Қазақстан Республикасы білім және ғылым министрлігі

Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды университеті

Экономика факультеті

Экономика және халықаралық бизнес кафедрасы

АсановаМ.К., Райханова Г.А., Рахимжанова Р.А

«КӘСІПОРЫН ҚЫЗМЕТІН СТРАТЕГИЯЛЫҚ ТАЛДАУ ЖӘНЕ ЖОСПАРЛАУ» пәні бойынша

Дәрістер курсы

мамандығы: 7М04107001 - Экономика

Қарағанды 2021

**1 тақырып. Экономикадағы жоспарлаудың экономикалық мәні**

1. **Экономикалық талдау негіздері**

1. Нарықтық экономикадағы жоспар ұғымы және олардың маңызы

2. Жоспарлау функцияларының орны мен мәні

**1. Экономикалық талдау негіздері**

**Экономикалық  талдау  және теориялық  таным.**

Шаруашылық қызмет көптеген ғылымдардың зерттеу обьектіліері болып табылады.

Талдау обьектісін анықтау үшін шаруашылық қызметтің процестерінің негізін анықтау керек.

**Процес** д/з – бұл себепті шартты жағдайдың ағымы, құбылыстардың алмасуы белгіленген мақсаттарға сәйкес обьектілер жағдайлары.

Сонымен шаруашылық қызметі талдаудың пәні болып экономикалық процестер мен құбылыстардың себеп–салдарына байланыстары. Өндірісті басқару процесі барысында ұтымды шешім табады. Талдаудың мақсаты – бұл қол жеткізген нәтижелерді бағалау және   қызметінің тиімділігін жоғарылатудың резервтерін айқындау болып табылады.

Талдаудың мазаұны ғылыми пән ретінде оның атқаратын

Қызметтері:

 Экономикалық заңдардың әрекет ету заңдарын сипатын зерттеу, кәсіпорын  нақты жағдайда экономикалық процестер мен құбылыстардың қарқыны және заңдылықтарын орнату қызметі.

Ағымдағы және алдағы жоспарлардың ғылыми негізделуі – бұл дегеніміз кәсіпорын қызметінің нәтижелерін өткен жылға терең талдау жүргізу кәсіпорын  экономикасының даму заңдылықтарын зерттеу орын алған қателіктерімен жетіспеушіліктерін анықтау.

Талдаудың орталық қызметі ол кәсіпорын – да алдыңғы қатарлы тәжірибелер, ғылыми жетістіктердің негізінде өндіріс тиімділігін арттыратын, резервтерді ашу, іздеу қызметін атқарады.

Қолда бар мүмкіншіліктерді пайдалану. Жоспарлардың орындалуы қол жеткізген экономиканың даму деңгейі  бойынша кәсіпорын қызметінің нәтижелерін бағалау.

Айқындалған резервтерді пайдалану бойынша шараларды қарастыру.

Ресурстарды тиімді пайдалану мақсатымен басқармалық және қаржылық шешімдер мен жас-ң орындалуын бақылау.

Талдау қол жеткізген нәтижелерді бағалап қана қоймай қателіктер мен жетіспеушіліктер ді айқындайды және де өндіріс процестердің оперативті ықпал етеді. Сондықтанда талдаудың оперативтілігі әреккеттілігін бағалау.

2. Басқаша айтқанда, экономикалық құбылыстардың  бағалауда мемлекеттік экономикалық әлеуметтік халықаралық топтарымен саясатына сәйкес келуін ескеру қажет. Талдау ғылыми сипатта болуы шарт яғни таным теориясының диалектикалық жағдайына негізделуі керек өндірісті дамытудың экономикалық заңдарына талаптарын есептеп, экономикалық зерттеулердің жақ әдістемелерінпайдалану қажет.

Талдау кешенді болуы қажет, яғни кәсіпорын экономикалық жақтарын қамтуы қажет.

Жүйені ыңғаймен қамтамасыз ету. Бұл талап әрбір зерттейтін обьект күрделі динамикалық жүйе ретінде қарастырғанда қойылады.

Әрбір обьекті қарастырғанда және сыртқы байланыстарды есепке алып олардың жеке элеменнтерінің  өзара бағыныштылығы зерттеледі.

Талдау обьекті нақты тура болуы қажет. Ол қорытындылар тура талдамалы есептеулермен негізділуі керек.

Талдау әрекетті болуы шарт, яғни өндіріс барысы мен оның нәтижелеріне белсенді ықпал етуі, өз уақытында жұмыстағы қателіктер туралы н\о басқармасына мәлімет беруі қажет.

Талдау жоспар бойынша жүргізілуі қажет. Талдау оперативті болуы қажет. Талдаудың  еркінділігі ол д/з – талдауға жұмысшылардың көп бөлігінің қатысуын білдіреді.

Талдау тиімді болуы қажет. Яғни оны өткізуге кететін шығындар қайтарымды болуы қажет. Бұл қағидаларды талдаудың кез келген деңгейінде жетекшілікке алуы керек.

**Экономикалық талдаудың обьектілері.**

**1.** Шаруашылық  қызмет көптеген  ғылымдардың  зерттеу  объектілері  болып  табылады.  Талдау  объектісін  анықтау үшін  шаруашылық  қызметтің  процесттерінің  негізін  анықтау  керек. **Процес  дегеніміз –** бұл  себепті  шартты  жағдайлардың ағымы, құбылыстардың  алмасуы  белгіленген  мақсаттарға  сәйкес объектілер  жағдайы. Сонымен  шаруашылық  қызметті талду болып экономикалық  процестер мен құбылыстардың  себеп  салдарына  байланыстары. Өндірісті  басқару  процесі  барысында  ұтымды шешім  қабылдау болып  табылады. **Талдаудың  мақсаты** – бұл  қол жеткізумен  нәтижелерді  бағалау  және  кәсіпорын  қызметінің  тиімділігін  жағдайлардың  резервтерін  айқындау болып  табылады. **Талдау  объектісі** – шаруашылық  қызметтінің  эканомикалық  нәтижелері  болып  табылады. **Талдаудың  мазмұны**  ғылыми  пән  ретінде  оның  атқаратын  қызметтері  негізінде  айқындалады.

**Қызметтері :**

1. Эканомикалық  заңдардың  әрекет  ету  заңдарын  сипатын  зерттеу, кәсіпорын  нақты  жағдайында  экономикалық  процестер мен  құбылыстардың  қарқыны  және  заңдылықтарын  орнату  қызметі.
2. Ағымдағы  және  алдағы  жоспарлардың  ғылыми  негізделуі – бұл дегеніміз кәсіпорын  қызыметінің  нәтижелерін  өткен  жылға  терең талдау жүргізу, кәсіпорынның  эканомикасының  даму заңдылықтарын  зерттеу  орны  алған  қателіктер  мен  жетіспеушіліктерді  айқындау.
3. Талдаудың  орталық  қызметі  ол  кәсіпорында  алдынғы  қатарлы. Тәжербиелер  ғылыми  жетістіктердің  негізінде  өндіріс  тиімділігін  арттыратын, резервтерді  ашу, іздеу қызметін  атқарады.
4. Қолда бар  мүмкіншіліктерді  пайдалану. Жоспарлаудың  орындалуын  қол жеткізудегі  экономиканың  даму деңгейі  бойынша кәсіпорын  қызметінің  нәтижелерін  бағалау.
5. Айқындалған  резервтерді  пайдалану  бойынша  шараларды  қарастыру.
6. Ресурстарды  тиімді  пайдалану  маңызымен,  басқарманың  және  қаржылық  шешімдер  мен  жоспарлардың  орындалуын  бақылау.

**Экономикалық  талдаудың мазмұны мен мақсаты.**

Талдау  қол  жеткізген  нәтижелерді  бағалап  қола  қоймай,  қателіктер  мен жетістіктерді  айқындайды  және де  өндіріс  процестеріне  оперативті  ықпал етілді.  Сондықтан  да  талдаудың  оперативтілігі  әрекеттілігін  бағалау.

Эканомикалық  құбылыстар  процестері  мен  шаруашылық   жүргізу.  Өз  нәтижелерін  бағалауда  талдау  мемлекеттік  ыңғайда  негізделеді.

1. Басқаша  айтқанда,  экономикалық  құбылыстарды  бағалауда  мемлекеттік  экономикалық  әлеумиеттік  халқаралық зандары  мен  саясатына  сәйкес  келуін  есептеу  қажет.
2. Талдау  ғылыми  сипатта  болуы  шарт  яғни  таным  теориясының  диолектикалық  жағдайына  негіздемелер керек  өндірісті  дамытудың  экономикалық  зеріттеулердің  жаңа  әдістемелерін  пайдалану  қажет.
3. Талдау  кешенді  болуы  қажет, яғни  кәсіпорын  экономикалық  қызыметінің  барлық  жақтарын  қамтуы  қажет.
4. Жалпы  ыңғаймен  қамтамасыз  ету.  Бұл  талап әрбір  зеріттелетін  объект  күрделі  динамикалық  жүйе  ретінде  қарастырғанда қойылады. Әрбір  объекті  қарастырғанда ішкі  және  сыртқы  байланыстарды  есепке  алып  олардың  және элементтерінің  өзара  тәуекелділігінен  өзара  бағыныштылығы зерттеледі.
5. Талдау  объекті  нақты  тура  болуы  қажет. Ол  объекті  қызыметті  айқындайтын  тексерілген  дұрыс  мәнге  негізделуі  қажет. Ол қорытындылар  тура  талдамалау  есептеулермен  негізделуі  керек.
6. Талдау әрекетті  болуы шарт  яғни  өндіріс  барысы мен  оның  нәтижелеріне  белсенді  ықпал  етуі, өз  уақытын  да  жетіспеушілікті  айқындауы,  жұмыстағы  қателіктер  туралы,  кәсіпорын  басқармасына  мәлімет  беруі  қажет.
7. Талдау  жоспар  бойынша  жүргізілуі  қажетт.
8. Талдау  оперативті  болуы  қажет.
9. Талдаудың  еркінділігі  ол дегеніміз – талдауға  жұмысшылардың  көп бөлігінің  қатысуымен  білдіреді.
10. Талдау  тиімді  болуы  қажет, яғни  оны өткізуші  ететін  шығындар  болуы  қажет.

    Бұл  қағидаларды  талдаудың  кез – келген  денгейінде  жетекшіліке  алуы  керек.

**Экономикалық талдау және басқа ғылымдармен байланысты. Экономикалық талдау түрлері.**

 Эканомикалық  талдау  бірқатар  эканомикалық  және  эканомикалық  емес   тығыз  байланысты.

1. кезекте  талдаумен  байланысты  ғылымның  ішінде  эканомикалық  теорияны  байланысты  көруге  болады. Ол  эканомикалық  заңдарды  олардың  әрекет  ету  механизімі  зеріттеп, барлық  эканомика  дамуының  теориялық  негізін  құрайды.

Талдамалық  зеріттеулерді  жүргізудің  барысында  осы  заңдардың әрекетін  есепке  алу  қажет.

Сонымен  қатар  экономикалық  талдау,  өндірісті  ұйымдастыру және жоспарлаумен  тығыз  байланысты. Талдау  кезінде  жоспарлы   материалдар  кең  түрде  қолданылады. Сондықтан  талдау  жүргізуші  экономиканы мемлекеттік  реттеу  негіздерін  және  талданып  отырған  кәсіпорынның  өндірісті  жоспарлау  әдістемесін  жақсы  білуі  қажет. Талдаудың  бухгалтерлік  есептен  байланыстылығы  2-ні жақты  сипатта  болады.

1.жағынан  бухгалтерлік  есеп  мәліметтері, шаруашылық  қызыметті  талдау  кезінде, деректердің  басты  қайнар  көзі  болып  табылады.

2.жағынан  талдауға  пайдаланған  талаптар, өз  кезенінде  бухгалтерлік есепке  де  қойылады.

Сондай – ақ  талдау  мен  статистикалық  байланыстар  арасындағы  белгілі – бір  байланыстарда  орын алады. Сонымен қатар  экономикалық талдау  кәсіпорындарда  қаржыландыру  және  несиелеумен  тығыз  байланысты.

Ұлттық  экономиканың сәйкес  салаларын,  қаржыландыру  мен несиелеу  тәртіптілік  қаржылық  және  несиелеу органдарынан мекемелерімен  байланыстылығын белгілейтін  шаруашылық.

Қызметті  жоғары  дәрежеде  талдауға  мүмкіндік  жоқ. Бұл  ғылымда белгілі – бір  дәрежеде  бірлік  бірі  өзара  байланысты. Талдаудың  негізгі  объектілеріне  жататындар.

* Кәсіпорының  өндірісттік  құрылымы  өндірілген  өндірістің  үлгісі, өндіріс  кезеңін  ұйымдастыру.
* Өндірісті  басқару  процесін  ұйымдастыру.
* Шаруашылық  статистикасын  таңдау  өнімді  өндіруді  жоспарлау  және  өнімді  сатуды  әзірлеу.
* Өндірісті  қал-у  капиталды  пайдалану  және  кәсіпорынның  табысын  қорландыру.
* Өндірістің  материалдық  техникалық,  базамен  қамтамасыз  етілу.
* Шикізаттардың  материалдық  жеткізілуі  босалқы  қорды  қолдау  және  оларды  ұтымды  пайдалану
* Өндірістің  техникалық  жағдайымен  қажетті  инфрақұрылымды  құрылыс,
* Өндірістік  шығындарды  қалыптастыру өнімнің  өзіндік  құнын кав-сы өн-ң баға  сая-ты,
* Өндірістің  қаржы  ресурстары: Қаржылық  шаруашылық  қызыметі,кә-ті тәу-к  баға.
* Кәсіпорын  жаңару  қызметі  өнімнің  сапасы  және  эканомикалық  проблемалар.
* Кадрларды іріктеу,  оларды жұмысқа  қабылдау  еңбекті  ұйымдастыру, еңбекке  ақы  төлеу жүйесі, және  еңбек  өнімділігін  арттыруды  ынталандыру.

