



МОТИВИРУЮЩИЕ ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Какие формы капитала, принадлежащие специализированному производственному предприятию, представлены на фотографиях?
2. Какая из представленных форм капитала относится к основному, а какая – к оборотному? Обоснуйте свой ответ.
3. На чем основано эффективное использование капитала?

КАПИТАЛ ПРЕДПРИЯТИЯ

При обращении к предпринимателю с просьбой одолжить некую сумму можно услышать в ответ, что деньги находятся в обороте. Чтобы глубже понять содержание ответа, рассмотрим капитал предприятия и его движение.

Предпринимательство, как известно, связано с предприятием.

Предприятие – это самостоятельный хозяйствующий субъект, занятый производством товаров или оказанием услуг для удовлетворения потребностей общества и извлечения прибыли.

Для создания и запуска предприятия требуется капитал.

Капитал предприятия – это совокупность средств (деньги, оборудование, сырье и др.), необходимых для деятельности предприятия. Средства производства называются также капиталом, фондом и т.п.

ФОРМЫ КАПИТАЛА

На практике средства предприятия предстают в форме денег, ресурсов и товаров.

Денежные средства предприятию необходимы для приобретения оборудования, сырья, оплаты услуг, – словом, для бесперебойной работы производства. В результате денежные средства конвертируются в ресурсы, или в производственные ресурсы.

Ресурсы – приобретаемые средства в форме недвижимости (здания, сооружения и др.), оборудования, сырья, электроэнергии, воды и прочих материалов, необходимых для производственной деятельности.

Вышеперечисленные ресурсы называются также средствами производства. На заключительной стадии производства ресурсы преобразуются в товар.

Товар – это продукция или услуги, произведенные на предприятии с целью продажи.

Таким образом, деньги, полученные предпринимателем, возвращаются к ресурсам, а затем превращаются в товар и снова возвращаются к предпринимателю в виде денег после продажи товара на рынке. Это называется оборотом капитала предприятия.

Рассмотренный цикл называется оборотом капитала. Оборот капитала может разместиться в одноактный цикл (товар – деньги – товар) либо в многоактный: (товар – деньги – товар) $\times n$.

ОБОРОТ КАПИТАЛА

В составе капитала присутствуют различные средства, которые отличаются друг от друга продолжительностью оборота, поскольку предприниматель не ограничивается полученной прибылью и не останавливается на этом. Этот непрерывный процесс называется оборотом капитала предприятия.

Оборот капитала – это непрерывная циркуляция оборотного цикла и его модернизация.

Одни виды ресурсов, как упоминалось, переживают одноактный цикл, другие – многоактный. Например, сырье (волокно, ткань для пошива одежды и др.), как правило, переживает одноактный цикл, а оборудование, здания, сооружения, инструменты и др. – многоактный цикл. На данном основании средства производства делятся на основные и оборотные.

Основные средства – это средства (здания, сооружения, оборудование и др.), которые остаются на службе производства длительное время.

Оборотные средства – это ресурсы, требующие обновления после одноактного цикла.

С отличительными чертами основных и оборотных средств можно ознакомиться с помощью таблицы.

| Отличительные черты | Основные средства | Оборотные средства |
|--------------------------------|--|--------------------------------|
| срок службы | длительный, от 10 лет (оборудование) до 100 лет (здания, сооружения и др.) | короткий, требующий обновления |
| участие в себестоимости товара | частичное | полное |

Из таблицы видно, что затраты на приобретение оборотных средств полностью учтены в себестоимости произведенной продукции. Например, на изготовление одной пары обуви требуется кожа,

которая обошлась предпринимателю в 60 000 сумов. Допустим, производитель реализовал обувь по цене 120 000 сумов, в которую вошли расходы на приобретение кожи (60 000 сумов). На деньги, поступившие после реализации товара, предприниматель приобретает новую партию кожи.

В себестоимости товара учитываются все расходы, в том числе и из фонда основных средств. Доля основных средств в себестоимости производимой продукции незначительна и подсчитывается по относительно сложной схеме. Это обусловлено тем, что основные средства служат производству длительное время. Например, здание фабрики может простоять 100 лет, а станок прослужить 10 лет. Отсюда представление о старении материалов из основного фонда.

Старение основных средств – это постепенное снижение стоимости материалов из числа основного фонда.

Представление о старении основного фонда связано с понятием «амортизация».

Амортизация (износ) (лат. *amortisatio* – «погашение») – постепенное снижение ценности основных фондов (машин, зданий и т.п.) вследствие изнашивания и перенесение их стоимости на производимую продукцию.

Амортизационные расходы (отчисления) подсчитываются по формуле:

$$A_{рас} = \frac{C_{мат}}{C_c}$$

Здесь $A_{рас}$ – амортизационные отчисления; $C_{мат}$ – стоимость данного материала, принадлежащего основному фонду; C_c – срок службы.

Амортизационные нормы A_n измеряются в денежном и процентном выражении:

$$A_n = \frac{C_{мат}}{C_{мат} \times C_c} \times 100\% \quad \text{или} \quad A_n = \frac{1}{C_c} \times 100\%$$

Амортизационные отчисления пополняют **амортизационный фонд**.

Допустим, предприятие приобрело станок стоимостью 50 млн сумов. Срок службы станка – 10 лет. Следовательно, его ценность ежегодно уменьшается на 5 млн сумов, что составляет 10% от общей суммы. В этом случае ежегодные амортизационные отчисления распределятся следующим образом:

| Годы | Стоимость на начало | Износ за год | Стоимость к концу | Амортизационные отчисления |
|------|---------------------|--------------|-------------------|----------------------------|
| 1 | 50 000 000 | 5 000 000 | 45 000 000 | 5 000 000 |
| 2 | 45 000 000 | 5 000 000 | 40 000 000 | 10 000 000 |
| 3 | 40 000 000 | 5 000 000 | 35 000 000 | 15 000 000 |
| 4 | 35 000 000 | 5 000 000 | 30 000 000 | 20 000 000 |
| 5 | 30 000 000 | 5 000 000 | 25 000 000 | 25 000 000 |
| 6 | 25 000 000 | 5 000 000 | 20 000 000 | 30 000 000 |
| 7 | 20 000 000 | 5 000 000 | 15 000 000 | 35 000 000 |
| 8 | 15 000 000 | 5 000 000 | 10 000 000 | 40 000 000 |
| 9 | 10 000 000 | 5 000 000 | 5 000 000 | 45 000 000 |
| 10 | 5 000 000 | 5 000 000 | 0 | 50 000 000 |

Из таблицы видно, что отчисляя ежегодно по 5 млн сумов в амортизационный фонд, предприниматель накопил сумму, достаточную для приобретения нового станка за ту же цену (50 млн сумов).

ЭФФЕКТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СРЕДСТВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Для предпринимателя важно отслеживать использование капитала для оценки эффективности производства. С этой целью предприниматель прибегает к математическим расчетам, располагая необходимыми данными.

Эффективность использования средств основного фонда подсчитывается по формуле:

$$\mathcal{E}_u = \frac{O}{K}$$

Здесь \mathcal{E}_n – эффективность производственной деятельности предприятия; O_n – объем, или общая стоимость изготовленной продукции и K – капитал, вложенный в средства основного фонда.

Предположим, что основные фонды предприятия составляют 500 млн сумов (K). Предприятие в 2017 году произвело продукцию (O_n) на 2 млрд сумов. В этом случае эффективность ($O_n/K = 2\,000\,000\,000/500\,000\,000 = 4$) составила 4 сума. Иными словами, каждый вложенный в предприятие сум принес доход в размере 4 сумов. Отсюда следует вывод: производство рентабельное (прибыльное), т.е. эффективное.

Основные капитальные затраты (ОКЗ) – антоним по отношению к термину «эффективность» или «зависимость»:

$$OKZ = \frac{K}{O_n}$$

Данный критерий показывает, что на каждый поступивший сум от продажи продукции предприниматель истратил из основных фондов 0,25 сума. Следовательно, эффективность предприятия оценивается через показатели качества и объема материала.



ПРОВЕРЬТЕ СВОИ ЗНАНИЯ!

1. Что понимается под капиталом предприятия?
2. Какие формы характерны для капитала?
3. Что понимается под постоянным оборотом капитала?
4. Чем отличается оборот от кругового оборота?
5. Чем отличается основной капитал от оборотного?
6. Что понимается под износом капитала?
7. Как подсчитывается амортизация?
8. Какие критерии использует практика для оценки деятельности предприятия?
9. Что вам известно о критериях оценки основного капитала? Расскажите.

С этой целью коммерческие банки и их местные филиалы несут ответственность за предоставление финансовой поддержки и поддержки предпринимателям на основе их возможностей.

И, конечно же, банки теперь должны научить наших людей предпринимательству, предпринимательству и лидерству.

Президент Республики Узбекистан Ш. Мирзиёев



МОТИВИРУЮЩИЕ ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Как характеризуют представленные изображения банковский кредит?
2. Что означает фотография с часами? А фотография с калькулятором?

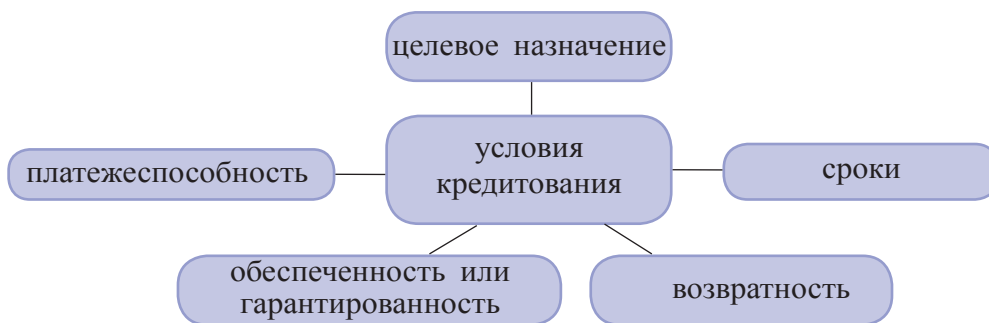
Скажите свое мнение по данным вопросам.

УСЛОВИЯ КРЕДИТОВАНИЯ

Не всякий предприниматель располагает капиталом, который необходим для предпринимательской деятельности. Расширение производства, реализация нового проекта и иные задачи, с которыми время от времени сталкиваются бизнесмены, требуют денежных вливаний. Поэтому банковское кредитование – явление, распространенное в деловых кругах.

Банковский кредит – это деньги, выдаваемые банком или иным финансовым учреждением взаймы предпринимателю или иному лицу.

Банковский кредит выдается на определенных условиях, которые указаны в схеме:



Из схемы видно, что кредитора интересует целевое назначение кредита. От этого зависит срок, на который выдается кредит и кредитная ставка. Кроме того, банкир должен убедиться в кредитоспособности клиента, т.е. в гарантированности возврата долговой суммы. Гарантированность кредита возрастает, если получатель кредита располагает капиталом, превосходящим кредитную сумму.

ФОРМЫ КРЕДИТА

Формы кредита разнообразны. **Коммерческий кредит** выдается представителям торговой сети, – например, для погашения предоплаты приобретаемого товара или услуги.

Ипотечный кредит выдается на длительное время, если залогом служит недвижимость (земля, здание, сооружение, оборудование и т.п.).

Потребительский кредит выдается на ограниченный срок лицам, приобретающим предметы длительного пользования (мебель, автомобиль, бытовую технику и т.п.).

ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА

Принятие того или иного решения зависит от банковской ставки кредита.

Процентная ставка – денежный долг – возвращается в банк с надбавкой, выражаемой в процентах по отношению к взятой взаймы суммы. Процентная ставка подсчитывается по формуле:

$$r' = \frac{r}{K_{\text{ссуда}}} \times 100$$

Здесь: r' – кредитная ставка в процентном выражении; r – платеж по кредиту и $K_{\text{ссуда}}$ – сумма кредита.

Допустим, некое лицо получило в банке кредит на 100 000 сумов на определенный срок с ежегодной выплатой надбавки в размере 20 000 сумов. Произведя расчет по формуле, узнаете, что кредитная ставка равна 20%.

ОПЛАТА КРЕДИТА И ПОДСЧЕТ ПРОЦЕНТНОЙ СТАВКИ НА ПРАКТИКЕ

В настоящее время на практике обращается особое внимание на погашение кредита и отслеживается его динамика. Погашение долга расписано по месяцам. Допустим, вы получили кредит в банке размером в 90 000 000 сумов сроком на один год под 20%. Тогда ежемесячное погашение кредитного долга будет выглядеть следующим образом:

| Месяц | Остаток кредита | Основные платежи | Кредитная ставка | Погашение |
|-------|-----------------|------------------|------------------|------------------|
| 1 | 90 000 000 | 7 500 000 | 1 800 000 | 9 300 000 |
| 2 | 82 500 000 | 7 500 000 | 1 650 000 | 9 150 000 |
| 3 | 75 000 000 | 7 500 000 | 1 500 000 | 9 000 000 |
| 4 | 67 500 000 | 7 500 000 | 1 350 000 | 8 850 000 |
| 5 | 60 000 000 | 7 500 000 | 1 200 000 | 8 700 000 |
| 6 | 52 500 000 | 7 500 000 | 1 050 000 | 8 550 000 |
| 7 | 45 000 000 | 7 500 000 | 900 000 | 8 400 000 |
| 8 | 37 500 000 | 7 500 000 | 750 000 | 8 250 000 |
| 9 | 30 000 000 | 7 500 000 | 600 000 | 8 100 000 |
| 10 | 22 500 000 | 7 500 000 | 450 000 | 7 950 000 |

| | | | | |
|----|------------|------------|------------|--------------------|
| 11 | 15 000 000 | 7 500 000 | 300 000 | 7 800 000 |
| 12 | 7 500 000 | 7 500 000 | 150 000 | 7 650 000 |
| | 0 | 90 000 000 | 11 700 000 | 101 700 000 |

КРЕДИТНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Кредитное обеспечение, или залог, является дополнительным условием, гарантирующим своевременный возврат банковского кредита в полном объеме. Чем надежнее гарантии, тем сговорчивей банки. Самый надежный гарант – имущество клиента. В качестве гаранта могут выступить различные авторитетные учреждения, авторитетные личности и т.д. Например, банк «Ипак Йули» (АИКБ) выдает кредит, если залогом служит:

- имущество (движимое и недвижимое) клиента;
- гарантии коммерческих банков и страховых компаний;
- гарантии авторитетной личности;
- страховой полис;
- драгоценные украшения или драгоценности;
- прочие гарантии, не противоречащие закону.

