	56
4. Состав работников организации	57
5. Организация труда и нормы труда	59
6. Понятие рабочего времени: его нормы, календарный фонд рабочего времени	61
7. Потери рабочего времени, методы изучения потерь рабочего времени	63
ЛЕКЦИЯ №6. Производительность труда и выпуск продукции	65
1. Понятие производительности труда и ее показатели	65
2. Факторы роста производительности труда	67
3. Резервы роста производительности труда	68
4. Понятие продукции, ее виды и стадии готовности ..	70
5. Учет продукции	72
6. Показатели продукции, коэффициенты ее выпуска ..	74
7. Товарная политика фирмы	75
8. Качество работы и качество продукции, сертификация	77
9. Показатели качества работы и качества продукции	80
10. Качество как фактор повышения конкурентоспособности	81
ЛЕКЦИЯ №7. Организация и формы оплаты труда	84
1. Понятие заработной платы	84
2. Системы, виды и функции заработной платы	86

3. Дифференциация заработной платы	88
4. Проблемы формирования заработной платы в России	89
5. Фонд оплаты труда, показатели среднего уровня оплаты труда	91
6. Понятие тарифной системы, ее состав	93
7. Повременная и сдельная формы оплаты труда	95
8. Мотивация труда и ее теория	97
ЛЕКЦИЯ № 8. Материально-техническое обеспечение организации	99
1. Понятие МТО: функции, формы	99
2. План МТО	101
3. Методы определения потребности в МТО	102
4. Организация оперативной работы по МТО	104
ЛЕКЦИЯ № 9. Издержки производства	107
1. Понятие затрат и их классификация	107
2. Виды издержек организации	108
3. Себестоимость продукции, ее виды	110
4. Калькуляция, группировка затрат по статьям расходов	112
5. Планирование себестоимости: абсолютные и относительные показатели себестоимости продукции	114
ЛЕКЦИЯ № 10. Прибыль и рентабельность	116
1. Понятие прибыли, ее функции	116
2. Виды прибыли	118
3. Источники экономической прибыли	119
ЛЕКЦИЯ № 11. Риски, страхование, реклама	122
1. Сущность рисков и их виды	122
2. Необходимость страхования	124
3. Функции страхования	125
4. Понятие рекламы, ее принципы	127
5. Проблемы эффективности рекламы	129
6. Позитивные и негативные стороны рекламы	131
7. Понятие маркетинга, его принципы	133

ЛЕКЦИЯ № 12. Менеджмент в организации	136
1. Менеджмент — основа успешной организации	136
2. Способы адаптации организации к внешней среде	138
3. Управленческая этика и социальная ответственность организации	140
4. Стратегическое управление	142
5. Стратегическое планирование в организации	143
6. Конкурентные стратегии организации	146
7. Власть и лидерство в организации	147
8. Управление персоналом организации	149
9. Управление изменениями в организации	151
10. Концепция организационного развития	153