Шаруашылық қызметтер талдауының жіктелуі

Олар сәйкесінше салалық  кезеңдік, кеңістік белгілерінен,  периоттық жүргізу, басқару объектілері.

Зерттеу әдістері, объекті жалпы  қамту прогламалардың мазмұндары, тұтынушыларды талдаудан тұрады.

Шаруашылық қызметтің талдауының жіктелуі оны дұрыс түсіну үшін оның мазмұны мен тапсырмалары үлкен мағынаға ие. Экономикалық әдебиеттерде шаруашылық қызметтерді талдау әр түрлі мағынасы бойынша жіктелінеді. Солар баойынша, қоғамдық еңбекті болуы негізінде анықталады, талдау салалық болып бөлінеді. әр түрлі экономикалық салалар (өндірістік, ауыл шаруашылық,көлік сауда ж.т.б)  яғни оларға арнайы тәсілдер қолданылады, және сала аралық.  Бұл ұлттық экономиканың шаруашылықтың қызметін талдаудың теориялық және методологиялық болып табылады. Яғни шаруашылық  қызметтің талдауының теориясы.

Салалық шаруашылық қызметін талдаудың объекті қажеттелігі өндірістегі салалардың әртүрлі болуымен түсіндіріледі қоғамдық өндірістерідің саласы өзінің еңбектің әрқилығын ерекшеліктеріне ие, өзінің мамандануы яғни экономикалық қарым қатынастар нәтижесінде болады.  Әр түрлі салалардың мамандануы әр экономикалық ерекшелігімен шарттарын жасау қажеттілігімен негізделеді.

Салалық барлық қоғамдық өндіріс салалары Бір\*бірімен тығыз байланысты оларда  ортақ нәрсе көп жеке салалардың бір-бірімен байланысы, олардың арасындағы ішінара байланыстың болуы саларалық талдауын Шаруашылық қаржылық талдау жасау қажеттелігін тудырады. Шаруашылықты қызметтің талдаудың теориясы бұл- ғылымның жалпы методологиялық ерекшеліктерін ашып көрсетеді. Шаруашылық қызметті талдаудың әр түрлі экономикалық саласын  алдыңғы тәжербиелермен толықтырады. Экономикалық анализдің мазмұнын  жалпы және салаларды қоса толықтырады. Экономикалық талдау бойынша жалпы теориялық білімін білу, салааралық талдауда ұқыпты квалификациялық практикалық қолданудың біріңғай әдісін  жасау қажетті шарттардың бірі болып табылады.

Кезеңдік белгісі бойынша шаруашылық қызметті талдау алдағы кезең мен  келешектегі ретраспективті тарихи. Алдағы кезеңді талдау шарашылық операциялардың іс-жүзіне асырғанша жүргізіледі. Басақарушылық шешіммен жоспарлы тапсырма  саларалық болжамжы жоспарлау және жоспарды орындау  күтімділік бағасы, ескерту қажеттілігіне негізделеді.

Келешектегі талдау шаруашылық акт аяқталғанан кейін жүргізіледі. Ол жоспарды орындауды қадағалау пайдаланбаған резевтер қорын қорытындылау кәсіпоарын шешімдеріне қанағатты баға беру негізінде қолданылады.

Ретроспективті талдау оперативті және қорытынды деп бөлінеді. Оперативті талдау шаруашылық  операциялары аяқталғанан немесе ситуациялық аз уақыт ішінде  өзгеруіне негізделеді.

Қорытынды есеп беру кезеңінде жүргізіледі.

Оның құндылығы кәсіпорынның кезең ішінде есеп қорытындысын ауқымды және жан жақты зерттеуді қолда бар мүмкіндікті пайдалану кәсіпорындағы  толық баға  беруді қамтамасыз етеді.

Кеңістік белгілері бойынша ішкі шаруашылық немесе  шараушылық аралық талдауды қарасытрады.

Ішкі шаруашылық талдау тек қана  зерттелетін кәсіпорын мен рның өлшемдері мен қызметтерін қарасытрады.  Шаруашылық аралық талдауда екі немесе одан көп кәсіпорындардың шешім қызметтері салыстырылады. Алдағы тәжербие мен кемшіліктер кәсіпорын қызметінің тиімділігіне дұрыс бағалау айқындауға мүмкіндік береді.

Мазмұндық программаны талдау кешенді және  тақырыптық болып келеді. Кешенді талдау кәсіпорын қызметін жан-жақты қарасытырады. Сол уақыттығы қызықты мәліметтердің мысалы материалдық ресурстарды қолдану кәсіпоарнының өндірістік қуатты өнімінің өзіндік құнын төмендеті немесе тағы басқа. Осы айтылған шаруашылық қызметін талдау формалары ұйымдастыру  ен жүргізу әдістері өз бетінше біріңғай.

**Экономикалық  талдаудың әдістері.**

Әдіс пен ғылымда  өзінің зерттеу тәсілін түсінеміз талдау әдісінің сипатты белгілері оның өр уақытта салыстырыпп отыру қажеттілігі. Талдаудың маңызды әдістемелік негізі тек ғана  себеп-салдарды айқындап  қана қоймай индукция және дедукция  әдісі ароқылы   жүзеге  асырады.

Индукциялық талдау – жекеден жалпыға өту.

Дедукциялық талдау -  жалпыдан жекеге өту.

Элементтің  жүйелігі  олардың өзара  тәуеоділігін өзара байланыстылығын зерттеуге негізделеді.

Индукция мен дедукция әдістері  талдауда бір бірін толықтырып отырады. Жалпылау талдауда маңызды құбылыстар болып табылады. Кәсіпорындардың шаруашылық қызметінің процестері мен экономикалық құбылыстардың экономикалық себеп-салдарын жүйелі түрде және кешенді түрде, көрсеткіштер жүйесі жасалынып пайдаланылады. Жүйелі ыңғай бұл зерттеупроцесінде бірнеше бағыт болып табылады.

Жүйелі талдаудың процесінде бірнеше бағыттарды бөліп көрсетуге болады.

* Талдау процесінде белгілі-бір жүйе  ретінде қарастырылады.
* Оның негізгі мақсаты бір элементті толық  жасап баға бере алатын көрсеткіштерді жинау.
* Зерттеліп отырған жуйеснің  жалпы  кестесі жасалады.
* Жүйенің жалпы түрдегі экономикалық, математикалық  үлгіні қарастырылады.
* Үлгімен жұмыс жасау

 Нарықтық қатардың қалыптасуы шаруашылық қызметінің бір тұтас кешенді талдауды ішінен және сыртқы талдауды бөлуді  қажет  етіп отыр .

Талдаудың бұл  түрлерінің әрқайсысының негізгі ақпаратты көздері бар.

Әлемдік тәжірбе көрсеткендей есеп-берудің екі түрі бар.

Бірінші түрі: акционерлерді, қалың жұртшылықты, банктерді, сондайақ сақтандыру ұйымдары және үкімет органдары, кәсіпорындардың жұмыс жағдайын және есептік кезеңге шаруашылық қызметтің нәтижелерімен таныстыру үшін қаржылық  басылымдармен бюллютендерде   арнайы анықтамаларда басылымдарда шығарылатын түрі

Екінші түрі: Басқару талдау түрі бұл  кәсіпорында шығатын өнімдердің және құнының өзіндік құнының нормативтері туралы сондай-ақ сапасының  төмендегені немесе ьтауардың мөлшерінің тыс шығарылып өтпей қалғанына байланысты мәлімдемелерден тұратын қатаң құпияландырылған басқа  тұлғалар үшін жабық болып табылатын ақпарат көзі.

 Ішкі есеп-берудің ішінде  жауап кершілікорталарымен олардың пайда болу орындары бойынша  шығындар сияқты  және  бөлімшелердің  жұмыс  нәтижелері  сипаттайтын маңызды көрсеткіштер туралы есеп-беру болып табылады.

Кәсіпорынның  жеке бөлімшелерінің шаруашылық  жүргізу  деңгейін анықтау  шығындар мен  нәтижелерді салыстыру , кім қалай жұмыс  жасайтындығын көруге мүмкіндік береді және еңбекке  ақы төлеуге қандайда бір иесіздікті жояды. Ішкі талдау  басқару есебін ал сыртқы талдау  қаржыны қаржының есебін жүргізеді.Бүгінгі таңда нарыққа өту деңгейін бағалауда жаңа  амалдар қажет.

**Талдаудың әдістері және оларды жіктеу**

Талдау әдісін  пайдалану  зерттеудің  бірқатар  талдамалық әдістемелері арқылы көрсетуге болады. Ал жалпы әдістеме деп кез-келген  жұмысты мақсаты түрде  орындалуының  тәсілдерімен ережелерінің жиынтығын  түсінеміз. Сонымен қатар экономикалық  талдаудың әдістері талдаумақсаттарының техникалық түрде жүзеге асыруға мүмкіндік беретін экономикалық талдаудың аналитикалық құралы болып табылады.

Өлшеу – экономикалық талдаудың бір элементті ретінде  сандық өлшемді анықтау процесін және  бизнес жоспардың шаруашылық обьектінің тиімділігі мен  динамикалық роындау нәтижелеріне бөлек фактордың  әсер ету бағытын көрсетеді.

Экономикалық қызметтің аналитикалық зерттеу соңғы кезеңінде  талдау нәтижелерінде  басқару шешімдерін қабылдау үшін ұсыеыстарда өңделетін экономикалық талдау әдістері.

FSA (құндық функцияналдық әдіс) – бұл  әдіс өнімнің өмірлік циклі  барысындағы  бір өнім бірлігіне кеткен  шығындардың  тиімділігінің жоғарылауын, өңделетін өнімнің  қызметін бекітетін операцияларды зерттеу әдісі.

SWOT – талдау әдісі (күш, әлсіздік,мүмкіндік және  қауіп деген мағананы білдіреді) бұл әдіс ұйымның  әлсіз немесе күшті жақтарын талдауға, потенциады  қауіпті  ортаны  жоспарлау мен  танып білуге  кәсіпорын стратегиялық  және тактикалық мүмкіндігін талдауға, қауіптерді жоюға әлсіз жақтарын төмендетуге, күшті жақтарын кеңейтуге бағытталған әдіс.

 «Тар орындарды» ашып көрсету және жүргізуші звенолар әдісі.Бұл әдіс  тереңдетілген  талдаудың бірінші кезеңіндегі  обьектілігін ашып көрсетуге мүмкіндік береді.

Бұл әдіс шаруашылық қызметтің  тиімділігін  жоғарылататын немесе дамуын қалыптастыратын немесе ұйымның қызметтік көрсеткіштеріннің төмендеуіне әсер ететін факторды ашып көрсетуде қолданылады.

«Тар орындарды»  ашып көрсету әдісі  бағалаудың өсу көрсеткіштерінің қатынасы арқылы қарастырылады. Олардың ішінде «тар орынды» анықтау үшін, теңсіздіктің жалпы мақсатты көрсеткіштерді дұрыс қою қажет.

Ал жүргізуші звено әдісі резервтерді анықтауда проритетді бағытты ашып көрсетеді яғнм экономикалық талдаудағы әдістер.

**Салыстыру тәсілі. Көрсеткіштерді салыстырмалы  түрде келтіру әдістері.**

Эксперттік әдіс -  маңыздылығы кәсіби  білімдерді,  тәжірибелерді ойлауды  қабілетті терең эксперт маманды тарту арқылы логикалық түрдегі талдауды жүргізілетін әдіс.

Эвристикалық әдіс  – (грек тілінен аударғанда «іздеудемін» «табудамын»  «ашудамын»  деген мағынаны білдіреді) шындықты ашып көрсету мен теорилық зерттеу ережелерді зерттеудің терең нәтижелері.

Экономикалық талдаудың тәсілдері сандық және сапалық..

Сапалық  тәсілдер -  кәсіпорынның  қаржылық жағдайы туралы  нәтижелерді қорытындылап  талдауға, өтімділік пен төлем қабілеттілігін талдауға, инвестициялық потенциялды анықтауға ұйымның несие қабілеттігін анықтауға мүмкіндік береді.

Сандық әдіс – нәтижелі көрсеткішке түрлі факторлардың әсер етуі дәрежесін бағалау жоспарлау мен болжауға бағытталған әдіс, ол келесі түрлерге бөлінеді.

1) Статистикалық әдіс – бақыау, орташа өлшемдерді  анықтау,салыстыру мен топтастыру  индексін есептеу  және графмкалық әдістер жиынтығы.

2)      Бухгалтерлік (екі жақты жазуәдісімен баланыстық әдіс)

3)  Экономикалық-математикалық әдіс ( жай математикалық әдістері және т.б)

Сандық талдаудың әдістері мен тәсілдері келесідей  сандық әдістерден тұрады.

Факторлық талдау - олардың   тәртіптерін  зерттеу мақсатында  А және Б фактордың  бөлшектерінің зерттелуі  құрамдық элементтер бойынша жүргізіледі.Мұнда фактордың бөлшектелуі әрі қарайда жүргізілуіде мүмкін.

Стохостикалық факторлық талдау – нәтижелі  көрсеткішпен функцияналды көрсеткіштің байланыстан айырмашылығы ықтимал,  бірақ факторды толығымен зерттемейді.

Көрсеткіштердегі оптимизасия тәсілі: экономикалық-математикалық, программалау, жиынтық қызметті көрсету теориясы, операцияларды зерттеу  әдістерінің жйынтығы.