ОЦЕНКА КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ КЛИЕНТА

При обращении заемщика в банк за получением кредита сотрудники банка изучают кредитоспособность клиента. Банк стремится свести риск к минимуму и уделяет пристальное внимание оценке платежеспособности.

У каждого банка существуют свои критерии и методы оценки платежеспособности клиента.

Прежде всего банк интересуется вашим месячным или годовым доходом, который вычисляется по простой формуле:

$$ЧД = П - ПР$$

здесь:

ЧД – чистый и постоянный доход;

П – прибыль и *ПР* – постоянные расходы.

Допустим, потенциальный клиент ежемесячно зарабатывает 1 млн сумов. Постоянные расходы (оплата коммунальных услуг, аренды и т.п.) составляют 400 000 сумов. В этом случае чистый, или постоянный, доход равен 600 000 сумам. Тогда платежеспособность можно подсчитать:

$$ПК = \frac{ЧД}{ЕП}$$

Здесь:

ПК – платежеспособность клиента;

ЧД – чистый доход;

ЕП – ежемесячные платежи.

Допустим, ваши ежемесячные выплаты банку составят 300 тыс. сумов, тогда коэффициент вашей платежеспособности окажется равным 2. Расчетный коэффициент свидетельствует о том, что ваш доход в 2 раза больше банковского взноса. Изучив вашу кредитоспособность, банк примет окончательное решение.



ПРОВЕРЬТЕ СВОИ ЗНАНИЯ!

1. Что такое банковский кредит?
2. Какие условия предъявляет банк клиенту?
3. Какие виды кредитования вам известны?
4. Что означает термин «процентная ставка по кредиту»?
5. Как на практике осуществляется расчет процентной ставки по кредиту?
6. Почему банк заинтересован в обеспеченности кредита?
7. Почему банк интересуется платежеспособностью клиента?

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ РАСХОДЫ

Успешная предпринимательская деятельность зависит от умелого расходования средств. Так или иначе, но бизнесмен сталкивается с тратой средств на приобретение сырья вспомогательных товаров, топлива и энергоресурсов, на амортизацию и заработную плату, социальное страхование, банковские проценты и прочее. Расходы, связанные с производством товара, вплоть до доставки его потребителю, называются общими расходами.

Общие расходы делятся на два вида:

- производственные (прямые);
- обслуживающие (косвенные).

Производственные расходы – расходы, напрямую связанные с изготовлением продукции.

Рассматриваемый вид расходов, как упоминалось, приходится на приобретение сырья и материалов, амортизацию, заработную плату и др.

Косвенные расходы – расходы, связанные с доставкой произведенной продукции до потребителя.

Косвенные расходы делятся на две группы затрат:

- вспомогательные;
- прочие косвенные.

Вспомогательные расходы – это упаковка, расфасовка, сортировка, погрузка, транспортировка и хранение продукции. По сути это продолжение производственного процесса. Вспомогательные расходы входят в себестоимость товара и, естественно, сказываются на росте цены.

Расходы возвращаются после реализации продукции.

Прочие косвенные расходы – это расходы на зарплату продавца, маркетинг, рекламу и подобные услуги. Расходы на прочие косвенные услуги возмещаются за счет полученной прибыли.

БУХГАЛТЕРИЯ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ РАСХОДЫ

Предприятие может использовать собственные ресурсы либо привлекать их со стороны. Отсюда деление расходов на внутренние и внешние.

Внешние расходы – расходы на приобретение необходимых ресурсов и услуг на стороне.

Например, расходы на покупку сырья и материалов, транспорт относятся к группе внешних затрат. Приобретенные товары и материалы на стороне оформляются в виде официальной документации, которая называется бухгалтерскими расходами.

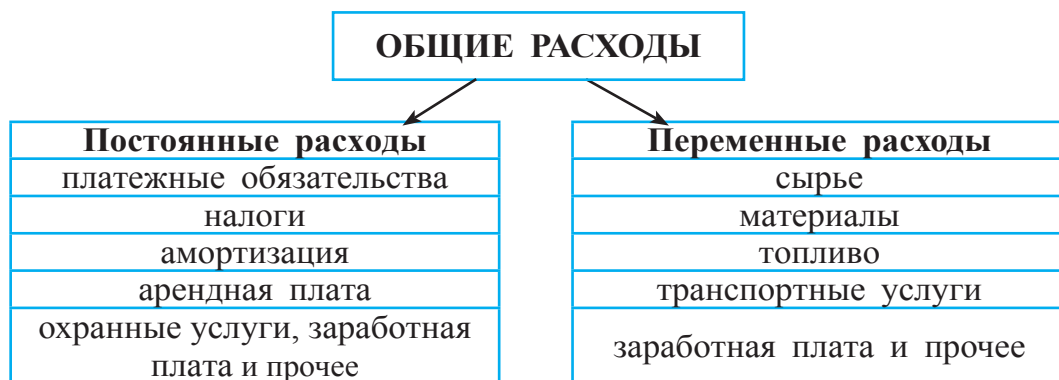
Внутренние расходы – расходы, связанные с использованием ресурсов, принадлежащих владельцу предприятия.

Рассматриваемый тип расходов обходится без платежей, но учитывается по их рыночной стоимости.

Разграничение расходов и их сравнительный анализ повышает экономическую деятельность предприятия.

ПОСТОЯННЫЕ И ПЕРЕМЕННЫЕ РАСХОДЫ

В зависимости от влияния на производственный процесс затраты делятся на постоянные и переменные.



Постоянные расходы (FC – fixed cost) – расходы, не имеющие отношения к объему производимой продукции.

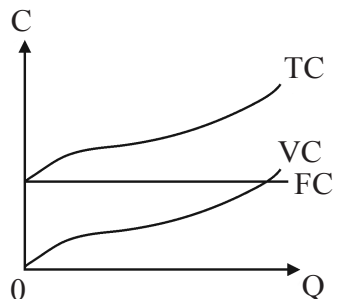
Например, плата за арендуемую площадь, рекламу, службе охраны, оплата труда технических работников и служащих.

Переменные (изменчивые) расходы (VC – variable cost) – расходы, оказывающие влияние на объем производимой продукции.

Например, расходы на материалы, заработную плату рабочим.

Сумма постоянных и переменных расходов называется **общими расходами** (TC – total cost).

Постоянные (FC), непостоянные (VC) и общие расходы (TC) представлены на графической схеме.



ОБЩИЕ, СРЕДНИЕ И ПРЕДЕЛЬНЫЕ ЗАТРАТЫ

Чтобы иметь представление о расходах на производимую продукцию, предприниматель должен подсчитать общие средние, постоянные средние и непостоянные средние расходы.

Средние общие затраты можно выразить математическим языком:

$$AC = \frac{TC}{Q}$$

AC (average cost) – средние общие расходы; TC – общие расходы и Q (quantity) – объем произведенной продукции.

Постоянные средние затраты – это отношение между постоянными расходами и общим объемом изготовленной продукции:

$$AFC = \frac{FC}{Q}$$

AFC (average fixed cost) – средние постоянные затраты; FC – суммарные постоянные затраты и Q – объем произведенной продукции.

Средние переменные затраты подсчитываются по формуле:

$$AVC = \frac{VC}{Q}$$

Здесь: AVC (average variable cost) – средние переменные расходы; VC – сумма переменных расходов.

Кроме того, средние общие расходы можно подсчитать и другим способом:

$$AC = AFC + AVC$$

Чтобы получить сверхприбыль, надо определить оптимальный объем выпускаемой продукции. Для достижения данной цели необходимо рассчитать предельные расходы.

Предельные расходы – дополнительные расходы, связанные тем или иным образом с производством:

$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q}$$

MC (marginal cost) – пограничные расходы; ΔTC – общие расходы, претерпевшие изменение, и ΔQ – изменение объема производимой продукции.



ПРОВЕРЬТЕ СВОИ ЗНАНИЯ!

1. Что понимается под производственными расходами?
2. Какие расходы называются косвенными?
3. Почему расходы подразделяются на внешние и внутренние?
4. Почему внешние расходы называют бухгалтерскими?
5. Назовите расходы, входящие в число постоянных и переменных расходов.
6. Заполните пустующие ячейки, исходя из предоставленных данных.

| Q | TC | FC | VC | MC | ATC | AVC | AFC |
|---|-----|----|----|----|-----|-----|-----|
| 0 | 60 | | | | | | |
| 1 | 130 | | | | | | |
| 2 | 180 | | | | | | |
| 3 | 240 | | | | | | |
| 4 | 300 | | | | | | |

ПОНЯТИЕ О СЕБЕСТОИМОСТИ

Предприниматель приступает к производственной деятельности и продаже выпускаемой продукции с целью получить прибыль, поэтому он изучает рентабельность своего предприятия, которая находится в прямой зависимости от себестоимости.

Себестоимость – это сумма расходов на производство и продажу товара.

Для того чтобы подсчитать себестоимость товара, необходимо вести скрупулезный учет расходов, связанных с изготовлением и продажей товара, что, на первый взгляд, кажется занятием не из сложных. Но так кажется, а на самом деле на практике учитывать все привходящие затраты, включая непредвиденные расходы, довольно сложная процедура.

ВИДЫ СЕБЕСТОИМОСТИ

Различают производственную, полную и приграничную себестоимость.

Под производственной себестоимостью понимают затраты, связанные с изготовлением товарной продукции.

Полная себестоимость включает производственные расходы и расходы, связанные с продажей товара.

Предельная себестоимость – колебания себестоимости в ту или иную сторону в зависимости от непредвиденных обстоятельств. Например, предприниматель изготовил продукцию в количестве 20 единиц, израсходовав в общей сложности 100 000 сумов. Каждая единица товара обошлась предпринимателю в 5 000 сумов. Допустим, предпринимателю пришлось изготовить еще одну единицу, на производство которой ушло 4 000 сумов. Величина отклонения составила 1 000, причем 4 000 сумов обозначили нижний предел, или предельную себестоимость.

Производственная себестоимость – расходы, связанные с процессом производства товара.

Полная себестоимость – расходы, связанные с изготовлением и продажей товара.

Предельная себестоимость – себестоимость каждого последующего, по мере изготовления, товара.

Издержки сбыта – расходы, связанные с упаковкой, фасовкой, погрузкой, транспортировкой и т.п.

РАСЧЕТ СЕБЕСТОИМОСТИ

Подсчет себестоимости называют калькуляцией.

Калькуляция (лат. calculation – «подсчет») – это подсчет себестоимости продукции, оказанной услуги, цены товара и т.п.

Подсчет, или калькуляция себестоимости, представляет собой многоступенчатый процесс, состоящий из подсчета:

1) **расходов на сырье и материалы.** Доля сырья в себестоимости производимой продукции занимает значительное место. Сырье отличается от прочих материалов тем, что к нему почти не прикасались рука, – например, древесина, предназначенная для изготовления мебели;

2) **стоимости отходов.** Производственный процесс зачастую сопряжен с отходами. Например, изготовление мебели не обходится без отходов (стружка, опилки, мелкие куски древесины и др.). Цена отходов в себестоимость не входит;

3) **расходов на полуфабрикаты и приобретение материалов.** Изготовление товара, например той же мебели, связано с приобретением гарнитуры, лака и т.д.;

4) **расходов на приобретение топливно-энергетических ресурсов.** Трудно представить себе современное производство, которое не нуждается в топливно-энергетических ресурсах;

5) **амортизации основных фондов.** Изнашивание оборудования, как и прочей недвижимости, – явление естественное, рассмотренное в пройденной теме;

6) **расходов на заработную плату и страхование,** которые также входят в себестоимость товара;

7) **расходов, связанных с реализацией товара** – это подсчет затрат на упаковку, погрузку, транспортировку, заработную плату продавца и др.

ПОТЕНЦИАЛ СНИЖЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ

Калькуляция товара предоставляет анализу производства необходимые сведения, которые используются для совершенствования деятельности предприятия. Снижение себестоимости в условиях рыночной конкуренции неизбежно. Себестоимость снижается за счет следующих факторов:

- эффективное использование основного и оборотного капитала;
- внедрение инноваций и переход на более высокий уровень организации труда, т.е. разработка или приобретение новых технологий;
- повышение квалификации рабочих и служащих и др.;
- укрепление внешних связей производства.

Эффективное использование основного и оборотного капитала – это оснащение производства новейшим оборудованием, автоматизация и механизация производства, увеличение мощности предприятия. Эффективное использование оборотных средств опирается, по сути, на те же факторы, что и основной капитал. Внедрение современных технологий сокращает отходы производства, а приобретение качественного материала, более прочного и дешевого, увеличивает срок службы производимой продукции.

Совершенствование организации труда – это сужение специализации и повышение квалификации, равномерное распределение нагрузки и научная организация трудовой деятельности.

Укрепление внешних связей – это приобретение сырья и материалов по более низким ценам при неизменно высоком качестве, кооперирование производства и др.



ПРОВЕРЬТЕ СВОИ ЗНАНИЯ!

1. Что такое себестоимость?
2. На какие виды подразделяют себестоимость?
3. Какие производственные затраты учитываются при подсчете себестоимости?
4. Какие расходы учитываются при расчете полной себестоимости?
5. Что понимается под предельной себестоимостью?
6. Как подсчитывается на практике себестоимость?
7. Что означает термин «калькуляция»?



ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ И УПРАЖНЕНИЯ К ПРОЙДЕННОЙ ТЕМЕ

1. Определите полную себестоимость мебели, опираясь на данные, размещенные в таблице.

| № | Статьи расходов | Расходы (в сумах) |
|---|-----------------------------------|-------------------|
| 1 | приобретение сырья и материалов | 1 000 000 |
| 2 | отходы | 100 000 |
| 3 | приобретение полуфабрикатов и пр. | 100 000 |
| 4 | топливо и энергия | 30 000 |
| 5 | амортизация основного фонда | 20 000 |
| 6 | зарплата и страхование | 200 000 |
| 7 | отчисления на продажу | 50 000 |

2. Заполните пустующие клетки, используя размещенные в ячейках данные.

| Q | FC | VC | TC | AC | Предельная себестоимость |
|----|---------|--------|---------|--------|--------------------------|
| 10 | 100 000 | | 180 000 | | |
| 11 | | 87 000 | | | |
| 12 | | | | 16 500 | |

ВАЛОВОЙ ДОХОД И ПРИБЫЛЬ

Деятельность предпринимателя мотивирована прибылью. Чем больше прибыль, тем реальней возможность расширить производство.

Чтобы определить прибыль, надо вникнуть в понятие «валовой доход».

Валовой доход – это денежная сумма, поступившая на счет предприятия от производства товара и его реализации.

Валовой доход подсчитывается по формуле:

$$TR = P \times Q$$

Здесь:

TR (total revenue) – деньги, поступившие в распоряжение предприятия после продажи товара;

P (price) – стоимость продукции;

Q (quantity) – объем произведенной продукции.

Допустим, предприятие в течение месяца изготовило 100 тыс. тетрадей и реализовало весь товар по цене 1 000 сумов за одну тетрадь. В этом случае доход от продажи продукции составил 100 млн сумов ($100\,000 \times 1\,000$). Полученная сумма денег от продажи товара еще ни о чем не говорит. Для определения дохода надо отнять из него производственные расходы и оценить прибыль, которая подсчитывается по формуле:

$$Pr = TR - TC$$

Здесь:

Pr (profit) – прибыль; TR (total revenue) – валовой доход, полученный после продажи товара и TC (total cost) – общие расходы.

Прибыль – денежный остаток после вычета всех расходов.

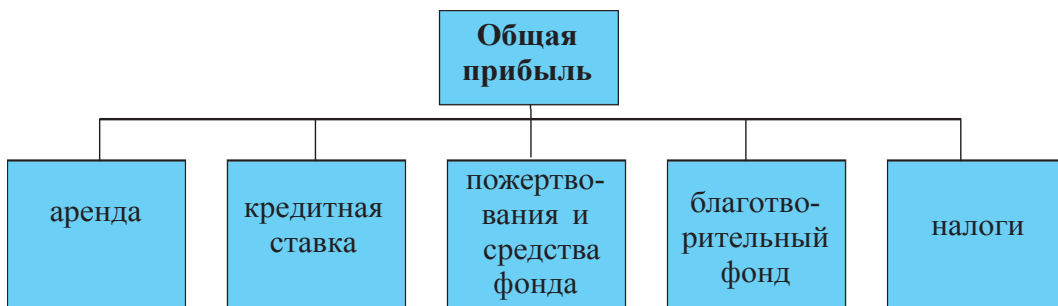
Продолжим анализ деятельности предприятия, которое затратило 60 млн сумов на изготовление 100 тыс. тетрадей.

Прибыль = 100 000 000 – 60 000 000 = 40 000 000 (сумов).

В случае с прибылью доход всегда превышает затратную часть производства. Случается и обратное – когда расходы превосходят полученный доход (отрицательный баланс). В таких случаях говорить приходится не о прибыли, а об ущербе. Например, поступления от продажи товара составили 100 млн сумов, а расходы – 110 млн сумов. Налицо убыток, измеряемый 10 млн (110 000 000 – 100 000 000) сумов.

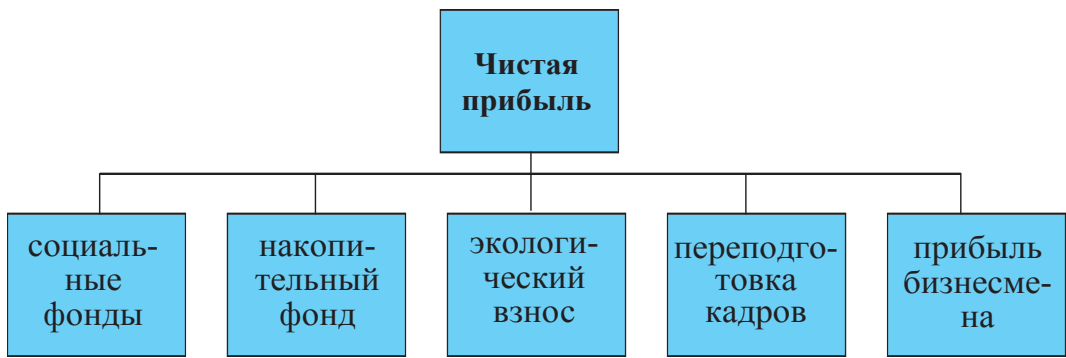
РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПРИБЫЛИ

Существуют понятия об общей и чистой прибыли. Общая прибыль принадлежит не только предпринимателю. Общая прибыль переходит в распоряжение бизнесмена после уплаты долгов по обязательствам. Валовая, или общая, прибыль распределяется следующим образом:



Первым делом из общей прибыли вычитается арендная плата за занимаемую площадь, затем – банковские долги, включая кредитную ставку, налоги. Не остаются без внимания и благотворительные фонды. После выплаты долговых обязательств из общей прибыли, допустим, остается некая сумма денег, называемая **чистой прибылью**.

Распределение чистой прибыли осуществляется по неписаному стандарту:



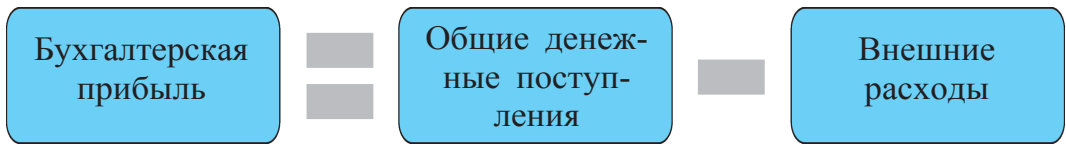
Отчисления в социальный фонд – благородное деяние бизнесмена. Социальные фонды поддерживают материально малоимущие слои населения. Накопительный или резервный фонд предназначен для расширения и модернизации производства.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ И БУХГАЛТЕРСКАЯ ПРИБЫЛЬ

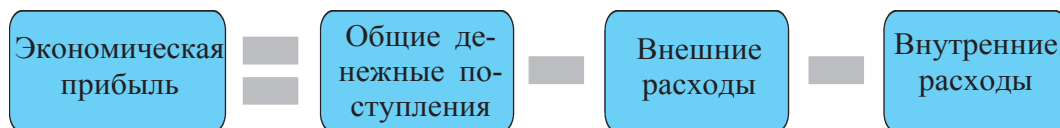
В специальном разделе учебника затрагивался вопрос о внутренних и внешних расходах, с которыми перекликается понятие об экономической и бухгалтерской прибыли.

Экономическая прибыль – это разница между общими поступлениями и расходами, как внутренними, так и внешними.
Бухгалтерская прибыль – это разница между общими поступлениями и внешними расходами.

Бухгалтерская прибыль больше экономической на величину, равную внутренним расходам:



Для сравнения и наглядности прилагается схема подсчета экономической прибыли:



РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ

Прибыль лишь частично отражает результаты финансовой деятельности предприятия. Поэтому бизнесмены оценивают результаты деятельности предприятия по такому показателю, как рентабельность.

Рентабельность – это соотношение между объемом прибыли и производственными затратами.

Рентабельность подсчитывается по формуле:

$$R = \frac{Pr}{TC} \times 100\%$$

R – рентабельность; Pr – объем прибыли в денежном выражении; TC – производственные затраты.

Предположим, что предприниматель получил прибыль от продажи товара в размере 24 млн сумов, а производственные затраты составили 60 млн сумов. В этом случае рентабельность оказалась равной 40% $[(24\,000\,000 / 60\,000\,000) \times 100\%]$.

Между рентабельностью и объемом производимой продукции существует прямая зависимость, а между рентабельностью и производственными издержками (расходами) – обратная.

Рентабельность – интегральный показатель эффективности деятельности предприятия.

Рост прибыли при стабильном объеме выпускаемой продукции может произойти, во-первых, за счет сокращения производственных расходов; во-вторых, за счет роста цены на товар.

ТОЧКА БЕЗУБЫТОЧНОГО ПРОИЗВОДСТВА

Для успешной предпринимательской деятельности нужно внимательно следить за соотношением между производственными затратами и объемом реализуемой продукции. Чтобы избежать банкротства, предприниматель должен иметь представление о так называемой точке безубыточного производства.

Точка безубыточного производства – это состояние, когда доход полностью компенсирует производственные расходы. В точке безубыточного производства прибыль равна нулю.

Если объем выпускаемой продукции располагается выше точки безубыточного производства – ждите прибыль, а если ниже – принимайте меры для избежания банкротства.

Для определения точки безубыточного производства необходимы данные о постоянных и переменных расходах.

Существуют две формулы для расчета точки безубыточности – в натуральном и стоимостном выражении.

Рассчитать точку безубыточности в натуральном выражении можно по следующей формуле:

$$BEP_u = \frac{FC}{P - AVC}$$

Здесь:

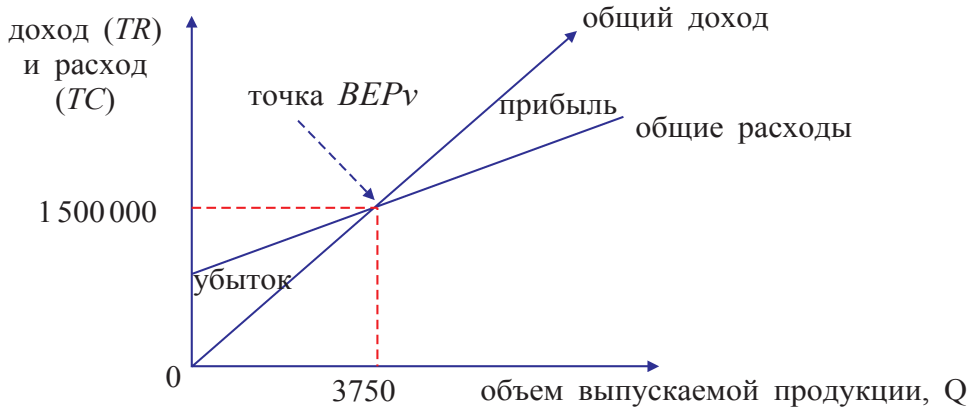
BEP_u (break-even point in units) – точка безубыточного производства; P – стоимость продукции; AVC – средние переменные расходы и FC – постоянные расходы.

Допустим, FC предприятия составляет 300 000 сумов, а AVC – 320 сумов. Если предприятие реализует свой товар по 400 сумов за штуку, в этом случае для покрытия производственных затрат бизнесмену надо реализовать 3 750 единиц продукта. Следовательно, чтобы получить прибыль, предприятие должно увеличить объем выпускаемой продукции.

Точка безубыточности в денежном выражении рассчитывается по следующей формуле:

$$BEP_v = \frac{TR \times FC}{TR - VC}$$

Здесь: BEP_v (break-even point in value) – точка безубыточного производства в денежном выражении; TR – валовой доход; FC – постоянные расходы; VC – переменные расходы.



В рассматриваемой системе измерений точка безубыточного производства $BEP_v = 1\,500\,000 = [400 \times 1000 \times 3750 \times 300\,000 / (400 \times 3750 - 320 \times 3750)]$.

БАНКРОТСТВО

Предприятию, которое стабильно не выходит за пределы убыточного производства, грозит банкротство, т.е. экономическая несостоятельность. При наличии определенных экономических признаков предприятие объявляется банкротом. Например, предприятие не выплачивает в течение трех месяцев долги по обязательствам, и этого достаточно, чтобы объявить о банкротстве, согласно законодательству нашей страны.



ПРОВЕРЬТЕ СВОИ ЗНАНИЯ!

1. Как определяется прибыль предприятия?
2. Как распределяется прибыль?
3. За счет чего возрастает прибыль?
4. Как определяется точка безубыточного производства?

Необходимо уменьшить и упростить налоговую нагрузку для всех бизнес-категорий, тем самым увеличивая производственную и налоговую базу. Недавно созданным субъектам малого и среднего бизнеса, которые строят объекты для своих нужд, должно быть предоставлено право отсрочить единый налоговый платеж в течение определенного периода времени. Также важно поощрять малые предприятия переключиться на НДС.

Президент Республики Узбекистан Ш. Мирзиёев

НАЛОГИ И ПРОЧИЕ ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ПЛАТЕЖИ

Согласно Закону Республики Узбекистан «О гарантиях свободы предпринимательской деятельности», «Субъекты предпринимательской деятельности обязаны:

выполнять обязательства, вытекающие из заключенных ими договоров; уплачивать налоги и другие обязательные платежи» (статья 9).

Налоговый кодекс Республики Узбекистан дает следующее разъяснение:

Под налогами понимаются установленные настоящим Кодексом обязательные денежные платежи в бюджет, взимаемые в определенных размерах, носящие регулярный, безвозвратный и безвозмездный характер.

Под другими обязательными платежами понимаются установленные настоящим Кодексом обязательные денежные платежи в государственные целевые фонды, таможенные платежи, а также сборы, государственная пошлина, уплата которых является одним из условий совершения в отношении плательщиков уполномоченными органами и должностными лицами юридически значимых действий, включая предоставление определенных прав или выдачу лицензий и иных разрешительных документов.

Налоговый кодекс Республики Узбекистан, статья 12

Следовательно, налогообложение – это одна из социальных обязанностей государства перед народом. Налогом и обязательными платежами облагаются как юридические, так и физические лица. Собранные платежи поступают в бюджет и распределяются по отдельным статьям государственных расходов.