**Қатысты және  орта шамалар тәсілі. Топтастыру тәсілі..**

Өзіндік құрамы бойынша көрсеткіштер абсалютты  және  салыстырмалы болып бөлінеді.

Абсалютты көрсеткіштерге - ақшалай натуралды немесе еңбек сиымдылығы және т.б.

Салыстырмалы көрсеткіштерге – пайыз, коэффицент, индекстермен анықталады.

**Кешенді талдаудың көрсеткіштер жүйесі**



**Факторлық  талдаудың түсінігі, мақсаты  және типтері.**

Ұлттық  экономиканың сәйкес  салаларын,  қаржыландыру  мен несиелеу  тәртіптілік  қаржылық  және  несиелеу органдарынан мекемелерімен  байланыстылығын белгілейтін  шаруашылық.

Қызметті  жоғары  дәрежеде  талдауға  мүмкіндік  жоқ. Бұл  ғылымда белгілі – бір  дәрежеде  бірлік  бірі  өзара  байланысты. Талдаудың  негізгі  объектілеріне  жататындар.

* Кәсіпорының  өндірістік  құрылымы  өндірілген  өндірістің  үлгісі, өндіріс  кезеңін  ұйымдастыру.
* Өндірісті  басқару  процесін  ұйымдастыру.
* Шаруашылық  статистикасын  таңдау  өнімді  өндіруді  жоспарлау  және  өнімді  сатуды  әзірлеу.
* Өндірісті  қал-у  капиталды  пайдалану  және  кәсіпорынның  табысын  қорландыру.
* Өндірістің  материалдық  техникалық,  базамен  қамтамасыз  етілу.
* Шикізаттардың  материалдық  жеткізілуі  босалқы  қорды  қолдау  және  оларды  ұтымды  пайдалану
* Өндірістің  техникалық  жағдайымен  қажетті  инфрақұрылымды  құрылыс,
* Өндірістік  шығындарды  қалыптастыру өнімнің  өзіндік  құнын кав-сы өн-ң баға  сая-ты,
* Өндірістің  қаржы  ресурстары: Қаржылық  шаруашылық  қызыметі,кә-ті тәу-к  баға.
* Кәсіпорын  жаңару  қызметі  өнімнің  сапасы  және  эканомикалық  проблемалар.
* Кадрларды іріктеу,  оларды жұмысқа  қабылдау  еңбекті  ұйымдастыру, еңбекке  ақы  төлеу жүйесі, және  еңбек  өнімділігін  арттыруды  ынталандыру.

 Шаруашылық қызметтер талдауының жіктелуі

Олар сәйкесінше салалық  кезеңдік, кеңістік белгілерінен,  периоттық жүргізу, басқару объектілері.

Зерттеу әдістері, объекті жалпы  қамту прогламалардың мазмұндары, тұтынушыларды талдаудан тұрады.

**Экономикалық  талдаудың факторларын жіктеу  және жүйелеу**

Шаруашылық қызметтің талдауының жіктелуі оны дұрыс түсіну үшін оның мазмұны мен тапсырмалары үлкен мағынаға ие. Экономикалық әдебиеттерде шаруашылық қызметтерді талдау әр түрлі мағынасы бойынша жіктелінеді. Солар баойынша, қоғамдық еңбекті болуы негізінде анықталады, талдау салалық болып бөлінеді. әр түрлі экономикалық салалар (өндірістік, ауыл шаруашылық,көлік сауда ж.т.б)  яғни оларға арнайы тәсілдер қолданылады, және сала аралық.  Бұл ұлттық экономиканың шаруашылықтың қызметін талдаудың теориялық және методологиялық болып табылады. Яғни шаруашылық  қызметтің талдауының теориясы.

Салалық шаруашылық қызметін талдаудың объекті қажеттелігі өндірістегі салалардың әртүрлі болуымен түсіндіріледі қоғамдық өндірістерідің саласы өзінің еңбектің әрқилығын ерекшеліктеріне ие, өзінің мамандануы яғни экономикалық қарым қатынастар нәтижесінде болады.  Әр түрлі салалардың мамандануы әр экономикалық ерекшелігімен шарттарын жасау қажеттілігімен негізделеді.

Салалық барлық қоғамдық өндіріс салалары Бір\*бірімен тығыз байланысты оларда  ортақ нәрсе көп жеке салалардың бір-бірімен байланысы, олардың арасындағы ішінара байланыстың болуы саларалық талдауын Шаруашылық қаржылық талдау жасау қажеттелігін тудырады. Шаруашылықты қызметтің талдаудың теориясы бұл- ғылымның жалпы методологиялық ерекшеліктерін ашып көрсетеді. Шаруашылық қызметті талдаудың әр түрлі экономикалық саласын  алдыңғы тәжербиелермен толықтырады. Экономикалық анализдің мазмұнын  жалпы және салаларды қоса толықтырады. Экономикалық талдау бойынша жалпы теориялық білімін білу, салааралық талдауда ұқыпты квалификациялық практикалық қолданудың біріңғай әдісін  жасау қажетті шарттардың бірі болып табылады.

Кезеңдік белгісі бойынша шаруашылық қызметті талдау алдағы кезең мен  келешектегі ретраспективті тарихи. Алдағы кезеңді талдау шарашылық операциялардың іс-жүзіне асырғанша жүргізіледі. Басақарушылық шешіммен жоспарлы тапсырма  саларалық болжамжы жоспарлау және жоспарды орындау  күтімділік бағасы, ескерту қажеттілігіне негізделеді.

**Факторлық  жүйелердің  қайта  құрастырылуы және детерминациялық моделдеу.**

Келешектегі талдау шаруашылық акт аяқталғанан кейін жүргізіледі. Ол жоспарды орындауды қадағалау пайдаланбаған резевтер қорын қорытындылау кәсіпоарын шешімдеріне қанағатты баға беру негізінде қолданылады.

Ретроспективті талдау оперативті және қорытынды деп бөлінеді. Оперативті талдау шаруашылық  операциялары аяқталғанан немесе ситуациялық аз уақыт ішінде  өзгеруіне негізделеді.

Қорытынды есеп беру кезеңінде жүргізіледі.

Оның құндылығы кәсіпорынның кезең ішінде есеп қорытындысын ауқымды және жан жақты зерттеуді қолда бар мүмкіндікті пайдалану кәсіпорындағы  толық баға  беруді қамтамасыз етеді.

Кеңістік белгілері бойынша ішкі шаруашылық немесе  шараушылық аралық талдауды қарасытрады.

Ішкі шаруашылық талдау тек қана  зерттелетін кәсіпорын мен рның өлшемдері мен қызметтерін қарасытрады.  Шаруашылық аралық талдауда екі немесе одан көп кәсіпорындардың шешім қызметтері салыстырылады. Алдағы тәжербие мен кемшіліктер кәсіпорын қызметінің тиімділігіне дұрыс бағалау айқындауға мүмкіндік береді.

Мазмұндық программаны талдау кешенді және  тақырыптық болып келеді. Кешенді талдау кәсіпорын қызметін жан-жақты қарасытырады. Сол уақыттығы қызықты мәліметтердің мысалы материалдық ресурстарды қолдану кәсіпоарнының өндірістік қуатты өнімінің өзіндік құнын төмендеті немесе тағы басқа. Осы айтылған шаруашылық қызметін талдау формалары ұйымдастыру  ен жүргізу әдістері өз бетінше біріңғай.

 **Капиталды пайдаланудың интенсивті және тиімділік көрсеткіштері.**

Капитал қалай орналасқан, қандай сферада және қандай қызметте қолданылады, осыған  байланысты кәсіпорынның  тиімді қызметімен оның қаржылық жағдайы тәуелді болып келеді. Сондықтан капиталдың орналасуы мен қалыптасуын талдау кәсіпорынның үлкен рөлді атқарады.Бұндай талдау жүргізудің негізгі ақпарат көзі болып  бухгалтерлік баланс табылады.

Кәсіпорынның бұйрығымен баланстың актив  бөлімінде капиталдың орналастырылуы туралы мәліметтер көрсетіледі. Әрбір капиталдың түрлеріне байланысты жеке-жеке баланстың баптары көрсетіледі.

Осы мәліметтер негізінде кәсіпорын балансының актив бөлімінде қандай өзгерістер болғанын және кәсіпорынның жылжымайтын мүліктері, сондай-ақ айналым құралдары олардың ішінде өндіріс сферасы анықталады.

Кәсіпорынның құралдарын ішкі айналымда, сондай-ақ сыртқы айналымда қолдануға болады (дебиторлық берешек, акция, құнды қағаздар).

Кез келген кәсіпкерлік қызмет сферасында нақты қолма – қол ақшамен бастау алады, оның есебінен керекті ресурстар саны, өндіріс процесі және өнім өтімі ұйымдастырылады.

Капитал айналымы жүйелі өз қозғалысы барысында  3 сатыдан өтеді:

* дайындау
* өндірістік
* өтімді

Бірінші сатыда кәсіпорын өзіне  қажетті негізгі қорлар, өндірістік қорларға ие болады.

Екінші  сатыда құралдардың бір бөлігі қорлар түрінде өндіріске тұседі, ал бір бөлігі қызметкерлерге еңбек ақы төлеуіне, салықтар және басқа да шығындар. Бұл саты дайын өнім шығарумен аяқталады.

Үшінші сатыда дайын өнім іске асады және  кәсіпорын шотына ақша құралдары ретінде түседі, кәсіпкердің алынған пайда мөлшеріне алғашқы сомасы көбірек.

Демек, капитал тезірек айналым жасаса, соғұрлым кәсіпорын өнімді алады және іске асырады. Жылдам айналымның арқасында ең біріншіден, өнім шығару көп қаржы жұмсамай жылдық өнім шығаруы көбейеді. Өнімнің  жылдам айналымның арқасында қаржы табысы көбейеді. Егер өндіріс пен тауар өткізу табыс әкелмесе, онда тауар айналымы жылдамдылығы қаражаттардың төмендеуіне әкеледі.

Капитал пайдасының көтерілуі өндіріс өнімдерін дұрыс үнемдеудің арқасында, шығынды көп жібермеудің арқасында барлық тауар айналымының жоғалуы осының салдарынан капитал ең бастапқы сомасына пайдамен келеді. Капиталды тимді пайдаланудың арқасы рентабельділік болады. Жылдық табыс пен иайналым капиталына капиталдың интенсивті пайдалануын талдау үшін коэффицент айналымы есептеледі, керісінше айналым коэффицентке капитал деген көрсеткіш болады. Байланыс капитал рентабельділікпен және айналым келесідей көрсетіледі:

Пайда / орта жылдық капитал сомасы = пайда / өткізуден табыс  х  өткізуден табыс  /  орта жылдық капитал сомасы  немесе ативтің рентабельділігіне (ROA) тең, сату рентабельділігіне (Rpп) көбейтеміз айналым капиталына (Коб).

ROA = Коб х Rpп

Бұл көрсеткіштер шет мемлекеттерде кәсіпорынның қаржысын бағалауда пайдаланады.  Капитал рентабельділігін  талдауда табыс бөлінеді. Негізгі концепциялардың рентабельлігін есептеу әлде қайда қарапайым, бірақ берілген инвестициялық база көрсеткіштері туралы көптеген пікірлер қалыптасқан.

Пайданың активтің жалпы соммасын, А.А.Бернстайнның пікірінше, ең жоғарғы көрсеткіш кәсіпорын қызметінің тиімділігін көрсетеді. Ол басшылық енгізген  активтердің табысын сипаттайды, олар құрылым көзіне тәуелсіз болып табылады.

Кейбір жағдайларда ROA-ді есептеуде активтердің жалпы сомасынан өндірістік есес активтердің алып тастағанға тең болады (негізгі құралдар мен қорлар, МЕА, алдағы кезең шығындары және т.б). Бұның ерекшелігі активтерерінен түскен  табысты басшылыққа жауапкершіліккті жүктемеу үшін жасалады, ол анық септігін тигізеді. А.А.Бернстайнның пікірінше, осы іс-әрекетті былай түсіндіреді, ROA-ны анықтау үшін ішкі басқару құралы  ретінде пайдалану тиімді және кәсіпорынның жалпы тиімділігін бағалау үшін жарамайды.

Акционерлер мен кердиторлар өз қорларын активтерге салуға кәсіпорын  басшылығына сеніп береді, өйткені олардың табыс әкімейтін болғандықтан. Егер осы активтерге капитал салуға  себептер болса, онда ROA есептеу кезінде инвестициялық базаны шығарып тастаудың  енқандай қажеті жоқ.

ROA-ны есептеу кезінде мүліктердің амотизациясын  инвестиция  базасына қосып, оны  бастапқы  және қалдық құны бойынша  есептеуге  бола ма деген әртүрлі пікірлер бар. Егер негізгі капиталдың тиімділігін  бағаласақ, онда мүліктің амортизациясы орташа жылдық  сомасы бастапқы құны бойыша анықтауы керек.

**Методикалық анықтама негізінде монетарлық активтердің құнсыздануы**

Инвестициялық процестердің сатысына байланысты барлық баланс баптары монетарлық  актив және монетерлық емес актив болып 2-ге бөлінеді.

**Монетарлық  актив дегеніміз** – айнымалы қаражаттарды және ағымдағы міндеттемелерді ақшалай бағалау, баланс баптары. Оларға мыналар кіреді: ақша қаражаты, депозиттер, қысқа мерзімді ақша қаражаты, қаржылық есеп.

**Монетерлық емес актив дегеніміз –**негізгі қаражаттар, аяқталмаған капитал құрылысы, қорлар, бітпеген өндіріс, дайын өнім тауарларды айтамыз.

Бұл активтердің нақты құны бағалаулардын өзгеруімен және уакыт агымдарымен өзгеріп отырады.Сондыктан олар қайта бағалауды талап етеді.Касіпорын активтерінің анализі процесінде біріншіден құрамы мен структурасының өзгеруін бақылау керек.

**Кесте 1. Кәсіпорын активтерінің құрылымы**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  Кәсіпорын қаражаты | Жыл басы | Жыл аяғы | Өсім |
| Млн. тг | % | Млн. тг | % | Млн. тг | % |
| Ұзақ мерзімді актив | 17700 | 38,7 | 18800 | 33,1 | +1100 | -5,6 |
| Ағымдағы актив | 28000 | 61,3 | 38000 | 66,9 | +10000 | +5,6 |
| Соның ішінде: |   |   |   |   |   |   |
| Өндіріс | 14220 | 31,1 | 18300 | 32,2 | +4080 | +1,1 |
| Айналым | 13780 | 30,2 | 19700 | 34,7 | +5920 | +4,5 |
| Қорытынды | 45700 | 100 | 56800 | 100 | +11100 | - |
| Соның ішінде: |   |   |   |   |   |   |
| Монетарлық актив  | 16355 | 35,8 | 20855 | 35,6 | +4500 | -0,2 |
| Монетарлық емес активтер | 29345 | 64,2 | 35945 | 34,4 | +6600 | +0,2 |

Кестеде көрсетілгендей, есеп беру жылында касіпорынның активтерінің структурасын талдау шамалы өзгергеy; негізгі кәсіпкерлердін проценті 5,6процент төмендеді; ал айналым тиісті түрде ұлғайды, соның ішінде өндіріс саласы 1,1 процентке және айналым саласы 4,5 процент. Осыларға байланысты к л құр н ұйым өзгерді. Жыл басында айналымның негізгі к лға қатынасы 0,63 процентті құрайды, ал жыл аяғында 0,5 процентті құрады.

Жалпы баланс валютасында маңызды орынды монет активтер алады.Бірақта есептік жылда олардың проценті біршама төмендеген.Егер монеттық активтер монеттық пассивтерден жоғары болса, онда баға өсімі мен сатып алушының ақша бірлігі төмендейді және активтердін ақшалай құнсыздануы касіпорынның қаржысының жоғалуына әкеліп соқтырады. Яғни керісінше, егерде монеттық сумманың пассивтері монеттық активтерден жогары болса, ақшалардың құнсыздануы инфляцияның себебінен касіпорынның ақшалай табыстығы өседі. Оны Д.А.Панновтың мына формуласынан көруімізге болады.

**КL = (MПн - МАн) х Iк/ Iн + (МПк – МАк) х Iк/Iн – (МПн – МАк)**

Мұндағы: **КL –**капитал сомасының өзгерісі

**МАн** және **МАк –**монетарлы активтердің бастапқы және соңғы

                  бағаларын талдау процесі.

                  **MПн және МПк** - монетарлы пассивтердің бастапқы және соңғы

                  бағаларын талдау процесі.

**2.Оларды есептеу мен талдау әдістемесі**.

**Дайын өнімде капиталды табудың ұзақтығы (Пдө) өндірістен жөнелтіп жібергенге дейінгі кезеңде қоймада сақталған дайын өнімнің уақытына тең:**



Кәсіпорынның ағымдағы активінде айтарлықтай үлес салмақты аяқталмаған өндіріс алады. Аяқталмаған өндірістің қалдығының көбеюі өндірістің кеңейгенін немесе өндірістік циклдың ұзақтығының көбеюіне байланысты капиталдың айналымдылығының бәсеңдегенін дәлелдейді. **Өндірістің ұзақтығының циклі шикізаттың дайын өнімге айналуына дейінгі уақытқа тең:**



Өнімнің  әрбір түрі бойынша өндіріс процесінің ұзақтығын талдау оның өзгеріс факторларын бекіту маңызды. Өндірістік циклдің кезеңі техника деңгейінен, технологиядан, өндірістік ұйымдардан, материалды- техникалық құрал-жабдықтардан және басқа да факторларға байланысты. Оның қысқаруы кәсіпорынның іскерлік белсенділігінің артқанын дәлелдейді.

**1. Кәсіпорынның өндірістік негізгі құралдармен қамтамасыз етілуін талдау.**

Негізгі құралдардың пайдалануын талдау

Негізгі құралдардың жағдайы мен динамикасы және  құрылымындарына  ерекше көңіл бөлінеді, өйткені олар ұзақ мерзімді  активтердің үлкен үлесін алаады.

Кәсіпорынның негізгі  қорлары екіге  бөлінеді:

1. өнеркәсіптік - өндірістік
2. өнеркәсіптік емес бөлімдерден тұрады,

Кәсіпорынның  өнеркәсіптік күшін   өндірістік - өнеркәсіптік қорлар анықтайды. Сондықтан да  активтік құрамды  (жұмыс машиналар мен құрал - жабдықтар) және пассивтік қорлар құрамын, оған қоса  жеке – жеке ішінара группаларға, яғни   олардың функцияналдық  жұмыстарына сай (өнеркәсіптік  жұмыстар ғимараттары, қоймалар, жұмыс және күшті машиналар, құрылғылар, есептеуіш машиналар құралдары   мен құрылғылдар, транспорттық құралдар және тағы басқа) белгілеп көрсетіледі. Мұндай детальдік тексеру резервтердің көрінуін негізгі қордың  қолдану маыздылығының оптималдық негізділігінде қажет.  Активтік және пассивтік құрамының ара қатынасына   үлкен қызығушылық тудырады, кәсіпорынның қор берілімі, қор рентабеьділігі мен қаржылық жағдайының күшті және жұмысшы машиналарының оптималды үйлесуін көп жағдайда бағынышты. 1- таблицадан көргеніміздей, есепті кезеңдегі  негізгі қордың құрылымы  мен негізінде  шынайы кірістердің болғанын айтады. Негізгі құралдардың  бағасы 1300 млн.теңгеге өскенін немесе 9 % -ға, мұның ішінде  негізгі өнеркәсіптік қордың 1600 млн. теңгеге немесе 12 % -ға өскен. Негізгі өнеркәсіптік қордың үлесі жалпы  сомасында  1,1% -ғаөскен және  сәйкесінше  өнеркәсіптік емес  қордың үлесі  тұрғын үйлердің қорының жекешелендіруіне  байланысты  төмендеген. Активтер бөлімінің қорының үлестік қоры мейлінше  өсті (52,75 % - тен 57,9 % -ға дейін)

1 – таблица. Негізгі  қордың  негізі, қозғалысы мен құрлымы

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Негізгі қорлар тобы | Жыл басындағы | 1 жылда түсті | 1жылдашықты | Жыл  аяғында |
| Млн.тг | Үл.салм% | Млн.тг | Үл.сал % | Млн.тг | Үл.сал% | Млн.тг | Үл.с % |
| Өнд-к өнер-к НҚ | 13200 | 91,0 | 2500 | 92,6 | 900 | 64,3 | 14800 | 93,7 |
| Басқа сала-ғы  өнер-к НҚ | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Өнер-к емес НҚ | 1300 | 9,0 | 200 | 7,4 | 500 | 35,7 | 1000 | 6,3 |
| Барлық НҚ | 14500 | 100,0 | 2700 | 100,0 | 1400 | 100,0 | 15800 | 100,0 |
| Оның ішінде: активті бөлім | 7650 | 52,75 | 2250 | 83,3 | 750 | 53,6 | 9150 | 57,9 |

Банктер мен басқада  инвесторлар кәсіпорын мүлігінің  құрамын зерттегенде  оның негізгі  құралдардың жағдайына  оның техникалық деңгейіне, өндіргіштігіне, экономикалық және  моральдік тозуына  көп назар аударады.

Бұл үшін келесі көрсеткіштермен есептеледі:

Жаңару коэффициенті (К жаңару), Жаңа қорлардың  жалпы бағасының жыл соңындағысын анықтайды:

К жаңару = Негізгі қорлардың түскен бағасы / Жыл соңындағы негізгі қорлардың бағасы = 2700/15800 =0,17

Негізгі қорлардың жаңару  уақыты (Т жаңару):

Т жаңару = негізгі құралдардың кезең басындағы  бағасы / Негізгі құралдардың түскен бағасы = 14500/2700 = 5,4 жыл

Негізгі қорлардың шығу коэффициенті (К шығу):

К шығу = Негізгі құралдардың шыққан бағасы/ Негізгі құралдардың кезең басындағы бағасы = 1400/14500= 0,097

Өсім коэффициенті (К өсім):

К өсім = Негізгі қорлардың өсім бағасы / Олардың бас кезіндегі бағасы = 2700-1400/14500=0,09

Тозу коэффициенті (К тозу):

К тозу = Негізгі қорлардың  тозу соммасы/ Негізгі қорлардың бастапқы бағасы = 5050/15800=0,32

Жарамдылық коэффициенті ( К жарамдылық):

К жарамдылық = Негізігі құралдардың қалдықбағасы / негізгі құралдардың  бастапқы бағасы = 15800-5050/15800= 0,68

2**.Негізгі өндірістік қорлардың интенсивті және тиімді пайдалануын талдау.**

Жаңа техниканы кіргізу жоспардың орындалуын, жаңа  обьектілердің іске қосылуын, негізгі құралдардың жөндеу жоспарларын  тексереді. Жаңа  замаңға сай жабдықтардың үлесі, оның  жеке топтағы көлемі және  де жабдықтардың автоматтандырылған үлесіне қарай анықталады. Қорлар жастық құрамы мен моралдық тозуына   қарай эксплуатациялық ұзақтығына мінездеме жасалады: (яғни 5,5 – 10,10-20 одан 20 жылға дейін) Жабдықтың орташа  жасы мына  формула арқылы есептеледі.

Х =   Хоі \* ҮСі , мұндағы

Х – жабдықтың орташа жасы

Хоі – интервалдың ортасы

І – жабдықтың тобы

[Хо=(Хж +Хт)/2]; Хж, Хт – сәйкесінше интервалдың жоғары және төменгі  тобы .

ҮСі – жалпы көлемдегі жеке интервалдық топтар бойынша жабдықтың үлестік  салмағы.

Жұмысшы  машиналардың жағдайы, жабдықтар, құралдар, құрылғылар техникалық жарамдық топтама мінездеме үшін: жарамды жабдық, капиталдық жөндеу керек жабдық,  шығарып тастайтын жарамсыз жабдық.

Талдаудың маңызды мәселесі – кәсіпорынның негізгі өнеркәсіптік қорлармен жабдықталуын зерттеу. Машиналардың жеке түрлері, механизмдері, құрылғылар, ғимараттардың жабдықталуы нақты және  жоспарлы  жетіспеушіліктерді салыстыру арқылы  бекітіледі, өндірісті шығару  жоспарын орындау үшін қажет. Байытатын көрсеткіштерге  кәсіпорынның  негізгі өнеркәсіптік қормен жабдықталу деңгейін мінездегені еңбек қор қарулығы  мен техникалық еңбек қарулануына жатады.

Жалпы  еңбек қор қарулануының көрсеткіші  орташа жылдық бағасы мен өнеркәсіптік - өндірістік қорлардың орташа тізмдік  жұмысшылар санының (яғни басқа сменаларда  істейтін жұмысшы  сол еңбек  құралдарын қолданады.)

Еңбектің техникалық  қарулануының    деңгейі өндірістік жабдық бағасының  орташа тізімдік жұмысшылар санының үлкен  сменасының қатынасынан анықталады. Оның өсім қарқыны өндірістік еңбектің өсу  қарқыны бір –біріне  салыстыру арқылы жүреді.

1. **Кәсіпорынның өндірістік қуатты пайдалануды талдау. Технологиялық жабдықты пайдалануды талдау.**

Мүмкіндігінше, өндірістік еңбектің өсу қарқынына  техникалық еңбек қарулануының өсім қарқынынан асып түсуі қаланады.

Негізгі  құралдарды  құндық бағалаудың мынадай түрлері бар:

1. қорды толық қалпына келтіру құны  және оның дамыған жағдайға  келтіру бойынша бағалау. Бұл ұқсас материалды дамыған жағдайына  сәйкес пайдаланудың тиісті параметрлерін сақтауды көздейді.
2. Қолда бар құрал – жабдықтарды бастапқы толық құны бойынша  бағалау оларды  тасымалдаудағы көлік шығындары және пайдалану кезіндегі  құрастыру  жұмыстарының құны. Негізгі құралдардың  бастапқы құны  бойынша кәсіпорынның балансында есепке алынады. Сондықтан оны баланстық құн деп атайды.
3. Қордың тозуын есепке ала отырып, бастапқы және қалпына  келтіру құны  бойынша бағалау бұл  прцестің нәтижесінде  техника тетіктерімен құрал – жабдықтың  жоғары өнімділігін және оларды үнемді пайдалану жолдарын қарастыру көзделеді.

Лизинг – техника күштерінің  жалға берудің нысаны ұзақ мерзімге, яғни (3-5 жылға  және одан жоғары  жылдарға)

1. Кәсіпорын құрал – жабдықтарды  немесе түрлі техника  күштерін жасап шығарушы.
2. Жалға беруші (лизинг компаниялары)
3. Жалгер (жеке тұлға, кәсіпорын, ұйымдар)

        1 Стратегиялық жоспарлау және  талдау мәні

 «Стратегиялық жоспар» термині 1960-1970 жылдар аралығында өндіріс деңгейіндегі ағымдық жоспарлауды жоғарғы  деңгейдегі жоспарлаудан айыру үшін енгізілді. Бұл өзгермелі орта жағдайындағы ұйым дамуының жаңа моделіне өту қажеттілігімен түсіндірілді. Жаңа қадамның өзектілігі келесі факторларды анықтайды:

-ХХ ғасырдың екінші  жартысында ішкі және сыртқы  өзгерістерден туындаған мәселелер  саны көбейе бастады. Олардың  басым көпшілігін дәстүрлі әдістермен шешу мүмкін емес еді;

- ұлттық экономика әрекеттерінің  географиялық шектері кеңейе  түсіп, бизнес халықаралық сипатқа  ие бола бастады.