ОБЩИЙ И УПРОЩЕННЫЙ ПОРЯДОК НАЛОГООБЛАЖЕНИЯ

Предприниматель должен знать и выполнять предписания законодательства о налогообложении и обязательных платежах, поскольку налоги составляют неотъемлемую часть расходов. Несвоевременная уплата, а тем более неуплата налогов может обернуться для предпринимателя большими неприятностями.

Предприниматель должен выбрать для себя наиболее удобный из двух вариантов налогообложения.

Первый вариант – общий, второй – упрощенный.

В первом случае подсчитываются все налоги, и сумма предъявляется к оплате в установленные сроки.

Во втором случае используется щадящая система налогообложения, когда государство считает необходимым поддержать, создать благоприятные условия и простимулировать предпринимателя. В рассматриваемом порядке налогообложения все налоги или их часть предъявляются в упрощенном виде.

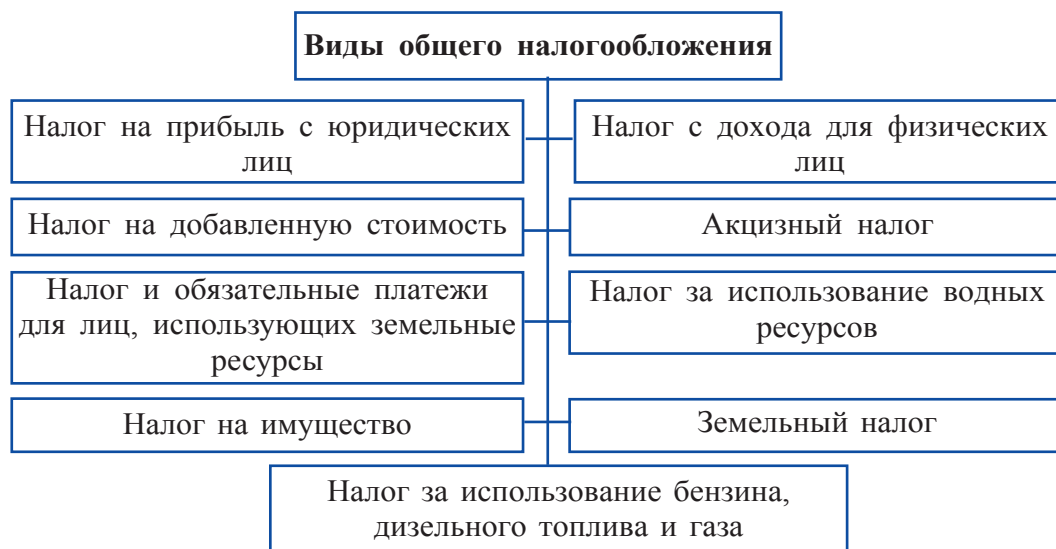
Упрощенный порядок налогообложения – особый порядок налогообложения, устанавливаемый для отдельных категорий налогоплательщиков и предусматривающий применение специальных правил исчисления и уплаты отдельных видов налогов, а также представления налоговой отчетности по ним.

Налоговый кодекс Республики Узбекистан, статья 22

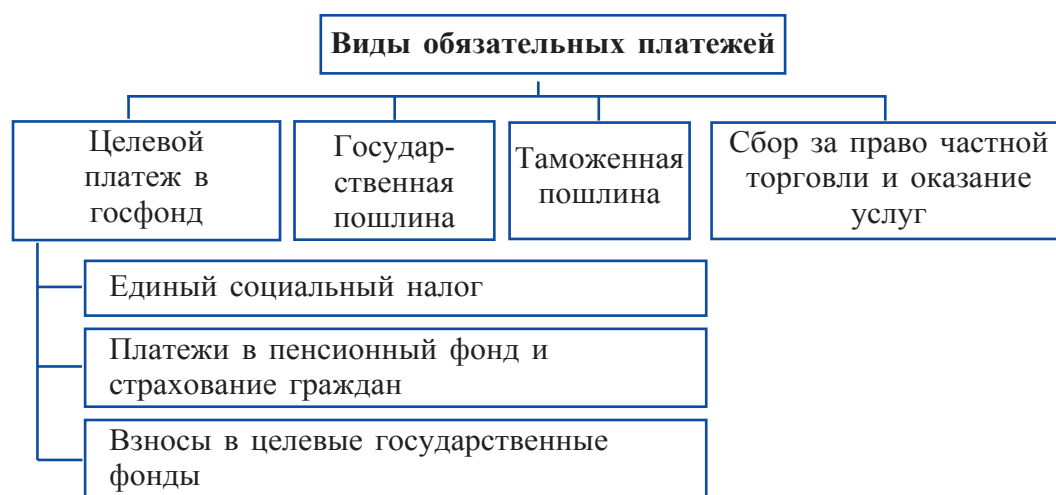
Итак, рассмотрим виды налогообложения.

ВИДЫ ОБЩЕГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ И ПРОЧИХ ОБЯЗАТЕЛЬНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ

В статье 23 Налогового кодекса Республики Узбекистан перечислены все налоги и прочие обязательные платежи. Например, система общего налогообложения выглядит следующим образом:



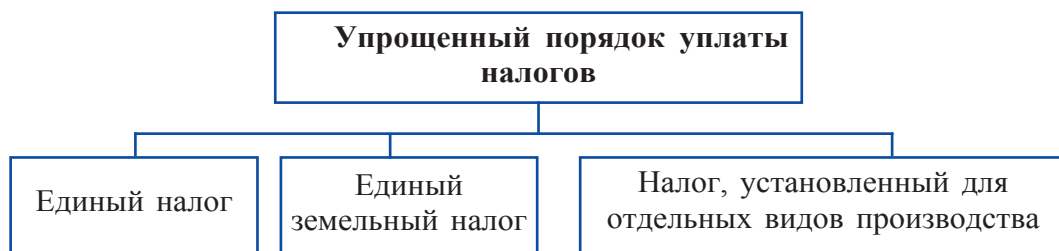
Общие обязательные платежи состоят из следующего:



Вы ознакомились с основными видами общих налогов и порядком их оплаты, когда изучали в 8–9 классах предмет «Основы экономических знаний».

УПРОЩЕННЫЙ ПОРЯДОК НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

Упрощенный порядок налогообложения применяется по отношению к отдельным слоям общества. Для упомянутых слоев общества и отдельных предпринимателей разработан специальный порядок начисления единого налога, единого земельного налога. Кроме того, к налогам и специальным платежам предлагается и соответствующая система подсчета.



Упрощенный порядок налогообложения – это своеобразная льгота для предпринимателя. Однако предлагаемый порядок налогообложения устраивает не всех, поэтому выбор остается за предпринимателем.



ПРОВЕРЬТЕ СВОИ ЗНАНИЯ!

1. Почему предприниматель должен знать и уметь подсчитывать налоговое бремя?
2. Какие формы налогообложения государство предлагает предпринимателю?
3. Что понимается под общей формой налогообложения?
4. Что понимается под упрощенным налогом?
5. Какие налоги составляют содержание общей системы налогообложения?
6. Что входит в состав обязательных платежей?
7. Какие налоги входят в состав упрощенного налогообложения?

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ МАРКЕТИНГА

Маркетинг – это организация производства и продажи товара на базе изучения рыночного спроса.

Современная концепция маркетинга выстроена на организации производства не запрещенного товара, пользующегося большим спросом на рынке, причем в требуемом объеме.

Цель маркетинга – оптимизация прибыли за счет максимизации спроса потребителей и обеспечения максимального объема продаж.

Задачи маркетинга. Чтобы достичь своей цели, маркетингу приходится решать следующие задачи:

- изготовление продукции и предоставление услуг, отвечающих требованиям и потребностям рынка;
- изучение рыночной конкуренции и конкурентов;
- организация продажи товара наилучшим способом;
- качество товара должно соответствовать требованиям рынка и поступать на рынок в оптимальном режиме;
- цена товара должна быть приемлемой;
- рекламирование товара и услуг.

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Успешное решение маркетинговых задач нуждается в маркетинговых исследованиях.

Маркетинговые исследования – это сбор и анализ информации о товаре, к изготовлению и продаже которого готовится предприятие. Изучение рынка – важнейшая из задач маркетинговых исследований.

Результаты маркетинговых исследований предоставляются руководству предприятия в виде таблиц, чертежей, графиков и т.п.

Ценность маркетинговых исследований заключается в том, чтобы свести к минимуму риск, обеспечить успешное продвижение товара на рынке, изучив вкус и требования потребителя.

ЭТАПЫ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Маркетинговые исследования – это поэтапное решение ряда задач по мере продвижения к цели. На схеме показаны основные этапы:



Рассмотрим каждый этап по отдельности.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕЛИ И ЗАДАЧ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Содержание маркетинговых исследований определяет преследуемая цель. Реализация преследуемой цели, как известно, – это решение цепочки задач, вытекающих из логических соображений.

Например, у предпринимателя в распоряжении имеется свободный капитал, который надо вложить в прибыльное дело. Цель определена, и специалисты приступают к исследованию. В результате исследований предпринимателю предлагается сделать выбор, и он выбирает небольшое предприятие в виде пункта питания, расположенного рядом со школой. Окончательную оценку проекту дадут результаты производства.

РАЗРАБОТКА ПЛАНА

Проследим за работой специалистов, приступивших к исследованию по просьбе предпринимателя. Получив задание, специалисты приступили к разработке плана с целью определения задач. Среди задач значилось:

1) **определение маркетинговых проблем и пути их практического преодоления.**

Например:

- насколько востребован проектный пункт питания потенциальными потребителями;
- заинтересовано ли руководство школы в доставке питания для учащихся и др.;

2) **изучение спроса или потребностей.** Данная проблема связана с изучением общественного мнения. Естественно, тотальный опрос выглядит предпочтительным и в то же время трудоемким. Поэтому маркетинговое исследование ограничивается выборочным опросом, в котором присутствуют все возрастные группы школьников;

3) **характеристика исследуемой проблемы,** которая опирается на следующее:

- ознакомление с изученностью вопроса. Решение научных и практических проблем не обходится без ознакомления с изученностью вопроса. Изученность – это сбор и анализ имеющейся информации по данной проблеме;
- составление объективной характеристики, основанной на достоверных данных;
- анализ данных, полученных экспериментальным путем. Например, изучение доставки питания в школу, его предполагаемого объема и т.д.;

4) **оценка расходов, связанных с маркетинговыми исследованиями.** Маркетинговые расходы предоставляются в форме денежных затрат либо в форме затраченного времени.

СБОР ИНФОРМАЦИИ ПО МАРКЕТИНГУ

Информация может быть первичной и вторичной.

К первичной информации относятся сведения, полученные из так называемых первых рук, т.е. в ходе проводимых исследований (путем опроса или эксперимента) либо предоставленных экспертами.

Вторичная информация относится к категории опубликованных материалов, которые имеются в библиотеках, специальных фондах, Интернете и др.

АНАЛИЗ СОБРАННОЙ ИНФОРМАЦИИ

Собранная в ходе маркетинговых исследований информация подвергается анализу. Методология анализа, как правило, общеизвестна. Результаты анализа преподносятся в виде текста, диаграмм, таблиц, чертежей, графических кривых и др.

ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Результаты исследований предоставляются в первую очередь руководству предприятия, по усмотрению которого предоставляется потенциальным инвесторам, компаньонам, банкам и заинтересованным лицам. Результаты маркетинговых исследований излагаются лаконично, просто и понятно, – т.е. так, чтобы слушатель воспринимал с интересом.



ПРОВЕРЬТЕ СВОИ ЗНАНИЯ!

1. Какое место отводится маркетингу в бизнесе?
2. Что входит в содержание современной концепции маркетинга?
3. Поясните цель маркетинга.
4. Какие задачи решает маркетинг или предмет маркетинга?
5. Почему маркетинг является неотъемлемой частью бизнеса?

ФОРМЫ СБЫТА ТОВАРА

В условиях рыночной экономики производство товара не имеет решающего значения. Главная проблема – сбыт произведенной продукции. В условиях жесткой конкуренции сбыт товара – это особое искусство, основанное на глубоком знании и богатом опыте.

Реализация товара протекает в различных формах, например, некоторые предприниматели реализуют товар через торговые точки, у сетевой распродажи свои формы сбыта.



ОБЫЧНЫЕ ФОРМЫ ПРОДАЖИ

Если предприниматель занимается сбытом товаров повседневного спроса или простых, с технической точки зрения, изделий, то тогда наиболее приемлемым является сбыт товара в форме **самообслуживания**. Товар в магазинах самообслуживания выложен на специальных полках, к которым открыт доступ. Покупатель может подойти к

торговым полкам, сделать выбор и направиться к кассе для оплаты покупки. Самообслуживание – удобная форма как для покупателя, так и для продавца. Покупатель имеет возможность рассмотреть товар и сделать выбор по своему усмотрению, а продавец – сэкономить время. В настоящее время супермаркеты широко используют форму самообслуживания.

Товары отличаются друг от друга не только содержанием, но и назначением. Отдельные виды продукции, в особенности нестандартные товары, изготавливаются на заказ и доставляются либо в магазин, либо на дом покупателю. Такая форма продажи называется **заказной**. Рассматриваемая форма удобна тем, что покупателю известен срок и гарантированная цена, а продавец доволен приобретением постоянного клиента.

В условиях жесткой конкуренции фигура потребителя приобретает весомую значимость. **Индивидуальная форма обслуживания клиента** (покупателя) – одна из успешных форм сбыта. Данная форма продажи товара нравится клиенту, который чувствует внимание к себе. Приобретенный товар по желанию покупателя магазин обязуется доставить по указанному покупателем адресу и заменить по его желанию.

Магазины, торгующие мебелью, бытовой техникой и подобными изделиями, практикуют продажу образцов товара по так называемой **демонстративной форме**. Продукция выставляется на торговой площадке, доступ к которой свободен. Клиент свободно либо с помощью продавца выбирает товар, знакомится с его качеством и особенностями рабочего режима. Выбранный покупателем товар упаковывается тут же, в магазине, и передается покупателю либо доставляется на дом.