- сыртқы ортаның тұрақсыздығының  күшеюі нәтижесінде стратегиялық  өзгерістердің қажеттілігі туындады;

- стратегиялық шешімдердегі, кәсіпорын қызметін болжаудағы қателіктер көптеген қиындықтарға әкеліп соқтырды.

Стратегиялық жоспардың ұзақ мерзімді жоспардың орнын басуы кәсіпорын  әрекетін кеңейте түсті. Өйткені, стратегиялық жоспар экономикалық, саяси және әлеуметтік факторлар, тұтынушылар қажеттіліктері, бәсекелестердің әрекеттері, ғылыми-техникалық өзгерістер тәрізді барлық аспектілерді қамтиды.

Стратегиялық  жоспарлардағы ұзақ мерзімді мақсаттар  кәсіпорынның ағымдық әрекеттерінің  емес, ішкі және сыртқы ортасындағы  өзгерістерді талдау нәтижесі болып табылады. Стратегиялық жоспарлар концепциясы кәсіпорынның сыртқы ортаның өзгерістеріне бейімделгіштігін және уақтылы жауап беруін қамтамасыз ететін әдістер мен құралдар кешенін құруға бағытталған.

Хиггенс бойынша «стратегиялық жоспарлау - бұл кәсіпорынның қоршаған ортасымен әрекеттесуін басқару арқылы кәсіпорын миссиясын жүзеге асыру мақсатында басқару үрдісі».

Пирс және Робинсон стратегиялық жоспарлауға  «стратегияларды құру және жүзеге асыру  бойынша шешімдер мен әрекеттердің жиынтығы» деген анықтама берді.

Стратегиялық басқару және жоспарлау  теорияларының авторлары Шендел және Хаттен стратегиялық жоспарлауды  «анықталған мақсаттарды жүзеге асырудан және ресурстарды бөлу нәтижесінде  сыртқы ортамен жоспарланған байланысты орнату әрекеттерінен тұратын, кәсіпорын мен онын ортасының арасындағы байланысты анықтайтын үрдіс» деп түсіндірді.

Стратегиялық  жоспарлау - бұл басшы қабылдаған әрекеттер мен шешімдер жиынтығы, сол арқылы ұйымның өз мақсатына  жетуі үшін басшы арнайы стратегияны іздестіреді.

Стратегиялық жоспарлау басқару  шешімін қабылдауға қажетті құрал  болып саналады. Оның басты міндеті  – ұйымдағы жаңадан енгізілгендерді  жеткілікті дәрежеде қамтамасыз ету.

Стратегиялық жоспарлаудың өзіндік  белгілері:

1. Стратегияны көпшілік жағдайда жоғарғы басшылар тұжырымдайды, алайда оны жүзеге асыруға басқарудың барлық деңгейіндегілердің қатысуы көзделеді.

2. Стратегиялық  жоспар жеке бір ұйым үшін  ғана емес, бүкіл кәсіпорынның  болашағы үшін жасалады.

3.   Стратегиялық  жоспар көлемді зерттеулермен және нақты деректермен негізделеді. Қазіргі заманғы бизнесмен тиімді бәсекелесу үшін, фирма сапа, рынок, бәсеке және басқа да факторлар туралы толып жатқан ақпаратты ұдайы жинауы, әрі талдауы тиіс.

5. Стратегиялық жоспар ұзақ уақыт  бойы тұтастығын сақтаумен қоса, қажет болған жағдайда жетілдіруді және қайта бағыттауды жүзеге асыратындай икемді болатындай жасалуы тиіс.

 Стратегиялық жоспарлар басқару  жүйесінің функционалдық құрылымының   негізі болып табылады. Стратегиялық  жоспарлардың көмегімен кәсіпорын қызметінің мақсаттары анықталып, оларға жету үшін ұжымының әрекеттері біріктіріледі; кәсіпорын стратегиясы құрылады. Стратегиялық жоспарлардың негізінде қабылданатын шешімдер және басқару аппаратының қызметі кәсіпорынның алдына қойған мақсатына жетуді қамтамасыз ететін стратегияны құрайды. Яғни, стратегиялық жоспар - бұл кәсіпорынның мақсаттарын және оларға жетудің жолдарын анықтаудан тұратын үрдіс болып табылады.

Стратегиялық жоспар кәсіпорынның мақсаттар жүйесін құру, ішкі және сыртқы ортасын талдау, альтернативті стратегияларын құру және талдау, жоспарларды құру мен жүзеге асыру үшін құқықтық және ұйымтастырушылық алғышарттарын құру негізінде жүзеге асырылады. Стратегиялық жоспарды құрушылардың экономика және құқық, экология және урбанистика, статистика және социология, стратегиялық менеджмент және қаржы сфераларында ортақ және арнайы білімі болуы қажет. Сонымен қатар, олар қоғамдық пікірді талдау және қоғамды стратегиялық жоспарды құру үрдісіне жұмылдыру әдістерін білуі тиіс.

Стратегиялық жоспарлау кәсіпорынның болашақта туындайтын  мәселелер мен мүмкіндіктерді ресми болжаудың жалғыз әдісі болып табылады. Ол кәсіпорынның жоғарғы деңгейіндегі басшыларына  ұзақ мерзімдік жоспар құру және шешім қабылдау үшін негізді қамтамасыз етіп, шешім қабылдауда тәуекел деңгейін азайтып, кәсіпорынның барлық құрылымдық бөлімшелерінің мақсаттары мен міндеттерінің ықпалдасуын жүзеге асырады.

Стратегиялық  жоспарлар шаруашылық қызметтегі басқару  шешімдерін қабылдауда негізгі құралы болғандықтан, оның көмегімен  кәсіпорын жаңашылдық пен ұйымдастырушылық өзгертулермен қамтамасыз етіледі. Стратегиялық жоспар қызмет етудің төрт түрін (стратегиялық жоспарлардың қызметтері) қамтиды

 Ресурстарды бөлу материалдық, қаржылық, еңбек, ақпараттық және тағы да басқа ресурстарды бөлуді жоспарлау болып табылады. Кәсіпорынның қызмет ету стратегиясы бизнесті кеңейту, нарықтық сұранысты қанағаттандыру негізінде ғана емес, сонымен қатар ресурстарды тиімді тұтынудың өндіріс шығындарын ұдайы азайту арқылы құрылады. Сондықтан да бизнестің әр түрлі сфералары арасында ресурстарды тиімді бөлу және оларды рационалды тұтынудың комбинацияларын іздеу стратегиялық жоспардың маңызды қызметі болып табылады.

Сыртқы ортаға бейімделу қызметін шаруашылық етудің өзгермелі нарықтық жағдайларына  кәсіпорынның  бейімделуі ретінде түсіндіруге болады. Берілген қызметтің міндеті-кәсіпорынның шаруашылық тетігін нарықтық ортаның шаруашылық жүргізуші субъектілеріне қатысты жағымды және жағымсыз жағдайларға (артықшылықтар мен қауіп төнулер) бейімдеу, яғни, бәсекелестік күресте артықшылықтарды қолдана отырып, төнетін қауптердің алдын алу. Бұл қызмет, сонымен қатар, кәсіпорынды ағымдық басқаруда да қолданылады. Дегенмен, жедел басқару бәсекелестік артықшылықтар мен тосқауылдар алдын-ала жоспарланған жағдайда ғана тиімді болады. Мұндай жағдайда стратегиялық жоспарлаудың міндеті болып, кәсіпорынның сыртқы ортаға сай бейімделу тетігін құру арқылы кәсіпорын үшін жаңа қолайлы жағдай туғызу табылады.

Ішкі үйлестіру және реттеу – бұл стратегиялық жоспарда белгіленген мақсаттарға жету үшін кәсіпорынның құрылымдық бөлімшелерінің әрекеттерін  жұмылдыру. Кәсіпорын стратегиясы бір-бірімен байланысты мақсаттар мен міндеттердің күрделі жүйесінен тұрады. Осы мақсаттар мен міндеттердің декомпозициясы оларды ұсақ компоненттерге бөлу мен сәйкес құрылымдық бөлімшелер мен атқарушылардың міндеттеріне бекітуді көздейді. Бұл үрдіс стратегиялық жоспарда мақсаттық негізде жүзеге асырылады. Сондықтан да стратегиялық жоспардың барлық компоненттері ресурстар, құрылымдық бөлімшелер, атқарушылар және функционалдық үрдістер бойынша байланыстырылуы тиіс. Бұл байланыс  жоспарлау көрсеткіштерін құру жүйесімен және кәсіпорындағы басқару аппаратында үйлестіруге жауап беретін бөлімшенің немесе атқарушының болуымен қамтамасыз етіледі. Ішкі үйлестіру және реттеу объектілері болып, ішкі өндірістік операциялары табылады.

Ұйымдастырушылық  өзертулер қызметі басқару персоналының  тиімді қызметін, менеджерлердің ойлау  қабілетін дамытуды, стратегиялық жоспарды құрудың бұрынғы тәжірибесін ескеруді қарастырады. Берілген қызмет кәсіпорында әр түрлі ұйымдастырушылық жаңартуларды жүргізуде танылады: басқару қызметтерін, басқару аппаратының қызметшілерінің өкілеттіліктері мен жауапкершіліктерін қайта бөлу; стратегиялық жоспардың орындалуын қамтамасыз ететін ынталандыру жүйелерін құру және т.б. Мұндай ұйымдастырушылық өзгертулердің пайда болған жағдайға жауап ретінде ғана  жүргізілмей, стратегиялық жоспарлаудың нәтижесі болуы маңызды[3].

Кәсіпорындығы стратегиялық жоспарлау көптеген сыртқы және ішкі экономикалық үрдістердің, факторлардың және құбылыстардың өзара әрекеттесуінің  негізі болып табылады.

Стратегиялық жоспар кәсіпорын  дамуының басым бағыттарын анықтайды; маркетингтік, жобалық, өндірістік және қаржылық әрекеттерді біртұтас жүйеге біріктіруге, сонымен қатар, жоспарлау, өнімді жылжыту және өткізу үрдістерін, тұтынушылардың қажеттіліктерін, нарықтық бағалардың құрылу механизмін түсінуге көмектеседі; кәсіпорынның, оның әр бөлімшесінің нақты және анық мақсаттарын белгілейді; кәсіпорынның барлық функционалдық қызметтерін шоғырландыруды қамтамасыз етеді; менеджерлердің өз артықшылықтары мен кемшіліктерін бәсекелестерінің көзқарасы жағынан және сыртқы ортаның шектеулері мен өзгерістерін ескере отырып бағалауын ынталандырады; ұзақ мерзімді кезеңдегі кәсіпорынның альтернативті әрекеттерін анықтайды;  шектелген экономикалық ресурстарды бөлу үшін негізді құрайды;  жоспарлау,  ұйымдастыру, басқару, ынталандыру, бақылау және талдау функцияларын біртұтас жүйе ретінде қолданудың маңыздылығын көрсетеді.

2  Стратегиялық жоспарлау және  талдаудың  қағидалары мен  механизмдері

Кәсіпорынның  шаруашылық әрекетін стратегиялық жоспарлау  жалпы экономикалық саясатты немесе жалпы нарықтық жүйені мемлекеттік  дамыту стратегиясын іске асыруымен тығыз байланысты. Қазіргі жағдайда стратегиялық жоспарлаудың маңызды алғышарты болып, еркін нарықтық қатынастардың  дамуы, және олардың үнемі және үздіксіз жетілдірілуі табылады. Сондықтан да стратегиялық жоспарлау кәсіпорындардың ұзақ мерзімді дамуына, әр түрлі өндірістік-техникалық факторлар мен ұйымдастырушылық-басқарушылық құрылымдарды сатылы жетілдіру негізінде экономикалық өсудің жоғары қарқындарына жетуге бағытталуы тиіс.

Кәсіпорындығы стратегиялық жоспарлау көптеген сыртқы және ішкі экономикалық үрдістердің, факторлардың және құбылыстардың өзара әрекеттесуінің  негізі болып табылады.

Стратегиялық жоспарлауды жүзеге асырғанда, оның төмендегідей қағидаларына сүйену қажет:

1. Стратегиялық жоспарлау  әрқашанда  бұрынғы  деректерге  сүйенеді,  алайда  кәсіпорынның  болашақтағы  дамуын  айқындауға  және  бақылауға  тырысады. Сондықта  да, жоспарлаудың  сенімділігі  бұрынға  нақты  көрсеткіштердің  дәлдігіне тәуелді. Мұндай  сенімділікті  қамтамасыз ету бухгалтерлік дәл есепсіз  және  ауқымды статистикалық қажетті базаға  ие  болмай  мүмкін  еместігі  айқын.

2.  Кәсіпорын   әрқашанда  жалпы  нарықтың  шағын  бөлігі  ғана  болып

саналатындықтан,  ел  экономикасын дәл  жоспарлау  үшін  дәл  ақпаратты   мүмкіндігінше  көбірек  алу  қажет.