ФОРМЫ ПРОДАЖИ ТЕХНИЧЕСКИ СЛОЖНОГО ТОВАРА

Крупногабаритные товары выставляются в специальных залах. Как правило, на обозрение выставляются образцы товара. Покупатель, самостоятельно либо в сопровождении продавца, рассматривает образцы изделий. Сделав выбор, покупатель направляется к кассе для

оплаты покупки, а со склада магазина отгружается товар. Данная форма продажи называется **сбытом после ознакомления с образцами**.

Современная эпоха – эпоха научно-технического развития – породила новые виды продажи товаров и предоставления услуг. Сегодня можно произвести покупку, не выходя из дома. Достаточно набрать номер и обратиться в соответствующую службу, чтобы получить товар с доставкой на дом. Такая форма продажи (**торговля через телефонную сеть**) становится широко практикуемой.

Современный покупатель может обратиться через средства коммуникации в магазин, получить экспертное заключение о товаре и приобрести его. Данную форму можно назвать покупкой **по рекомендации**.

Некоторые покупатели находятся в раздумье, поскольку имеют смутное представление о предлагаемом товаре. В таких случаях продавец предлагает свои услуги клиенту. Клиент получает подробную информацию и, прислушавшись к советам продавца, принимает то или иное решение. Рассматриваемую форму можно назвать **обсуждаемой**.

ПОЭТАПНАЯ РАСПРОДАЖА ТОВАРА

Лица, занимающиеся сбытом товара, придерживаются определенной последовательности, вступая в контакт с потенциальным покупателем.

Вступление в контакт посредством общения. Вступление в доверительный контакт с потенциальным покупателем на первой стадии сближает продавца и покупателя, что, согласитесь, немаловажно. Покупатель не должен подозревать в продавце человека, который старается сбыть товар, а тем более навязать его. Покупатель должен видеть в продавце близкого ему человека, интересы которого отходят на второй план. В противном случае продавец отпугнет клиента. Кстати, сделка может и не состояться, однако покупатель запомнит вежливого продавца и станет его постоянным клиентом.

Вежливость и внимательность. Умный и опытный продавец внимательно выслушает покупателя и одобрит его вкус. Поверьте, вежливость и внимание каждому человеку по нраву.

Рекламирование товара с упором на качество. Покупателя необходимо убедить в качественности предлагаемого продукта. Доводы продавца должны выглядеть убедительными и соответствующими требованиям покупателя.

Убедительность в ответ на возражение. Покупатель может возразить продавцу, поэтому у продавца должен быть достойный ответ. Прежде всего продавец должен принять возражение как должное. После этого продавец мягко приступает к опровержению и рассеиванию сомнений покупателя.

Если продавец будет придерживаться рекомендуемых правил, он успешно справится не только со сбытом, но и с привлечением постоянных клиентов.

ЗАДАЧИ РЕКЛАМЫ

Реклама (лат. *reslamo* – «кричать», «оповещать») – оповещение различными способами для создания широкой известности, привлечения потребителей.

Реклама выполняет задачи, связанные с **маркетингом, информацией, образованием, экономикой и социальными проблемами.**



ПРОВЕРЬТЕ СВОИ ЗНАНИЯ!

1. Чем отличается реализация обычных товаров от сложных?
2. Какие формы сбыта вам известны? Пополнились ли ваши знания?
3. Приведите примеры ко всем формам продажи. Какие формы торговли практикуют посещаемые вами магазины?
4. Как продавец должен обслуживать покупателя?
5. Какие упушения допускают продавцы? Обоснуйте свое мнение.
6. Какие задачи выполняет реклама?
7. Какие задачи решает реклама в современном Узбекистане?
8. Какие компании занимаются рекламой в Узбекистане?
9. Допустим, предприниматель собирается рекламировать товар. Какой способ рекламирования вы предложили бы ему?

Эффективный предпринимательский бизнес – это инновация, основанная на современных подходах, передовых технологиях и методах управления.

Президент Республики Узбекистан Ш. Мирзиёев

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ МЕНЕДЖМЕНТА

Бизнесмен должен обладать определенными качествами, в том числе и организаторским талантом. С данной точки зрения менеджмент имеет большое значение.

Менеджмент – это искусство управления интеллектуальными, финансовыми и материальными ресурсами.

Главная цель менеджмента – сделать деятельность предприятия рентабельной и конкурентоспособной. Отсюда вытекают следующие задачи менеджмента:

- организация производства продукции, отвечающей требованиям рынка;
- привлечение к производству высококвалифицированных сотрудников;
- повышение производительности труда за счет повышения заработной платы и улучшения условий;
- ясное представление ближайшей и дальней перспективы развития производства;
- контролирование деятельности всех структурно-функциональных органов производства.

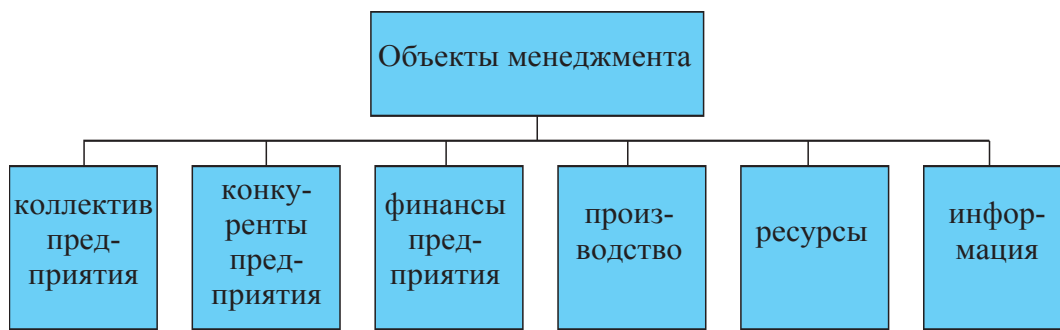
СУБЪЕКТ И ОБЪЕКТ МЕНЕДЖМЕНТА

Чтобы иметь полное представление о менеджменте, необходимо ознакомиться с его субъектом и объектом.

Субъекты менеджмента – это человек или группа людей, осуществляющих руководство в рамках организации для достижения поставленной цели.

Объекты менеджмента – это предметы и ресурсы, находящиеся в ведении или управляемые субъектами менеджмента.

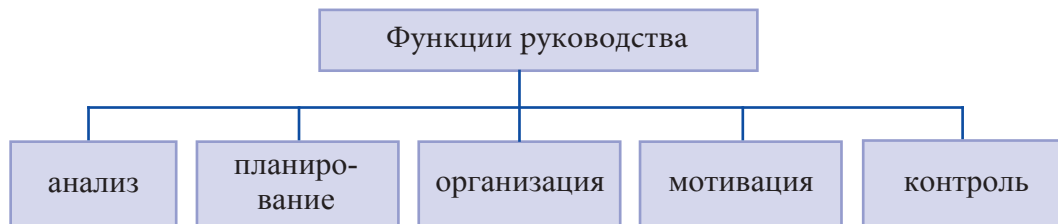
Таким образом, под субъектами менеджмента понимается руководитель или руководство предприятия, включая отдельных специалистов высокой квалификации.



Объектами менеджмента могут быть личности, процессы и др.

ФУНКЦИИ РУКОВОДСТВА

Содержание руководства определяют выполняемые им функции.



Аналитическая функция – это оценка деятельности предприятия и конкурентов. Оценка производится ежемесячно, ежеквартально и ежегодно. Кроме того, отслеживаются показатели производства и оказываемое на них влияние привходящих факторов.

Планирование – это научно обоснованный план действий, направленных на расширение и совершенствование производства. В качестве примера можно привести бизнес-план. Четкое планирование – залог будущего успеха.

Организационная функция – это процесс, цель которого – согласованная и упорядоченная работа отдельных частей производства и всего коллектива в целом.

Мотивация или стимулирование производства – это процесс повышения производительности труда, как за счет технического перевооружения производства, так и за счет повышения квалификации и заработной платы рабочих и служащих. Поиск стимулирующих мер – одна из задач руководства предприятием.

Контроль (мониторинг) – это функция наблюдения за четким исполнением намеченного плана. Непрерывный контроль помогает либо избежать, либо своевременно ликвидировать сбои в производственном процессе.

УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ СТРУКТУРА ПРЕДПРИЯТИЯ

Налаживание производства – одна из главных задач управления производством. С рассматриваемой задачей может справиться и один человек, возглавляющий небольшое предприятие. Крупное предприятие обычно связано со сложным, трудоемким процессом, а следовательно, представлено многочленной структурой.

Схематическое строение управления крупным предприятием выглядит следующим образом:



Управлять крупным предприятием, в особенности многофункциональным – дело сложное. Каждая функция представляет собой от-

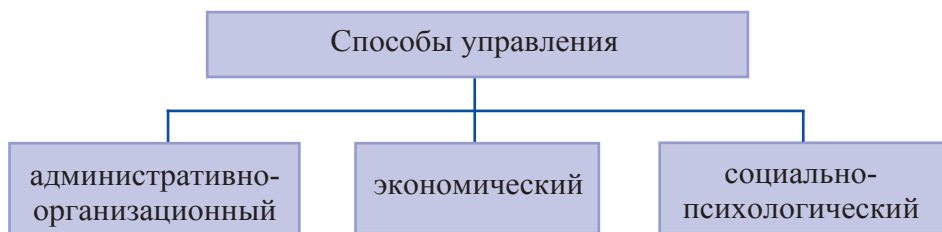
дельное целое, которое решает свои задачи, предписанные назначением. Поэтому во главе каждого структурно-функционального звена находится опытный и знающий свое дело специалист в данной области производства. Например, управление производством возглавляет инженер-технолог; финансами управляет финансист, продажей – специалист по сбыту и т.д.

СПОСОБЫ УПРАВЛЕНИЯ

Чтобы грамотно управлять предприятием, надо знать способы управления и овладеть ими.

Способы управления предприятием – это комплекс методов воздействия на объекты производства со стороны субъектов с целью выполнения намеченного плана.

Избираемые руководством способы управления оказывают прямое влияние на экономическую деятельность предприятия. Различают: административно-организационный, экономический и социально-психологический способы управления.



ПРОВЕРЬТЕ СВОИ ЗНАНИЯ!

1. Должен ли предприниматель обладать организаторским талантом?
2. Что такое менеджмент? Какова цель менеджмента?
3. Какие задачи решает менеджмент?
4. Расскажите о функциях, возложенных на руководство предприятием.
5. Что понимается под объектом и субъектом менеджмента?
6. Чем отличается объект менеджмента от субъекта?

Для дальнейшего стимулирования экспорта система технического регулирования должна быть согласована с международными стандартами. Одной из наших главных целей является доставка качественной и сертифицированной продукции на внешний рынок под названием «узбекский бренд».

Президент Республики Узбекистан Ш. Мирзиёев

ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Некоторые предприниматели стремятся вывозить свою продукцию, чтобы занять достойное место на внешнем рынке.

Внешний рынок – это территория иностранного государства, где, согласно международному праву, на определенных условиях может появиться продукция извне.

Проникновение на внешний рынок свидетельствует о высоком качестве вывозимой продукции, а также о ее конкурентоспособности. Завоевание внешнего рынка повышает имидж государства, которое по указанной причине поддерживает экспортера.

Предприниматель, желающий добиться успеха на внешнем рынке, не должен упускать из виду два важных обстоятельства.

Во-первых, прежде чем появиться на внешнем рынке, предприниматель должен прочно закрепиться на внутреннем рынке.

Во-вторых, освоивание внешнего рынка надо начинать с вывоза готовой продукции.

Внешнеэкономическая деятельность предприятия – деятельность, связанная с интеграцией и кооперацией на международном уровне, с экспортом и импортом товаров и услуг и т.п.

Внешнеэкономическая деятельность отличается от внутренней деятельности. Внешнеэкономическая деятельность связана с конвертируемой валютой и придерживается определенных правил.

Под внешнеэкономической деятельностью понимается деятельность юридических и физических лиц Республики Узбекистан, направленная на установление и развитие взаимовыгодных экономических связей с юридическими и физическими лицами иностранных государств, а также международными организациями.

Внеэкономической деятельностью вправе заниматься юридические лица, зарегистрированные в Республике Узбекистан, а также физические лица, имеющие постоянное место жительства на территории Республики Узбекистан и зарегистрированные в качестве индивидуальных предпринимателей.

Закон Республики Узбекистан «О внешнеэкономической деятельности» от 26 мая 2000 года, № 77-11, статья 3

ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ

Одно из главных направлений во внешнеэкономической деятельности – торговля. Внешняя торговля обычно осуществляется на базе международных договоров.

Внешняя торговля – это торговля, которая сопряжена с вывозом (экспортом) и ввозом (импортом) товаров и услуг из одной страны в другую.

Таким образом, внешняя торговля включает в себя экспорт и импорт.

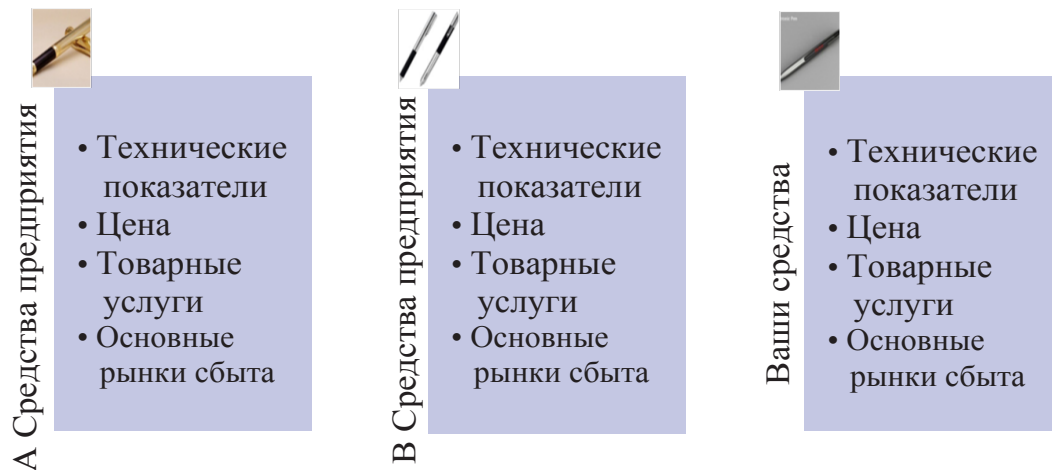
Экспорт – это вывоз продукции и услуг на территорию иностранного государства.