3. Орта факторларының көрсеткіштері   кәсіпорынды  жоспарлаудың  бастапқы  деректері  болып саналады. Кәсіпорын   неғұрлым ірі  болса, әдетте, жоспарлау, соғұрлым  оңайырақ  болады. Дегенмен, ірі  кәсіпорындарға  қарағанда, ұсақ  кәсіпорындарда  басшылар  үшін  кейбір  факторлар  едәуір  айқынырақ  болады.

4.  Болашақтың  даму  барысын  дәл  болжаудың   мүмкін  болмайтындығы  секілді,  тұтастай  нарық  туралы,  бірінші   кезекте, бәсекелестер  қызметіне   тиісті  маңызды  деректерді  күні  бұрын  алу  мүмкін  емес. Тағы  бір  атап  көрсететін  жайт, тұтастай  экономикалық  кейбір  жағдайларды, мәселен  экономикалық  дағдарыстарды, ереуілдерді, т.б.  жоспарлау  тіптен  мүмкін  емес.

5. Кәсіпорындағы   кез келген  жоспарлау  толық   емес  деректерге  сүйенеді. Кәсіпорында жоспар  жасау үшін,   қажетті ақпараттар  толық болмағандықтан,  ал  кейбіреуі мүлдем белгісіз  болғандықтан, кейбір  деректер  жетіпейтіндіктен, жоспарлау сатысы  көбінесе  қызметкерлердің өз  ісін  қаншалықты  жетік білетіндігіне байланысты.

6. Жоспар  жасаған  кезде  барлық көрсеткіштер  толық   пайдалануы, сонымен   қоса  жоспар  жасағанда  өзгеріс   енгізетіндігі   ойластырылуы, ал  жоспардың  өзі  жоспардың   өзгеруіне  қарай  үйлестіріліп  отыруы  тиіс. Сондықтан  да, жоспарда  резервтер  ескеріледі. Алайда, резервтің  көп  болуы  жоспардың  көптігіне  нұқсан  келтіреді,  ал шамалы   резервтер  жоспарды  жиі-жиі  өзгертуге  мәжбүр  етеді.

7. Кәсіпорынның  жоспарлау  жүйесі, кәсіпорынның  сан алуан түрлі   саласының   қызметі  бір-бірінен  айқын  шектелген, жекелеген  жоспардан  тұрады .

8. Қойылған  мақсатқа  жетуді  көздеу  үшін  жоспарлау  кәсіпорын  қызметінің   барлық      маңызды    учаскелерін  қамтиды.  Мұның   өзі  барлық

 кәсіпорындарда қолданылады.

9. Жоспар кәсіпорын учаскелері  өндірісінің нақты  бағыттары  бойынша  жасалуы тиіс. Онда  жекелеген  міндеттер  қойылып, ақша, сондай – ақ  сандық көрсеткіштері  айқындалады. Мұнда жоспарлау  кезінде  осал  тұстар, басқаша  айтқанда, кәсіпорын  қызметінің маневрлігін, демек  істің даму  мүмкіндігін шектейтін  салалар  қатыстырылмауы  тиіс.

Стратегиялық  жоспарлау үрдісінде  нарық  сыйымдылығы  және  өткізу  көлемін  жоспарлау  стратгиялық жоспарлауды іске асыру  механизмінің маңыздысы болып табылады. Көптеген кәсіпорындар  қызметінің  осал  тұстары болып, сату саласы  саналады, сондықтан  да  кәсіпкерлік пен басқарудың барлық негізгі  салаларында  нарық  сыйымдылығы  мен  өткізу  көлемі, бюджет жоспарланады.

Нарық  пен  өткізу  болжамы -  нақты  тауар  мен  қызметтің   заттай  түрінде  болашақта  өткізілуі (өткізудің  сандық  көрсеткіштің  болжамы) және  нақты, әрі  потенциалды  клиенттердің  белгілі  бір  уақыт  аралығында  (қысқа, орташа  және  ұзақ  мерзімде) тауарды  өткізуден  түскен  пайда  құнының  болжамы;

Бюджетті  жоспарлау, табыстардың, шығындардың  және белгілі  бір  уақыт  кезеңінде  сатылған  өнім  санының  болжамы (мүмкіндігі);

Нарық туралы  деректерді  алу  өте  қажет, өйткені  бұрынғы  өткізу  қызметінің  көрсеткіштері  болашақта  өткізілуге  тиісті  тауарларды  бағалауға  мүмкіндік  бере қоймайды. Тек  айналым көлемі  мен  нарық  факторларының  әрекеті  арасындағы  ара  қатынасты талдау, оның  болашақта  дамуын  нақты  бағалауға  мүмкіндік  береді.

Нарық  бойынша  деректерді  тұтастай  талдау, оларды  фирма  ішіндегі  деректермен  салыстыру, нарық динамикасы  мен  кәсіпорын  меншігіндегі  динамика  аралығында  қалыптасқан  пропорцияны   бейнелейді.

Стратегиялық  жоспарлауды жүзеге асырудың механизмдерінің  бірі - маркетинг  пен  өткізу саласында  жоспарлау. Ол мынадай  көрсеткіштерді анықтап-болжауға  негізделеді:

- қысқа мерзімдік  көрсеткіштер: өнімнің  әр  түрін   өткізу (көлемі  және  құны), географиялық  бағыт  бойынша  өткізу (көлемі  және  құны), бәсекелестер  бағасы, сауда қызметкерлеріне  қойылатын   мақсатты нұсқаулар, қор  деңгейі;

- орташа  мерзімдік көрсеткіштер: өнім категориясы   бойынша өткізудің  жалпы   өткізу, бағалар, жалпы  экономикалық  жағдай, нарыққа тауар  жеткізілуінің  ерекшеліктері, жаңа  өнімдерді   енгізу көрсеткіштері;

- ұзақ мерзімдік  көрсеткіштер: өнім  категориясы  бойынша  өткізудің  жалпы  көлемі, нарық  орындарына  тауарды толтыру, жаңа  өнімдерді  енгізу, нарықтан ескі өнімдерді  шығару, маркетингті  зерттеудің  маңызды  ерекшеліктері және т.б.

Жоспарлаған кезде, тек қысқа  мерзімді  ғана  емес, стратегиялық жоспарлаудың келесі механизмі - орташа  және  ұзақ мерзімді болжалдауды  сондай-ақ ескеру  керек. Соңғы  екі  уақыт мүмкіндігіне  жататын  факторлар  ішінара  болуы  мүмкін, алайда  олар  қысқа  мерзімдік  болжалдауға  елеулі  ықпал етеді (мәселен, технологияның өзгеруі, кез келген  артық материалдардың  қолайлылығы, т.б.).

Жарнаманы  жоспарлау  тауарды  өткізу  жоспарымен  бірге жасалады  да, мұнда  нарықты  зерттеу  нәтижесі  және бәсекелестер  қабылдаған шаралар ескеріледі. Өнімді  өткізуде  жарнаманың  тиімділігін  дәл  анықтау  ешқашанда  мүмкін  болмайтындықтан, кәсіпорын  жарнама  құралдарын  пайдаланған кезде  қалауынша  еркін  әрекет ете алады.

Жарнама  шараларының  жоспарына  жататыны:

- күнделікті  жарнама  шараларын  өткізу  жоспары;

- жарнама  құралдары  бойынша;

- жекелеген   шараларды  өткізу  уақыты  бойынша;

- көрмелер  мен  экспозициларға  қатысу  жоспары;

Өткізу  деңгейін  сақтау, содан  кейін  арттыру  үшін, жарнама  шараларымен  бір  мезетте  кәсіпорын  мәртебесін (имиджін)   сақтау  және жақсарту  мақсатында  шаралар  жоспарын  қабылдау  қажет. Мұның  өзі  өкілеттік  шығындарға  байланысты (журналистерді  шақыру, қабылдау, газеттер  мен  журналдарға  хабарландырулар  жіберу, т.б.).

Тауар  өткізудің  ақырғы  жоспарының  негізгі  алынған  деректерімен  және болашақта  өткізу  болжамымен  қаланады. Тауар  өткізуді  әр айға  және аптаға  жоспарлайды. Егер  тауарларды  қайта  бөлу  тенденциясы  байқалмаса, онда  басты  негіз  ретінде  тауарларды  уақытша  қайта   бөліп  өткізуді  пайдаланады. Мұндайда  жылдық  мөлшер шамасын  100% етіп алады  да, айлық айналымды  жылдық айналымның  бөлігі  ретінде есептейді.

Бұл  жылдық  жоспар   өндіріс  жоспарына  ықпал   етеді,  өйткені өндіріс  үрдісі, әдетте, тауар  өткізумен  қатар   жүреді. Дұрыстап  бақылау  үшін, тауар  өткізу  жоспарын  тауар  өткізу статистикасымен  жасайды.

Жоспарды  сандық  көрсеткіштермен  жасағаннан кейін, құндық  көрсеткіштердің  есебін  жүзеге  асырады, мұндайда  әдетте  орташа  бағаға  сүйенеді.

Осыдан кейін, өндіріс  құны  мен сату  бағасының  ең  төменгі  деңгейі  бойынша  жоспарлы  пайданы  анықтайды. Мұнда  ең  көп  жеңілдікті  және  төлем  жағдайын анықтау  керек.

Осы  жоспарларға  сәйкес  жоспарлы  тапсырмалар  мен  барлық  сатушылар  үшін  қосымша  нұсқаулар  жасалады.

Сонымен, тауар  өткізу  жоспары  қалған  барлық  жоспарларды  жасаудың  негізі болып  саналады.

Пайданы (кірісті) жоспарлау – кәсіпорынды  басқарудың  негізгі құралы. Кәсіпорын  стратегиясы  әдетте  пайда  табуға  бағытталады.

Пайданы  жоспарлаудың  алуан  түрлі  тәсілдері  болады, солардың неғұрлым  кең  тарағандары болып, тиімділікті  жоспарлау, тиімділік  лимитін  талдау, өтімділікті  жабуды  талдау, аз айналымды  регрессивтік  бөлу.

Тиімділікті  жоспарлау кезінде жұмсалған  капиталдың  тиімділігін  есептеу үшін  айналым капиталы  шамасы  мен жұмсалған капиталдың  түскен  пайда мөлшерінің  (%)  мәнін табады.

Тиімділік  лимитін  талдау тәсілі  график  арқылы  жоспарлы  пайданы, әрі  капитал  айналымы  кезінде  шығын  шамасының  ауытқуы  бойынша  кәсіпорынның  икемділігін көрсетуге мүмкіндік береді.

Бұл  талдауда  «өлі  нүкте»  (шығынды  жабу  үшін  ең  аз айналым)  мен жоспарланған айналымның  арасындағы  «қабыспаушылықтың»  зор  мәні  бар. Тек  осының  өзі  ғана капитал айналымын  жоспарлағанда  кәсіпорынның  еркін  әрекет  етуін  көрсетедеі.

Өтімділікті  жабуды  талдау тұрғыдан өндіріс  шығындары      (өткізу, амортизация  шығындары)  қарастырылады. Ақша  жұмсауға  сәйкес  келетін  құн  қисық   сызығы  нүктесінің,  айналым  қисық сызығы  нүктесімен  қиылысуы, өтімділікті  сақтау  үшін айналымның  ең  аз  шамасын  көрсетеді.

Аз айналымды  регрессивтік  бөлу тәсілімен  капитал  айналымының  айлық  өзгерісі  жоспарлы  пайданың  мөлшеріне  қандай шамада  ықпал  ететіндігін  бақылауға  мүмкіндік  береді.

Қорытындылай келгенде, кәсіпорын  әрекетіндегі стратегиялық жоспарлаудың орны оның басқару жүйесінің функционалдық  құрылымының және  қабылданатын шешімдер мен басқару аппаратының  кәсіпорын алдына қойған мақсатына  жетуді қамтамасыз ететін үрдістің негізі болып табылатынымен айқындалады

 Сонымен,  стратегиялық жоспарлаудың кәсіпорындарда  қолданылуы кәсіпорын әрекетін  кеңейте түсетіні сөзсіз. Өйткені,  стратегиялық жоспарлау экономикалық, саяси және әлеуметтік факторлар,  тұтынушылар қажеттіліктері, бәсекелестердің әрекеттері, ғылыми-техникалық өзгерістер тәрізді барлық аспектілерді қамтиды. Стратегиялық жоспарлардағы ұзақ мерзімді мақсаттар кәсіпорынның ағымдық әрекеттерінің емес, ішкі және сыртқы ортасындағы өзгерістерді талдау нәтижесі болып табылады. Стратегиялық жоспарлар концепциясы кәсіпорынның сыртқы ортаның өзгерістеріне бейімделгіштігін және уақтылы жауап беруін қамтамасыз ететін әдістер мен құралдар кешенін құруға бағытталған.

**2. Нарықтық экономикадағы жоспар ұғымы және олардың маңызы**

Нарықтық экономика жағдайында кез келген шаруашылық жүргізуші субъектінің тұрақтылығы мен табысы оның экономикалық қызметін тиімді жоспарлауды ғана қамтамасыз ете алады. Жоспарлау жеке шаруашылық бірліктің қызметін жоспарлау және шаруашылық қатынастарды жоспарлау сияқты салаларда жұмыс істейді. Жоспарлау басқарудың орталық буыны ретінде шаруашылық субъектісінің бәсекеге қабілеттілігін арттыру мақсатында шектеулі ресурстарды пайдалану саласындағы нарықтық тетікті реттеу қағидаттары, әдістері, нысандары мен тәсілдері жүйесін қамтиды.