Импорт – это ввоз в страну с территории иностранного государства товаров и услуг.

Участие в международной торговле, в особенности в качестве экспортера, требует специальной подготовки.

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭКСПОРТИРУЕМОЙ ПРОДУКЦИИ

Предприниматель, приступающий к внешнеэкономической деятельности, сталкивается с рядом практических задач, в частности, с ознакомлением с продукцией конкурентов, с их техническими показателями и др. Это помогает предпринимателю оценить объективно недостатки и преимущества вывозимой им продукции или услуг.



Цена товара имеет определяющее значение в конкурентной борьбе.

Изучение продукции конкурентов и предлагаемых услуг формирует у предпринимателя объективное представление о преимуществах и недостатках вывозимого им товара.

Изучение внешних рынков сбыта входит в обязанность предпринимателя. Желательно освоить рынок, где наблюдается отсутствие конкурентов.

Опираясь на перечисленные критерии, предприниматель приступает к завоеванию внешнего рынка.

ПОДГОТОВКА ТОВАРА К ЭКСПОРТУ

Подготовку товара к экспорту начинают с подсчета предстоящих расходов. Расходная часть экспорта включает затраты на производ-

ство и сбыт товара, затраты на рекламу и ознакомительные выставки, а также на открытие представительства предприятия.

Дополнительные расходы:

- на рекламирование экспортируемой продукции;
- на организацию ознакомительных выставок;
- на открытие представительства предприятия.

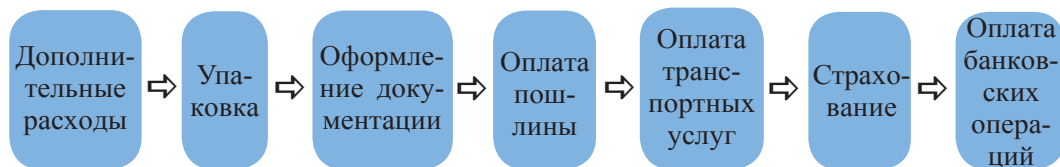
Предпродажные действия:

- налаживание контакта;
- распространение информации об экспортируемом товаре;
- заключение договоров с транспортными компаниями;
- оформление экспортной документации;
- оформление бухгалтерской документации;
- распечатка руководства по эксплуатации продукции, паспортных данных товара, включая техническое описание.

Словом, экспорт продукции требует выполнения ряда обязательных предписаний, перечисленных выше.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕНЫ ЭКСПОРТИРУЕМОГО ТОВАРА

Чтобы определиться с ценой товара, необходимо иметь под рукой перечень расходов по тем или иным статьям. Определение цены экспортируемого товара протекает по следующей схеме:



ТАМОЖЕННАЯ РЕГИСТРАЦИЯ

Товар, предназначенный для экспорта, подлежит таможенной регистрации. Для регистрации товара необходимы следующие документы:

- договор об экспорте товара;
- таможенная декларация;
- сопроводительная транспортная и товарная документации.

ТАМОЖЕННЫЕ ОГРАНИЧЕНИЯ

Существуют так называемые таможенные ограничения, когда экспортируемая продукция или импортируемый товар представляет некую угрозу:

- национальной безопасности государства;
- жизни и здоровью граждан;
- окружающей среде обитания;
- морально-этическим нормам;
- культурному и историческому наследию;
- торговому балансу страны;
- выполнению международных обязательств государства;
- для невозобновляемых ресурсов.

Вывоз и ввоз некоторых товаров осуществляются при наличии специального разрешения (лицензии). Лицензии выдает специальное государственное учреждение.

Объем вывозимой продукции для некоторых товаров ограничен так называемыми квотами. Распределение квот устанавливается по нормам действующего законодательства.



ПРОВЕРЬТЕ СВОИ ЗНАНИЯ!

1. Что такое внешний рынок?
2. Кто заинтересован во внешнеэкономической деятельности предпринимателя?
3. Какие качества необходимы предприятию, которое намерено приступить к внешнеэкономической деятельности?
4. Кому в нашей стране разрешено заниматься внешнеэкономической деятельностью?
5. Что понимается под внешней торговлей, и как она осуществляется?
6. Чем экспорт отличается от импорта?

С этой точки зрения крайне важно сформировать современную инновационную программу, подготовить новое поколение кадров, эффективно использующих инновации и инвестиции, и создать новый класс предпринимателей. Для этого Узбекистану нужна сильная национальная идея и национальная программа по технологическому развитию и модернизации внутреннего рынка. Эта программа должна обеспечить Узбекистану более быстрый доступ к наиболее развитым странам мира.

Президент Республики Узбекистан Ш. Мирзиёев

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Предпринимательская деятельность непременно сталкивается с понятием «инвестиция».

Инвестиция (от англ. Investments) – это долгосрочное вложение капитала в какое-либо предприятие, главным образом за границей, с целью получения прибыли, так как в объективной реальности одни располагают производством, приносящим прибыль, другие – капиталом, под который подбирают прибыльное производство.

Инвестиционная деятельность – совокупность действий субъектов инвестиционной деятельности, связанная с осуществлением инвестиций.

Закон Республики Узбекистан «Об инвестиционной деятельности» от 9 декабря 2014 года, № ЗРУ-380, статья 3

Потенциальный инвестор подбирает направление с минимальным риском для вкладываемого (инвестиционного) капитала. Это может быть производство, которое нуждается в обновлении производственной площадки, в техническом переоснащении предприятия, – словом, в **технической или технологической модернизации** (от фр. moderne – «обновлять»).

Техническая, или технологическая модернизация – это смена морально и технически устаревшего оборудования новым, более совершенным.

В инвестициях нуждается не только переоснащение, но и расширение производства. Отсюда и значимость инвестиций в бизнесе. Особым вниманием у инвесторов пользуются предприниматели, в ведении которых находится многоотраслевое производство. Многоплановое производство менее подвержено капризам рынка и стабильно с точки зрения прибыльного хозяйства.

Расширение производства с целью производства разнообразной продукции называется **диверсификацией производства** (от лат. diversification – «изменение», «разнообразии»).

Диверсификация – это расширение ассортимента выпускаемой продукции и переориентация рынков сбыта, освоение новых видов производства с целью повышения эффективности производства, получения экономической выгоды, предотвращения банкротства.

Это означает инвестирование средств для открытия, запуска, расширения деятельности и дальнейшего развития вашего бизнеса.

ГРУППИРОВКА ИНВЕСТИЦИЙ

Формирование понятия об инвестиции предполагает ознакомление с понятием «группировка инвестиций».

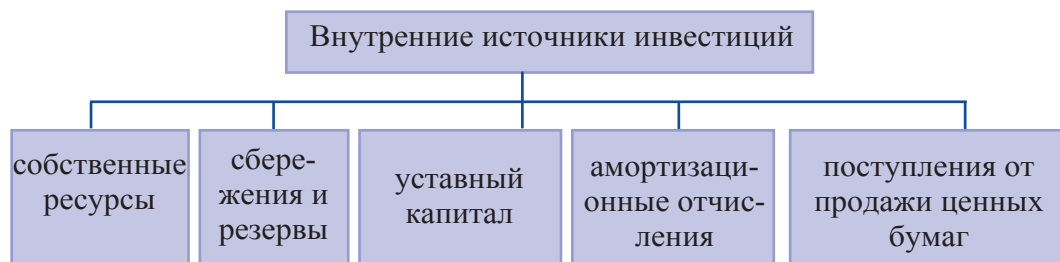
В основном различают реальную и финансовую инвестиции.

Реальные инвестиции (прямые) – это вложение капитала в материальную сферу производства, например в приобретение оборудования, реконструкцию производственного помещения и т.п. Реальные инвестиции сказываются непосредственно на производстве и его расширении.

Финансовые инвестиции (портфельные) – это приобретение ценных бумаг (акций, облигаций и др.), выпущенных предприятием. Деньги от продажи ценных бумаг попадают в бюджет предприятия, которое распоряжается ими.

ИСТОЧНИКИ ИНВЕСТИЦИЙ

Источники инвестиций подразделяются на внутренние и внешние. На схемах представлены внутренние и внешние источники инвестиций.



ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПРОЕКТ

Для того чтобы оценить то или предложение, план или проект, бизнесмен должен проводить тщательный и всесторонний анализ.

Инвестиционный риск – это вероятность возникновения непредвиденных финансовых потерь в ситуации неопределенности условий инвестирования.

Инвестиционные затраты должны быть заранее тщательно подсчитаны с целью снижения инвестиционного риска. Для этого следует разработать инвестиционный проект.

Инвестиционный проект – совокупность взаимосвязанных мероприятий, направленных на осуществление инвестиций для получения экономических, социальных и других выгод.

Закон Республики Узбекистан «Об инвестиционной деятельности» от 9 декабря 2014 года, № ЗРУ-380, статья 6

Это создание счетов-фактур, разработка научных, технических, коммерческих, финансовых, экономических, социально-экономических и других видов проектов.

АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА

Для оценки предложения, плана или проекта бизнесмен должен проводить тщательный и всесторонний анализ.

Анализ инвестиционного проекта – комплексное изучение и оценка предприятия, в которое инвестор намеревается вложить свой капитал.

Инвестиционный анализ инвестиционного проекта состоит из ряда действий:

- сбора и изучения собранной информации;
- отбора информации, достойной внимания;
- интерпретации информации;
- обоснования принимаемого решения.



ПРОВЕРЬТЕ СВОИ ЗНАНИЯ!

1. Что означает термин «инвестиция»?
2. Что означает термин «диверсификация»?
3. Какие формы инвестиций вам известны?
4. Чем реальные инвестиции (портфельные) отличаются от финансовых?
5. Какие источники подпитывают инвестиционную деятельность?
6. Что такое инвестиционный проект и на какие виды он подразделяется?

Сегодня мы находимся на пути инновационного развития, направленного на радикальное обновление всех сфер государства и общества. Это не случайно. Кто победит в быстро развивающемся мире? Новая идея, основанная на инновациях. Инновация – это будущее. Сегодня, если мы начнем строить наше великое будущее, мы должны начать с новаторских идей, инновационного подхода.

Президент Республики Узбекистан Ш. Мирзиёев



МОТИВИРУЮЩИЕ ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Чем отличаются изображенные на рисунках предметы от своих обычных аналогов?
2. Какими преимуществами наделены товары, изображенные на представленных рисунках?
3. Задумывались ли вы над кардинальным изменением качества того или иного предмета?

ИННОВАЦИИ

Наша страна объявила 2018 год Годом поддержки активного предпринимательства, инновационных идей и технологий. Итак, что означает термин «инновация»?

Инновация (от англ. innovation – «новшество», «новаторство») – это внедрение в практику новых технологий, товаров, услуг и др.

Инновации кардинально отличаются от своих прежних аналогов и резко повышают производительность труда.



ЗНАЕТЕ ЛИ ВЫ?

Термин «инновация» ввел в обиход австрийский экономист Йозеф Шумпетер на основании следующих критериев:

- внедрение в практику новой техники и технологий;
- производство продукции с новым качеством;
- использование нового сырья;
- внедрение нового производства на новой материально-технической базе;
- открытие новых рынков сбыта.

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Внедрение инноваций способствует бурному росту и развитию экономики.

Инновационная деятельность предприятия – это меры, предпринимаемые бизнесом с целью внедрения новых знаний и технологий в современное производство.

Инновационные меры могут предстать в форме новых знаний, технологий, материалов и сбыта. Результатом инновационной деятельности предприятия является:

- появление новых видов продукции или услуг;
- выпуск продукции и предоставление услуг с обновленным качеством.

Инновации в сфере управления производством называются **инновационным менеджментом**.

ГРУППИРОВКА ИННОВАЦИЙ

Инновации подразделяются на отдельные группы. Рассмотрим их.



Технические инновации – это производство новой или более совершенной продукции, которая качественно отличается от предыдущих аналогов.

Технологические инновации – это новые технические способы изготовления продукции.

Организационно-управленческие инновации – это новые способы и формы организации и управления производством, которые способствуют росту производства, повышают мобильность транспорта и снабжение производства.

Информационные инновации – это разработка и внедрение новых информационных технологий. Данное направление информационно-коммуникационных инноваций приобрело невиданный доселе размах.

Социальные инновации направлены на улучшение условий труда, охрану здоровья рабочих и служащих, образования и др. Внедрение в учебный процесс новых технологий также относится к инновационной деятельности.

ИСТОЧНИКИ ИННОВАЦИОННЫХ ИДЕЙ

Любая инновация начинается с зародившейся идеи. Инновационная идея может появиться спонтанно либо стать плодом долгих размышлений. Иными словами, источником идеи могут стать те или иные источники. Например:

1) **непредвиденный случай**. Представьте себя на месте Исаака Ньютона. Вы лежите под яблоней, отдыхаете. С дерева падает яблоко,

и вас осеняет идея – идея, которая воплотилась в закон всемирного тяготения;

2) **расхождение между реальностью и воображением.** Воображаемая картина, как правило, ярче и желанней по сравнению с наблюдаемой действительностью. Воображаемая картина может породить идею;

3) **внешний раздражитель.** Допустим, некий субъект сталкивается ежедневно с процессом, который раздражает его, заставляет нервничать, – например производимый шум. Он хочет избавиться от раздражителя, и в его сознании зарождается идея;

4) **форс-мажорные обстоятельства,** с которыми столкнулась ваша деятельность;

5) **расширение кругозора за счет приобретения новых знаний.** Познание окружающей действительности наталкивает на идею, которая становится навязчивой.



ПРОВЕРЬТЕ СВОИ ЗНАНИЯ!

1. По какой причине 2018 год в Узбекистане объявлен Годом поддержки активного предпринимательства, инновационных идей и технологий?
2. Что понимается под словом «инновация»?
3. Что указывает на инновационную деятельность предприятия?
4. Как оценивается инновационная деятельность предприятия?
5. Как называются инновации в области управления производством?
6. На какие виды подразделяются инновации?
7. Как зарождается инновационная идея?



ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ И УПРАЖНЕНИЯ К ПРОЙДЕННОЙ ТЕМЕ

1. Молодая предпринимательница Умида Якубджанова освоила производство новой продукции. Объем производимой продукции составил 32 000 единицы, а затраты – 100 млн сумов. По итогам года получен доход в размере 120 млн сумов. У. Якубджанова внедрила инновации (новые технологии) в производство, что позволило увеличить объем производимой продукции до 50 000 единиц и получить доход в размере 200 млн сумов; затраты составили 125 млн сумов. Оцените инновационный вклад в производство.

ПОНЯТИЕ О РИСКЕ

Предпринимательская деятельность не застрахована от неудач. Деятельность предпринимателя в силу тех или иных причин может оказаться убыточной. Предвидеть заранее результаты производства до точности и в полной мере невозможно, поэтому любой бизнес в той или иной степени подвержен риску.

Предпринимательский риск – это вероятность потери ресурсов в силу объективных и субъективных причин, будь то научно-технический проект, ошибочная оценка рынков сбыта, сбои в производстве и т.д.

Риск предпринимательства может быть связан со всеми видами деятельности в этой области – производством товаров, продажей товаров, торговыми и финансовыми операциями, реализацией коммерческих, научно-технических проектов. Следовательно, предпринимательская деятельность не застрахована от неудач. Деятельность предпринимателя в силу тех или иных причин может оказаться убыточной, и предвидеть заранее результаты производства досконально и в полной мере невозможно, поэтому любой бизнес в той или иной степени подвержен риску.

Понятие «риск» – это международно признанная концепция.

ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО РИСКА

Формы предпринимательского риска разнообразны и многочисленны. Риск связан с природными катаклизмами, политическими событиями, сбоями в работе транспорта и др. Тем не менее, опасность обычно исходит от производственных ошибок, финансовых просчетов и инвестиционных недочетов.

Производственный риск связан с одноименной деятельностью предприятия. Предприятие может не справиться с принятыми обязательствами. Например, бизнесмен может сорвать план поставок товарной продукции потребителю, потерять рынок сбыта, допустить ошибку в ценовой политике и т.д.

Финансовый риск обусловлен, как правило, колебаниями цен на финансово-товарной бирже, приобретением и продажей ценных бумаг и др. Причиной краха могут послужить кредитная ставка, валютные операции и многое другое.

Инвестиционный риск является производным одноименной политики. Например, ценные бумаги, выпущенные компанией, оказались невостребованными, либо предложенная цена за них резко упала. Источником риска чаще всего являются просчеты планирования.

ОЦЕНКА РИСКА

Вероятность риска в бизнесе всегда присутствует. Единственное возможное, что во власти предпринимателя, – это сведение риска к минимуму.

Существует несколько способов оценки риска.

КОЛИЧЕСТВЕННАЯ ОЦЕНКА РИСКА

Оценка предпринимательского риска переплетается с теорией вероятности. Американский ученый Ф. Найт (1885–1972) предложил разделить вероятность на математическую и статистическую формы.

Первую форму вероятности иногда называют объективной, а вторую – субъективной. Каждый волен при выборе одной из двух форм оценки вероятности риска.

Объективная вероятность помогает определить среднюю величину риска. В рассматриваемом случае нужно определиться с причинами и последствиями вероятного риска.

Для частоты оценки риска – $E(X)$ используется следующая формула:

$$E(X) = P_1x_1 + P_2x_2 + \dots + P_nx_n$$

Здесь: x_j – возможный результат;

P (Probability) – вероятность проявления того или иного результата:

$$P_1 + P_2 + \dots + P_n = 1$$

Например, предприниматель намеревается освоить выпуск новой продукции. При благоприятном стечении обстоятельств предприниматель получит прибыль с каждой единицы товара 10 000 сумов, при нежелательном развитии ситуации – 1 000 сумов. Вероятность получения высокой прибыли равна 0,6 (60%), тогда:

$$E(X) = 0,6 \times 10\,000 + 0,4 \times 1\,000 = 6\,400 \text{ сумов}$$

Люди по-разному относятся к риску, но в основном выделяют три группы:

- 1) первая группа – люди, которые не боятся рисковать;
- 2) вторая группа – люди, предпочитающие не рисковать;
- 3) третья группа – люди, которые равнодушно относятся к риску.

Предприниматели, избегающие риска, предпочитают гарантированную прибыль. Таких предпринимателей подавляющее большинство. Для подобных предпринимателей риск напоминает тяжелое испытание, пройти через которое нет никакого желания.

Предприниматели, относящиеся к риску равнодушно, не гонятся за сверхприбылью, не обращаются за гарантиями, довольствуясь тем, что имеют.

Предприниматели, которые не боятся рисковать, как правило, люди азартные, получающие удовольствие от адреналина.

Вероятность риска снижается при диверсификации и страховании производства, при налаженном постоянном мониторинге и глубоком анализе поступающей информации.

Допустим, фирма выпускает два вида продукции. Известно, что когда на один вид товара спрос убывает, то на другой – возрастает. Обратимся к таблице.

Сезонный доход от продажи родственных товаров

| Наименование товара | Лето | Зима |
|----------------------------|---------------|---------------|
| обычное мороженое | 600 млн сумов | 100 млн сумов |
| мороженое в брикетах | 100 млн сумов | 600 млн сумов |

Из таблицы видно, что спрос в летнее время на один вид продукции возрастает, а на другой вид – уменьшается. В зимнее время наблюдается противоположная картина. В целом доход не страдает. Таков эффект диверсификации, и это при том, что принятые меры не гарантируют избавления от риска.

СТРАХОВАНИЕ РИСКА

Здравомыслящий человек не верит ни в краткосрочное, ни в долгосрочное предсказание. Случиться может всякое. Можно споткнуться, упасть – и случится перелом ноги; налетел торнадо – и разнесло лавчонку; многодневные дожди вызвали наводнение, размыли часть железной дороги. Случиться может что угодно. На непредвиденные случаи жизни и существует страхование, которое возмещает ущерб в том или ином объеме.

У страховых компаний есть свои правила и требования, с которыми можно ознакомиться.



ПРОВЕРЬТЕ СВОИ ЗНАНИЯ!

1. Что понимается под предпринимательским риском?
2. На какие виды подразделяется предпринимательский риск?
3. Какие способы оценки риска вам известны?
4. Как вычисляется вероятность риска?
5. Какими способами минимизируют риск?



ЗАДАНИЯ И УПРАЖНЕНИЯ К ПРОЙДЕННОЙ ТЕМЕ

1. Допустим, у молодой предпринимательницы имеется свободный капитал в размере 100 млн сумов. Ее желание приумножить свои денежные накопления естественно. Перед ней стоит выбор: вложить капитал в банк под 20% гарантированных годовых либо потратить деньги на расширение собственного предприятия. В результате расширения производства доход при благоприятных условиях вырастет на 40 млн сумов, при неблагоприятном развитии событий прибыль составит 10 млн сумов. Вероятность успешного вклада в расширение собственного производства равна 0,4. Какой вариант выберет молодая предпринимательница?

ТРУДОВЫЕ РЕСУРСЫ

Предпринимательская деятельность не может обойтись без трудовых ресурсов.

Трудовые ресурсы – это деятельная часть населения, способная заниматься физическим и умственным трудом.

В Узбекистане к деятельной части населения относятся женщины в возрасте от 16 до 55 лет и до 60 лет – мужчины.

ТРУДОВОЙ ДОГОВОР

Законодательством установлены определенные правила найма и оплаты труда в бизнесе. Трудовые отношения между владельцем предприятия и наемной силой (трудовыми ресурсами) определяются в виде официального документа – трудового договора.

Трудовой договор – это документ, составленный в установленной законом форме, в котором упорядочены отношения между работодателем и трудовыми ресурсами.

В трудовом договоре оговариваются:

- размер заработной платы и оплата сверхурочных часов работы;
- общая продолжительность работы (начало и конец рабочего дня);
- время обеденного перерыва, выходные;
- отчисления в пенсионный фонд и здравоохранение;
- условия восполнения инфляционных потерь;
- условия труда и пр.

Кроме того, в трудовом договоре рассматриваются организационные вопросы (права и обязанности договаривающихся сторон).

Обычно трудовой договор заключается на несколько лет.

ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА

У рабочих и служащих, приступающих к работе по найму, должна быть мотивация, в качестве которой выступает заработная плата. Успешная деятельность предприятия зависит от степени мотивации, а сама мотивация – от размера заработной платы.

Международное законодательство, нормы которого признаны нашей страной, понимает под размером заработной платы достойную (справедливую) оплату труда.

Заработная плата – это денежная форма оплаты труда рабочих и служащих, в зависимости от вклада в товарное производство продукта.

Заработная плата должна обеспечить достойную жизнь гражданам. Наука разделяет заработную плату на номинальную и на реальную.

Номинальная заработная плата – это денежная сумма, начисляемая регулярно (еженедельно; ежемесячно) рабочим и служащим за трудовой вклад в производство продукции.

Например, предприниматель заплатил рабочему за труд в январе 800 тыс. сумов, в феврале – 790 тыс. сумов, а в марте – 820 тыс. сумов. Это и есть номинальная заработная плата.

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

Иными словами, реальная заработная плата – это покупательная способность номинальной заработной платы.

Реальная заработная плата зависит от номинальной оплаты труда и цен на услуги и товары. Отсюда:

$$V_r = \frac{V_n}{P}$$

Здесь: V_r – реальная заработная плата; V_n – номинальная заработная плата и P – потребительские цены.

Итак, продолжим обсуждение примера. Рабочему выплатили 800 тыс. сумов. Примем эту зарплату равной 100%. Тогда февральская

зарплата составила 98,7%, а мартовская – 102,5%. В феврале цены на потребительские товары выросли в 1,08 раза, а в марте – в 1,2 раза. В итоге февральская реальная заработная плата оказалось равной 731 тыс. сумов, а мартовская – 683 тыс. сумов, то есть реальная заработная плата рабочего от месяца к месяцу снижалась по сравнению с январской. В процентном отношении это выглядит следующим образом: январь – 100%, февраль – 91,3%, март – 85,3%.

РАСЧЕТ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ

Начисление заработной платы осуществляется согласно нормативам, установленным государством, а точнее – законодательством. Размеры заработной платы определяются по тарифной системе.

Тарифная система – это комплекс расчетных данных, учитывающих место, вид или отрасль производства, квалификацию, условия труда для определения размеров заработной платы.

Тарифная система исходит из таких понятий, как «тарифная квалификация», «тарифная ставка», «тарифная сетка» и различных коэффициентов.

Единая тарифная сетка заработной платы

| Разряды оплаты труда | Тарифный коэффициент | Разряды оплаты труда | Тарифный коэффициент |
|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| 1 | 2,476 | 12 | 6,115 |
| 2 | 2,725 | 13 | 6,503 |
| 3 | 2,998 | 14 | 6,893 |
| 4 | 3,297 | 15 | 7,292 |
| 5 | 3,612 | 16 | 7,697 |
| 6 | 3,941 | 17 | 8,106 |
| 7 | 4,284 | 18 | 8,522 |
| 8 | 4,640 | 19 | 8,943 |
| 9 | 4,997 | 20 | 9,371 |
| 10 | 5,362 | 21 | 9,804 |
| 11 | 5,733 | 22 | 10,240 |

Тарифная ставка – это размер заработной платы, установленный согласно тарифной ставке, т.е. тому или иному разряду.

ПОДСЧЕТ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА

Достойное вознаграждение за труд имеет прямое отношение к производительности труда.

Производительность труда – это объем продукции, изготовленной за единицу времени.

Производительность труда подсчитывается по формуле:

$$ПТ = \frac{O}{B}$$

Здесь: $ПТ$ – производительность труда; O – объем изготовленной продукции и B – время, затраченное на изготовление продукта.

Объем произведенной продукции зависит от продолжительности рабочего дня.

ФАКТОРЫ, ОКАЗЫВАЮЩИЕ ВЛИЯНИЕ НА ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ ТРУДА

Между производительностью труда и ценой товара существует прямая зависимость. Чем выше производительность труда, тем ниже цена на товар. Чем ниже цена, тем выше конкурентоспособность производства. Производительность труда – показатель, характеризующий результативность труда, показатель эффективности труда, отображающий численное значение количества продукции за единицу времени.

На производительность труда оказывают влияние следующие факторы: **экономические, социальные, научно-технические** и др.



ПРОВЕРЬТЕ СВОИ ЗНАНИЯ!

1. Что понимается под трудовыми ресурсами?
2. Какую функцию выполняет трудовой договор?
3. Что понимается под понятием «заработная плата» и какое значение она имеет в предпринимательской деятельности?
4. Чем отличается номинальная заработная плата от реальной?
5. Что понимают под тарифной системой?
6. Что входит в тарифную сетку?

Узбекистан должен быть конкурентоспособным в мире науки, интеллектуального потенциала, современных кадров и высоких технологий.

Президент Республики Узбекистан Ш. Мирзиёев

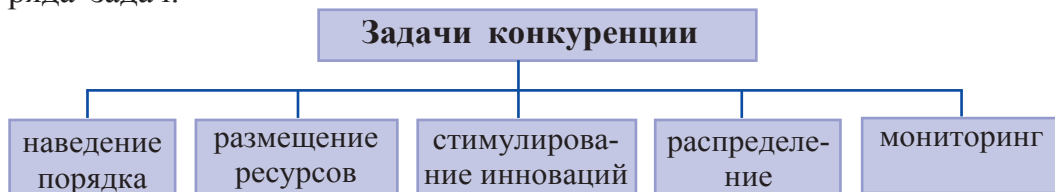
КОНКУРЕНЦИЯ И ЕЕ ЗАДАЧИ

Конкуренция – неотъемлемая часть рыночной экономики и предпринимательства.

Конкуренция (лат. concurrere – «сталкиваться») – соперничество на каком-либо поприще между отдельными лицами (конкурентами), заинтересованными в достижении одной и той же цели, – например, борьба между предпринимателями за рынки сбыта и т.д.