Нарықтық экономика жағдайында жоспарлаудың мәні кәсіпорындарда оларды дамытудың алдағы экономикалық мақсаттары мен шаруашылық қызметінің нысандарын ғылыми негіздеуден, нарықпен талап етілетін тауарлардың түрлерін, шығару көлемі мен мерзімдерін, жұмыстарды орындау мен қызметтерді көрсетуді неғұрлым толық анықтау және шектеулі өндірістік ресурстарды толық пайдалану кезінде болашақта болжанатын сапалық және сандық нәтижелерге қол жеткізуге әкелуі мүмкін оларды өндірудің, бөлу мен тұтынудың осындай көрсеткіштерін белгілеу негізінде оларды жүзеге асырудың ең жақсы тәсілдерін таңдаудан тұрады. Дамудың қазіргі кезеңінде көптеген кәсіпорындар үшін жоспарлаудың басты мақсаты барынша пайда алу болып табылады. Жоспарлау көмегімен кәсіпорын басшылары өндірістік-шаруашылық қызмет процесіне қатысатын барлық қызметкерлердің күш-жігерін алға қойылған мақсаттарға қол жеткізуге бағыттауды қамтамасыз етеді.

Кәсіпорында нарықтық жоспарлау қазіргі заманғы маркетингтің, өндірістік менеджменттің және жалпы шаруашылық жүргізудің барлық экономикалық жүйесінің негізі болып табылады.

Жоспар-бұл қажетті нәтижеге қол жеткізуге бағытталған өзара байланысты шешімдер жүйесін көрсететін құжат.

Жоспар мынадай кезеңдерден тұрады: мақсаттары мен міндеттері; оларды іске асыру жолдары мен құралдары; қойылған міндеттерді орындау үшін қажетті ресурстар; пропорциялар, яғни өндірістің жекелеген элементтері арасындағы тепе-теңдікті қолдау; жоспардың орындалуын ұйымдастыру және бақылау.

Өндіріс ішіндегі қызметті жоспарлау кәсіпорында өндірісті басқарудың маңызды функциясы болып табылады. Басқарудың жалпы функциялары кәсіпорындардың жоспарлы қызметіне тікелей жатады, ал олар өз кезегінде олардың негізі болып табылады. Бұл мақсатты негіздеу, стратегияны қалыптастыру, жұмысты жоспарлау, операцияларды жобалау, жоспарлау процестерін ұйымдастыру, жоспарларды үйлестіру, жоспарлы қызметті ынталандыру, жоспарларды бақылау, нәтижелерді бағалау, жоспарларды өзгерту және т. б.

Кәсіпорынның негізгі экономикалық, ұйымдастырушылық, басқарушылық және әлеуметтік функциялары оның дамуын жоспарлау процесінде таңдап алынған шаруашылық қызметпен тығыз байланысты болуы және қысқа мерзімді және ұзақ мерзімді жоспарларда да толық көрініс табуы тиіс.

Кәсіпорында нарықтық жоспарлау өндірісті ұйымдастыру мен басқарудың негізі болып табылады, ұтымды ұйымдастырушылық және басқарушылық шешімдерді әзірлеу мен қабылдау үшін нормативтік база болып табылады. Ішкі өндірістік жоспарда, кез келген басқа бөліктер немесе функциялар кәсіпорынның әлеуметтік-экономикалық дамуының бірыңғай кешенді жүйесіне біріктіріледі.

Кәсіпорында жоспарлау-бұл адамдардың өзара байланысты ғылыми және практикалық қызметі, оның зерттеу пәні материалдық және рухани құндылықтарды өндіру, бөлу және тұтыну барысында еңбек пен капитал арасындағы еркін нарықтық қатынастар жүйесі болып табылады.

Қазіргі заманғы отандық өндірісте кәсіпорындарда жоспарлау функциялары жоспарлы-экономикалық қызметтің негізгі мәнін ғана емес, сонымен қатар, негізінен осы жоспарлаудың объектісін анықтайды.

**3. Жоспарлау функцияларының орны мен мәні**

Жоспарлау функциясы белгілі бір қаулыны, жазбаша немесе ауызша әзірлеуді және қабылдауды білдіреді, онда басқару объектісінің алдына қандай да бір мақсат, міндет қойылады. Бұл қаулы-басқару шешімі.

Бизнес жоспарлау, басқарудың қажетті элементі ретінде кәсіпкерлік қызмет жүйесінде бірқатар маңызды функцияларды орындайды, олардың ішінде келесі маңызды функциялар бар:

Бастамашылық жасау-көзделіп отырған іс-әрекеттерді, жобалар мен мәмілелерді жандандыру, ынталандыру;

Болжамдау-факторлар жиынтығын талдау және есепке алу процесінде компанияның қалаған жағдайын алдын ала болжау және негіздеу;

Оңтайландыру-нақты әлеуметтік-экономикалық ортада кәсіпорынды дамытудың жол берілетін және ең жақсы нұсқасын таңдауды қамтамасыз ету;

Үйлестіру және интеграция-компанияның барлық құрылымдық бөлімшелерінің өзара байланысы мен өзара тәуелділігін бірыңғай жалпы нәтижеге бағыттай отырып есепке алу;

Басқару қауіпсіздігі-теріс салдарларды азайту немесе ұсыну бойынша алдын алу шараларын уақтылы қабылдау үшін ықтимал тәуекелдер туралы ақпаратпен қамтамасыз ету;

Реттеу-табысты жұмыс пен жауапкершілік үшін бірыңғай жалпы тәртіпті құру;

Бақылау-жоспардың орындалуын жедел бақылау, қателерді анықтау және оны түзету мүмкіндігі

Тәрбие және оқыту-ұтымды жоспарланған іс-әрекеттер үлгілерінің қызметкерлердің мінез-құлқына және оларды, оның ішінде қателерге үйрету мүмкіндігіне жағымды әсер етуі;

Құжаттау-компания менеджерлерінің табысты немесе қате іс-әрекеттерінің дәлелі болуы мүмкін іс-әрекеттерді құжаттық түрде ұсыну.

**Негізгі әдебиет**

1. Стратегическое планирование: Учебник/Под ред. Уткина З.А., 2015 г.

2 Ковалева А.М. Финансы фирмы. Учебник для вузов/Ковалева А.М., Лапуста М.Г., Скамай Л.Г., 2016 г.

3 Грузинов В.П., Грибов В.Д. Экономика предприятий: Учебное пособие для вузов, 2016 г.

4 Прокопчук Л.О. Козырев А.А. Стратегическое планирование: Конспект лекций, 2014 г.

5 Бухалков, М. И. Планирование на предприятии:учебник для студвузов, обучающихся по эконом. спец./М. И. Бухалков.-3-е изд.-М.:Инфра-М,2016.-416 с.-(Высшее образование),

6. Фартхутдинов Г.А. Производственный менеджмент: учебник/ Р.А. Фатхутдинов, 2016

7. Экономика предприятия /Под ред. В.Я Горфинкеля, В.А. Швандера, 2003. – 431 с.

8. Лапуста М.Г. Финансы фирмы: учеб. пособие / М.Г. Лапуста, 2015. – 264с

9. Концепция контролинга: управленческий учет, система отчетности, бюджетирование. пер. с нем., 2015 – 268

10. Насырова Г.Т. Экономика предприятия: учеб. пособие/ Г.А. Насырова, 2005 – 121 с.

11. Экономика предприятия: учеб. для вузов: Пер. с нем./ ред Беа Ф.К., ред. Дихта Э., 2016. – 928 с

12. Жалимбетова Р.Б. Организационно-экономические основы предпринимательства в системе обеспечения конкурентоспособной экономики: учеб. пособие/ Р.Б. Жалимбетова. – Алматы: Жетi Жаргы, 2011 – 279 с.

**Қосымша әдебиеттер**

1. Аникеев С. Методика разработки плана маркетинга. – М.: Информ-студио, 2017 – 128с.
2. Швандер В.А., Базилевич В.И. Управление инвестиционными проектами. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014 - 208 с
3. Коссов В.В. Бизнес-план. Обоснование решений. 2-е изд. испр. и доп. – М.:ГУВШЭ, 2017- 272 с.
4. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. – СПб: Питер, 2016– 400с
5. Жилкина А.Н. Финансовое планирование на предприятии. – М.: Благовест, 2018 – 248с
6. Экономика отрасли: Торговля и общественное питание: учеб. пособие для студ. образоват. учреждения среда проф. образов./ Е.А. Корпенко, 2016. – 221 с.
7. Сабден О. Логистика (экономика и управления): Учебник/ О. Сабден, Ж. Раимбеков, 2016 – 910 с.
8. Ковалев В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник/В.В. Ковалев. – М.: Проспект, 2016 – 421 с.
9. Елиазаров Ю.Ф. Экономика организации: Учебник/ Ю.Ф. Елизарова, 2015 – 495 с.
10. Чечевицин Л.Н. Экономика фирмы: учебное пособие для магистрантов/ Л.Н. Чечевицын, 2016 – 390 с.
11. Кузмина Е.Е. Планирование маркетинга: учеб. пособие /Е.Е. Кузьмина, 2007. – 367 с.
12. Шаповалов В. А. Управление маркетингом и маркетинговый анализ: учеб. пособие/ В.А. Шаповалов, 2008
13. Ковалев В.В. Финансы предприятия: учебник/ Ковалев В.В., 2003. – 352 с.

**2 тақырып Фирмаішілік жоспарлау негіздері**

1. Фирмаішілік жоспарлау жүйесін құру принциптері

2. Фирмаішілік жоспарлау әдістері

3. Кәсіпорында фирмаішілік жоспарлау процесі, оның кезеңдері

Жоспарлау ұйымның, кадрларды жинақтаумен, басшылықпен, көшбасшылықпен және бақылаумен бірге басқарудың негізгі функцияларының бірі болып табылады. "Жоспарлау жүйесі" ұғымын және жоспарлауды зерделеуге жүйелік тәсілді қолдану ақталды, өйткені жоспарлау орындалу нәтижесі жоспар жасау болып табылатын нұсқаулықта көзделген іс-әрекеттердің дәйектілігін орындау ғана емес. Бір жағынан, жоспарлау-бұл күрделі көпжоспарлы процесс, оның барысында кәсіпорын өзінің өмір сүру мүддесінде өз болашағын жүйелі түрде қалыптастырады, екінші жағынан, жоспарлау процесін тиімді жүзеге асыруға болады, оны фирма үшін "Фирмаішілік жоспарлау жүйесі" деп қисынды белгілеу үшін жоспарлау жүйесі болған кезде ғана мүмкін.

Фирмаішілік жоспарлау жүйесінің құрамдас элементтері жоспарлаудың басты міндеті болып анықталған-бұл фирманың (кәсіпорынның) мақсаттарын әзірлеу және қою, кәсіпорынды дамытудың қолайлы жолын таңдау үшін түрлі іс-шаралар мен шешімдерді өлшеу арқылы алға қойылған мақсаттарға жету үшін болашақ әрекеттердің саналы алдын алу; жоспарлау-болашақта басшылыққа алынатын және сол арқылы өндірістік процесс, тұтас және оның құрамдас бөліктері алдын алынатын шешімдерді қабылдау.

Фирмаішілік жоспарлау жүйесі-бұл элементтердің жиынтығы-мақсаттар қою, баламалы нұсқаларды бағалау, шешімдер қабылдау, ұйымдастыру, мотивация, ақпараттық қамтамасыз ету және т.б. - реттелген құрылымда біріктірілген және өзара іс-қимыл жасайтын кіші топтарды құрайды.

Жоспарлаудың жалпы принциптері алғаш рет А. Файолемен жасалды. Кәсіпорынның іс-әрекет бағдарламасын немесе жоспарларын әзірлеуге қойылатын негізгі талаптар ретінде олар бес қағидатты атады: қажеттілік, бірлік, үздіксіздік, икемділік және дәлдік.

Жоспарлау қажеттілігінің қағидаты еңбек қызметінің кез келген түрін орындау кезінде жоспарларды жаппай және міндетті түрде қолдануды білдіреді. Жоспарлаудың қажеттілігі немесе міндеттілігі қағидаты еркін нарықтық қатынастар жағдайында ерекше маңызды, өйткені оны сақтау барлық кәсіпорындарда шектеулі ресурстарды ұтымды пайдаланудың қазіргі заманғы экономикалық талаптарына сәйкес келеді.

Жоспарлардың бірлігі қағидаты кәсіпорынның әлеуметтік-экономикалық дамуының жалпы немесе жиынтық жоспарын әзірлеуді көздейді. Отандық кәсіпорындарда жоспармен қатар өнімді өндіру мен сатудың жекелеген жоспарлары, шығындар мен кірістер жоспарлары, сондай-ақ бүкіл кәсіпорынның техникалық, ұйымдастырушылық және қаржылық даму жоспарлары немесе өндірістік бөлімшелер мен функционалдық қызметтердің ішінара жоспарлары бар. Алайда, осы жоспарлардың бәрі кәсіпорынның әлеуметтік-экономикалық дамуының бірыңғай кешенді жоспарымен, жоспардың әртүрлі бөлімдерінің немесе жоспарлы көрсеткіштердің кез келген түрі кәсіпорынның жалпы жоспарында да ауысатындай немесе көрсетілетіндей етіп тығыз байланыстырылуы тиіс. Жоспарлардың бірлігі экономикалық мақсаттардың ортақтығын және кәсіпорынның түрлі бөлімшелерінің жоспарлау мен басқарудың көлденең және тік деңгейлерінде өзара іс-қимылын болжайды. Фирмаішілік жоспарлау өзінің мақсаты бойынша кәсіпорын (фирма) деңгейінде жоспарлардың бірлігін сақтаудың негізі болып табылады.