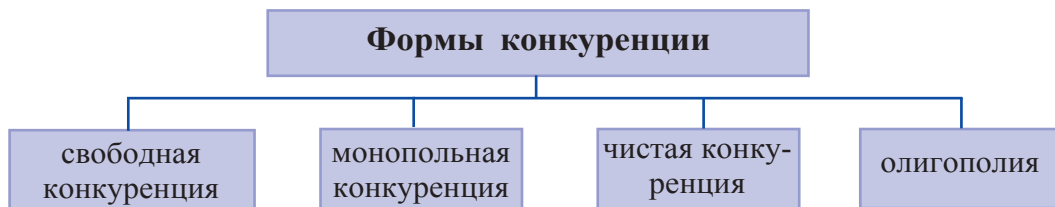
Успешный предприниматель должен разбираться в механизме конкурентной борьбы до тонкостей.

Конкуренция между предпринимателями сталкивается с решением ряда задач.



ФОРМЫ КОНКУРЕНЦИИ

Бизнесмен, вступающий в предпринимательскую деятельность, должен ознакомиться с условиями и формами, в которых будет протекать конкуренция с соперниками.



Свободная конкуренция – это борьба между многочисленными предприятиями, которые специализируются на производстве одной и той же продукции.

Отличительные черты свободной конкуренции:

- мелкотоварное производство, освоенное малым предприятием или индивидуальным предпринимателем;
- производитель не в состоянии контролировать цену на выпускаемую продукцию;
- свободный вход и выход из производственной системы.

Допустим, кто-то намерен заняться производством сельскохозяйственной продукции на своем приусадебном участке. В этом случае ему придется столкнуться с условиями свободной конкуренции.

Чистая монополия – это организация рынка, при которой на нем существует единственный производитель данного вида продукции.

Отличительные черты монополизма:

- как уже говорилось, это единственный производитель данного вида продукции;
- полный контроль над ценой выпускаемой монополией продукции;
- вклиниться в монополию чрезвычайно сложно.

Монопольная конкуренция – это конкуренция с самим собой.

Отличительные черты монопольной конкуренции:

- ограниченный круг конкурентов;
- частичный контроль над ценообразованием;
- приобщение к монопольной конкуренции до некоторой степени затруднено;
- дифференциация продукции по присущим свойствам.

Следовательно, дифференциация производства лежит в основе монополистической конкуренции.

Олигополия – это конкуренция между небольшим числом производителей, занимающих господствующее положение на рынке.

Отличительные черты олигополии:

- изготовление данного вида продукции небольшим числом производителей;
- значительное влияние олигополии на ценообразование;
- узкий круг производителей, препятствующих появлению аналогов.

СПОСОБЫ КОНКУРЕНЦИИ

Различают ценовую и неценовую конкуренции.

Ценовая конкуренция – это конкуренция, основанная на снижении цен. В честной конкурентной борьбе цену за один и тот же продукт можно снизить за счет повышения производительности труда.

Неценовая конкуренция – это соперничество между бизнесменами на основе производства качественной продукции, сервиса и т.п.

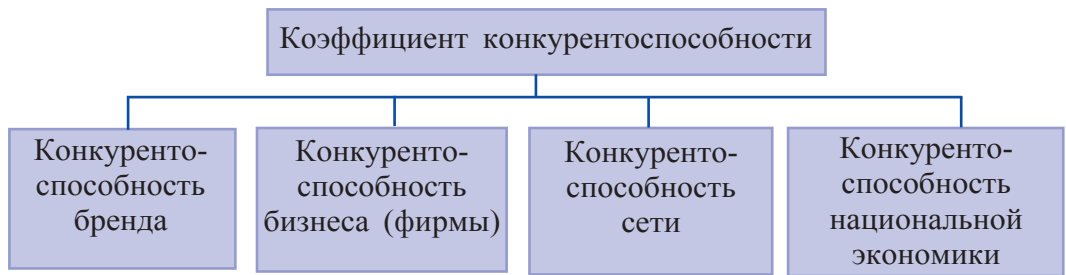
НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

Конкурирующие производители следят за научно-техническими новинками, чтобы своевременно внедрить их в производство и получить преимущество на рынке.

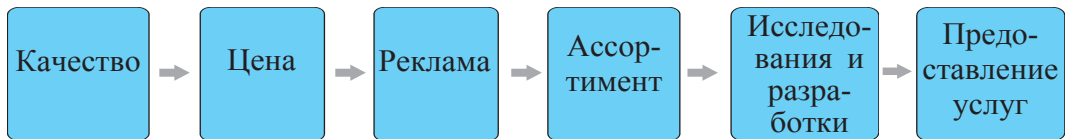
ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БИЗНЕСА

Конкурентоспособность или потеря конкурентоспособности очень важны в рыночной экономике.

Конкурентоспособность может варьироваться на разных уровнях.



Существуют ключевые факторы для каждой степени конкурентоспособности:



Для успешного ведения бизнеса вам необходимо обеспечить конкурентоспособность вашего предприятия.

Конкурентоспособность предприятия – это способность других предприятий, производящих определенные виды продукции, противодействовать эффективности их производственной, финансовой и маркетинговой деятельности.

А для этого, конечно, вы должны знать о способах обеспечения конкурентоспособности предприятия. Приведем их основы:

- внедрение инноваций в регулярный производственный процесс;
- исследования относительно расширенной формы обучения;
- использование высококачественного сырья и материалов;
- систематическое повышение квалификации персонала;
- повышение материальной заинтересованности персонала и улучшение условий труда;
- проведение глубокой маркетинговой деятельности на рынке и другое.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ОПРОСА И ОБСУЖДЕНИЯ

1. Какие функции конкуренции существуют?
2. Какие формы конкуренции вы знаете?
3. Объясните основные признаки свободной конкуренции.
4. Что такое ценовая конкуренция? Какие ее методы вы знаете?

ГЛОССАРИЙ

Агрофирма – предприятие, которое занимается вторичной переработкой сельской продукции, произведенной в подсобном, дехканском и фермерском хозяйствах.

Бизнес-проект – документ, в котором содержится перечень поэтапных мер, необходимых для реализации предпринимательской идеи.

Бизнес-план – документ, где помимо описания проектной деловой деятельности представлены перечень затрат и ожидаемая прибыль.

Дехканское хозяйство – мелкое товарное производство, размещенное в пределах приусадебного участка земли, где семья производит, а затем реализует произведенную продукцию.

Диверсификация – расширение ассортимента выпускаемой продукции, востребованной рыночной конъюнктурой.

Инвестиционный риск – это вероятность возникновения непредвиденных финансовых потерь в ситуации неопределенности условий инвестирования.

Индивидуальное предпринимательство – осуществление физическим лицом предпринимательской деятельности без образования юридического лица.

Инновация – внедрение в практику новых технологий, производство новой продукции и оказание услуг, отвечающих велению времени и др.

Калькуляция – подсчет себестоимости продукции, оказанной услуги, цены товара и т.п.

Конкурентоспособность предприятия – способность других предприятий, производящих определенные виды продукции, противодействовать эффективности их производственной, финансовой и маркетинговой деятельности.

Конкуренция – соперничество на каком-либо поприще между отдельными лицами (конкурентами), заинтересованными в достижении одной и той же цели, – например, борьба между предпринимателями за рынки сбыта и т.д.

Маркетинговые исследования – это сбор и анализ информации о товаре, к изготовлению и продаже которого готовится предприятие. Изучение рынка – важнейшая из задач маркетинговых исследований.

Субъекты менеджмента – это человек или группа людей, осуществляющих руководство в рамках организации для достижения поставленной цели.

Микрофирма – субъект малого бизнеса, юридическое лицо, ориентированное на тот или иной вид производства с минимальным числом участников.

Молодежное предпринимательство – слой общества в возрасте от 18 до 35 лет, который занимается предпринимательской деятельностью.

Общество с ограниченной ответственностью (ООО) – общество, члены которого несут ответственность за деятельность предприятия в зависимости от величины вложенного капитала.

Обязанности предпринимателя – правила, установленные законодательством, которых должен строго придерживаться предприниматель.

Ответственность предпринимателя – это ответственность предпринимателя за нарушение действующего законодательства, социальных норм и поведенческих правил.

Права предпринимателя – правила поведения предпринимателя, установленные и регламентированные законодательством и обычаями делового оборота.

Предприниматель – владелец предприятия, фирмы, деятель в экономической и финансовой сфере, личность, которая, опираясь на знания и опыт, занимается производством продукции или оказанием услуг.

Предпринимательский риск – это вероятность потери ресурсов в силу объективных и субъективных причин, будь то научно-технический проект, ошибочная оценка рынков сбыта, сбой в производстве и т.д.

Семейное предпринимательство – инициативная деятельность, осуществляемая членами семьи, в целях получения дохода (прибыли) на свой риск и под свою имущественную ответственность.

Семейным предприятием является субъект малого предпринимательства, создаваемый его участниками на добровольной основе на базе общего имущества, находящегося в долевой или совместной собственности участников семейного предприятия, а также имущества каждого из участников семейного предприятия для осуществления производства и реализации товаров (работ, услуг).

Стартап – компания с короткой историей операционной деятельности.

Себестоимость – это сумма расходов на производство и продажу товара.

Точка безубыточного производства – это состояние, когда доход полностью компенсирует производственные расходы. В точке безубыточного производства прибыль равна нулю.

Устав предприятия – документ, который четко определяет порядок, характер, границы и другую деятельность предприятия.

Учредительный договор – договор, заключаемый между учредителями юридического лица при его создании.

Фермерское хозяйство – одна из форм сельскохозяйственного предпринимательства по производству сельскохозяйственной продукции на арендованном у государства наделе земли.

Центр единого окна – специализированное государственное учреждение, занимающееся предоставлением различных государственных услуг для населения и предприятий, в том числе государственной регистрацией предпринимательской деятельности.

СОДЕРЖАНИЕ

Глава I. Предпринимательство: виды и формы

| | |
|---|----|
| Тема 1. Содержание и значение предпринимательства | 3 |
| Тема 2. Виды и формы предпринимательства | 9 |
| Тема 3. Индивидуальное предпринимательство | 14 |
| Тема 4. Семейное предпринимательство | 20 |
| Тема 5. Микрофирма и малое предприятие | 25 |
| Тема 6. Частное предприятие | 30 |
| Тема 7. Общество с ограниченной ответственностью | 34 |
| Тема 8. Акционерное общество | 38 |
| Тема 9. Сельскохозяйственное предпринимательство | 43 |
| Тема 10. Молодежное предпринимательство | 49 |

Глава II. Организация предпринимательства

| | |
|---|----|
| Тема 11. Разработка бизнес-плана | 53 |
| Тема 12. Бизнес-проект и стартап | 57 |
| Тема 13. Учредительные документы предприятия | 61 |
| Тема 14. Государственная регистрация предпринимателей | 66 |
| Тема 15. Ответственность предпринимательства | 70 |

Глава III. Капитал предприятия; расходы; финансовые итоги

| | |
|--|----|
| Тема 16. Капитал предприятия и его эффективное использование | 74 |
| Тема 17. Банковский кредит | 80 |
| Тема 18. Расходы предприятия | 85 |
| Тема 19. Себестоимость продукции | 89 |
| Тема 20. Итоги финансовой деятельности предприятия | 93 |
| Тема 21. Налогообложение предпринимательства | 99 |

Глава IV. Основы успешного предпринимательства

| | |
|--|-----|
| Тема 22. Роль маркетинга в бизнесе | 103 |
| Тема 23. Продажа и реклама товара | 107 |
| Тема 24. Руководство предприятием | 111 |
| Тема 25. Экспорт продукции | 115 |
| Тема 26. Инвестиционная деятельность | 120 |
| Тема 27. Инновационная деятельность | 124 |

Глава V. Риск и конкуренция в бизнесе

| | |
|---|-----|
| Тема 28. Оценка риска в предпринимательстве | 128 |
| Тема 29. Трудовые ресурсы предприятия | 133 |
| Тема 30. Рыночная конкуренция | 137 |
| Глоссарий | 141 |

Т 14 **Основы предпринимательства [Текст]:** Учебник для 11-х классов школ общего среднего образования и средних специальных, профессиональных образовательных учебных учреждений / У. Гафуров, К. Шарипов. – Т.: ИПТД «Узбекистан», 2018. – 144 с.

ISBN 978-9943-25-609-5

УДК 338.22(075.32)

ББК 65.290-2уа721

O'quv nashri

**Ubaydullo Vaxabovich G'afurov,
Quvondiq Baxtiyorovich Sharipov**

TADBIRKORLIK ASOSLARI

*Umumiy o'rta ta'lim muassasalarining 11-sinfi va o'rta maxsus,
kasb-hunar ta'limi muassasalari uchun darslik*

(Rus tilida)

Original-maket «O'zbekiston» nashriyot-matbaa ijodiy uyida tayyorlandi.
100011, Toshkent, Navoiy ko'chasi, 30.

Перевод с узбекского *Худайберганава И.А.*

Редактор *Л. Бабаева*

Художественные редакторы: *Р. Маликов, У. Сулаймонов*

Технический редактор *Б. Каримов*

Младший редактор *Г. Ералиева*

Корректор *Ш. Иногамова*

Компьютерная верстка *Ф. Хасанова*

Издательская лицензия АИ №158, 14.08.2009.

Подписано в печать 30 июля 2018 года. Формат 70×90¹/₁₆.

Бумага офсетная. Гарнитура Times New Roman.

Условно-печатных листов 10,53. Учетно-издательских листов 11,23.

Тираж 53 504. Заказ № 196-18.

Отпечатано в Издательско-полиграфическом творческом доме
«O'qituvchi» Узбекского агентства по печати и информации.

Ташкент – 206, ул. Янгишахар, 1.

Телефон: (371) 244-87-55, 244-87-20. Факс: (371) 244-37-81, 244-38-10.

e-mail: uzbekistan@iptd-uzbekistan.uz,

www.iptd-uzbekistan.uz