Жоспарлардың үздіксіздік принципі әрбір кәсіпорында еңбек қызметі сияқты өндірісті жоспарлау, ұйымдастыру және басқару процестері өзара байланысты болып табылады және тұрақты және тоқтаусыз жүзеге асырылуы тиіс. Өндірістік қызметте үзіліс немесе тоқтап қалмау үшін жоспарлаудың үздіксіздігі ғана емес, сонымен қатар шығарылатын өнім мен орындалатын жұмыстардың тиісті жаңартылуы қажет. Бұл бір өндіріс жоспарының орнына басқа бір тауар үзіліссіз келеді деп болжайды: бір тауар нарықтың талабы бойынша басқалармен уақтылы ауыстырылады. Бұдан басқа, жоспарлаудың үздіксіздігі стратегиялық жоспарлардан тактикалық жоспарларға, ал олардан жедел жоспарларға біртіндеп көшуді, сондай – ақ қысқа мерзімді және ұзақ мерзімді жоспарлар арасындағы қажетті өзара іс-қимылды білдіреді. Отандық кәсіпорындардың көпшілігінде нарық жағдайында негізінен жылдық жоспарлар жұмыс істейді. Бағдарламалардың барлық басқа түрлері үлкен де, ұзақтығы аз да жылдық жоспарлармен қатаң түрде келісілуі тиіс және бір мезгілде жұмыс істеуі мүмкін. Жоспарлаудың үздіксіздігі ішкі және сыртқы ортаны өзгерту кезінде жоспарлардың тұрақты бақылауын, талдауын және модификациясын жасауға мүмкіндік береді. Үздіксіз жоспарлау процесінде әрбір кәсіпорында өндірістік-экономикалық қызметтің нақты және жоспарлы көрсеткіштерінің елеулі жақындауы орын алады.

Жоспарлардың икемділік принципі жоспарлаудың үздіксіздігімен тығыз байланысты және белгіленген көрсеткіштерді түзету және кәсіпорынның жоспарлы-экономикалық қызметін үйлестіру мүмкіндігін болжайды. Техникадағы, технологиядағы және өндірісті ұйымдастырудағы тұрақты өзгерістер әдетте жоспарланған ресурстардың шығынын төмендетуге және бастапқы жоспарларды нақтылау қажеттілігіне әкеледі. Нарық жағдайында сұраныстың едәуір ауытқуы, қолданыстағы бағалар мен тарифтердің өзгеруі мүмкін, олар да түрлі жоспарлардағы тиісті түзетулерге алып келеді. Сондықтан біздің кәсіпорындардағы барлық жоспарларда әлемдік тәжірибеде қабылданғандай, "қауіпсіздік" немесе "жастықтар" үстемеақылары деп аталатын резервтер болуы тиіс. Бұл талап сақталған жағдайда, сондай-ақ осындай резервтердің шамасын жоспарлау қажет, өйткені оларды негізсіз қолдану жоспарлау нәтижелеріне әсер етеді.

Жоспарлардың дәлдік принципі фирмаішілік факторлармен де, оның сыртқы ортасымен де анықталады. Жоспар дәлдігінің жоғары дәрежесі, шамасы, еркін нарықтық қатынастар жағдайында біздің кәсіпорындарға өте қажет емес. Сондықтан кез келген жоспар кәсіпорынның өзі қол жеткізгісі келетін дәлдікпен, оның қаржылық жағдайы мен нарықтағы жағдайын және басқа да көптеген факторларды ескере отырып жасалуы тиіс. Басқаша айтқанда, жоспарлардың дәлдік дәрежесі кез келген болуы мүмкін, бірақ өндірістің рұқсат етілген тиімділігін қамтамасыз ету кезінде, негізінен, ол қолданылатын жүйелермен және жоспарлау әдістерімен анықталады. Жедел немесе қысқа мерзімді жоспарлау кезінде жоспарлы көрсеткіштердің неғұрлым жоғары дәлдігі талап етіледі, стратегиялық немесе ұзақ мерзімді жоспарлау кезінде – жалпы мақсатты таңдаумен және жақындатылған есептеулерді құрастырумен шектелуге болады.

2. **Фирмаішілік жоспарлау әдістері**

Экономикалық талдау әдісі негізгі заңдылықтарды, табиғи және құндық көрсеткіштер қозғалысындағы үрдістерді, кәсіпорынның ішкі резервтерін анықтау үшін қолданылады.

Нормативтік әдіс алдын ала белгіленген нормалар мен техникалық-экономикалық нормативтер негізінде шаруашылық жүргізуші субъектінің қаржы ресурстары мен олардың көздеріне деген қажеттілігі есептеледі. Мұндай нормативтерде салықтар мен алымдар ставкалары, амортизациялық аударымдар нормалары және субъектінің өзі не мемлекет субъекті үшін арнайы нормативтік немесе заңнамалық база түрінде белгілейтін басқа да нормативтер бар. Шаруашылық жүргізуші субъектінің өзінің нормативтері-бұл тікелей кәсіпорында әзірленетін және өндірістік-шаруашылық қызметті реттеу, қаржы ресурстарын пайдалануды бақылау, капиталды тиімді салу жөніндегі басқа да мақсаттар үшін пайдаланылатын нормативтер. Шығындарды калькуляциялаудың қазіргі заманғы әдістері бар: стандарт-кост және стандарт маржинал-костинг. Олар ішкі шаруашылық нормаларын пайдалануға негізделген.

Қаржы қаражатына болашақ қажеттілікті анықтау үшін баланстық есеп айырысу әдісін пайдалану болашақта белгілі бір күнге теңгерімнің негізгі баптары бойынша қаражаттың түсу болжамына және шығындардың болжамына негізделеді.

Ақша ағындарының әдісі қаржылық жоспарларды жасау кезінде әмбебап болып табылады және қажетті қаржы ресурстарының түсу мөлшері мен мерзімдерін болжау үшін құрал болып табылады. Ақша ағындарын болжау теориясы белгілі бір күнге қаражаттың түсуін күтуге және барлық шығындар мен шығыстарды бюджеттеуге негізделеді. Бұл әдіс баланстық смета әдісіне қарағанда көп пайдалы ақпарат береді.

Мысалы, бір нұсқада өндірістің жалғасып келе жатқан құлдырауы, ұлттық валютаның инфляциясы, ал екіншісінде - пайыздық ставкалардың өсуі және осының салдарынан әлемдік экономиканың өсу қарқынының баяулауы және өнімге бағаның төмендеуі ескерілуі мүмкін.

Экономикалық-математикалық үлгілеу әдістері қаржылық көрсеткіштер мен оларды анықтайтын негізгі факторлар арасындағы өзара байланысты сандық көрсетуге мүмкіндік береді.

**Негізгі әдебиет**

1. Стратегическое планирование: Учебник/Под ред. Уткина З.А., 2015 г.

2 Ковалева А.М. Финансы фирмы. Учебник для вузов/Ковалева А.М., Лапуста М.Г., Скамай Л.Г., 2016 г.

3 Грузинов В.П., Грибов В.Д. Экономика предприятий: Учебное пособие для вузов, 2016 г.

4 Прокопчук Л.О. Козырев А.А. Стратегическое планирование: Конспект лекций, 2014 г.

5 Бухалков, М. И. Планирование на предприятии:учебник для студвузов, обучающихся по эконом. спец./М. И. Бухалков.-3-е изд.-М.:Инфра-М,2016.-416 с.-(Высшее образование),

6. Фартхутдинов Г.А. Производственный менеджмент: учебник/ Р.А. Фатхутдинов, 2016

7. Экономика предприятия /Под ред. В.Я Горфинкеля, В.А. Швандера, 2003. – 431 с.

8. Лапуста М.Г. Финансы фирмы: учеб. пособие / М.Г. Лапуста, 2015. – 264с

9. Концепция контролинга: управленческий учет, система отчетности, бюджетирование. пер. с нем., 2015 – 268

10. Насырова Г.Т. Экономика предприятия: учеб. пособие/ Г.А. Насырова, 2005 – 121 с.

11. Экономика предприятия: учеб. для вузов: Пер. с нем./ ред Беа Ф.К., ред. Дихта Э., 2016. – 928 с

12. Жалимбетова Р.Б. Организационно-экономические основы предпринимательства в системе обеспечения конкурентоспособной экономики: учеб. пособие/ Р.Б. Жалимбетова. – Алматы: Жетi Жаргы, 2011 – 279 с.

**Қосымша әдебиеттер**

1. Аникеев С. Методика разработки плана маркетинга. – М.: Информ-студио, 2017 – 128с.
2. Швандер В.А., Базилевич В.И. Управление инвестиционными проектами. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014 - 208 с
3. Коссов В.В. Бизнес-план. Обоснование решений. 2-е изд. испр. и доп. – М.:ГУВШЭ, 2017- 272 с.
4. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. – СПб: Питер, 2016– 400с
5. Жилкина А.Н. Финансовое планирование на предприятии. – М.: Благовест, 2018 – 248с
6. Экономика отрасли: Торговля и общественное питание: учеб. пособие для студ. образоват. учреждения среда проф. образов./ Е.А. Корпенко, 2016. – 221 с.
7. Сабден О. Логистика (экономика и управления): Учебник/ О. Сабден, Ж. Раимбеков, 2016 – 910 с.
8. Ковалев В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник/В.В. Ковалев. – М.: Проспект, 2016 – 421 с.
9. Елиазаров Ю.Ф. Экономика организации: Учебник/ Ю.Ф. Елизарова, 2015 – 495 с.
10. Чечевицин Л.Н. Экономика фирмы: учебное пособие для магистрантов/ Л.Н. Чечевицын, 2016 – 390 с.
11. Кузмина Е.Е. Планирование маркетинга: учеб. пособие /Е.Е. Кузьмина, 2007. – 367 с.
12. Шаповалов В. А. Управление маркетингом и маркетинговый анализ: учеб. пособие/ В.А. Шаповалов, 2008
13. Ковалев В.В. Финансы предприятия: учебник/ Ковалев В.В., 2003. – 352 с.

**3 тақырып. Кәсіпорында жоспарлы жұмысты ұйымдастыру**

1. Жоспарлы нормалар мен нормативтер ұғымы, олардың кәсіпорындағы жоспарлы қызметтегі рөлі

2. Жоспарлы нормалар мен нормативтерді жіктеу

3. Еңбек нормативтері, олардың түрлері мен тағайындалуы

4. Материалдық нормативтер, олардың түрлері мен қолданылуы

5. Жоспарлы нормалар мен нормативтерді әзірлеу әдістері

Еркін нарықтық қатынастар тауарларды өндірушілер мен тұтынушылардың мүдделерін ескеретін қажетті жоспарлы талаптар мен көрсеткіштердің өзара іс-қимылына негізделген. Бұл мәселелерді кез келген өндірісті өндірістік-қаржылық қызметтің жоғары түпкілікті нәтижесін алуға бағыттайтын жоспарлы-экономикалық нормативтер мен нормалар жүйесінің көмегімен шешуге болады.

Қазіргі экономикалық әдебиетте нормалар мен нормативтер туралы жалпыға бірдей танылған ұғым жоқ.

"Норма" термині латын тілінен аударғанда жетекші бастау, ереже, үлгі дегенді білдіреді. Норма-нақты өндірістік-техникалық жағдайлардағы қандай да бір экономикалық ресурстардың шығынының ғылыми негізделген шамасы.

Норматив-бұл еңбекті нормалауда, өндірісті жоспарлауда және кәсіпорынның шаруашылық қызметінде қолданылатын жұмыс уақыты, материалдық және ақша ресурстары шығындарының есептік шамасы.

Есептік нормалар мен нормативтер бір мезгілде абсолютті және салыстырмалы шамалар болуы мүмкін. Сонымен, еңбек шығындарын жоспарлау кезінде бастапқы уақыт нормативтері, ал туынды уақыт нормалары болып табылады. Материалдық шығындардың жоспарлы көрсеткіштерін белгілеген кезде, керісінше шикізаттың әртүрлі түрлерінің шығыс нормасы айналым қаражатының өндірістік нормативін және т. б. алу үшін негіз болады.

Нормативтер – бұл нақты ғылыми және практикалық мазмұны, сондай-ақ көріну нысаны бар іргелі экономикалық санат, мысалы, өнім бірлігіне арналған.

Осылайша, норматив-бұл әр түрлі экономикалық және өндірістік ресурстарды тұтыну мен пайдаланудың жалпыға бірдей шарасы. Олардың көмегімен кәсіпорындардың жоспарлы, ұйымдастырушылық және басқарушылық қызметінің маңызды көрсеткіштері белгіленеді және регламенттеледі, өндірістік процестердің барысы, олардың ұзақтығы мен қайталануы анықталады. Олар өлшеміне кәсіпорын жұмысының тиімділігін, өзіндік стандартына дамыту техника, технология және өндірісті ұйымдастыру деңгейін, өнімнің сапасы мен бәсекеге қабілеттілігін жатқызуға болады. Нормативтер біріздендірілген салааралық көлем болып табылады және кәсіпорын қызметінің ішкі және сыртқы жағдайларының өзгеруін ескере отырып, жоспарланатын объектілердің дамуының толық сәйкестігін қамтамасыз етуі тиіс.

Нормалар айырмашылығы нормативтерді бар нақты салалық немесе өндірісішілік мақсаты. Олар жұмыс орнының тиісті жергілікті жағдайлары немесе өндірістің белгілі бір түрі үшін белгіленеді және кәсіпорынды дамытудың жалпы заңдылықтарын, сондай-ақ ерекше ерекшеліктерін және оларды пайдаланудың жоспарланған мерзімінде жол берілетін шектеулер кезінде экономикалық ресурстар шығындарының өзгеруін көрсетуі тиіс. Нормаларын, әдетте, қысқа мерзімді, алдын ала белгіленген кезеңде оларды қолдану, берілген өндірістік жағдайларда ескере отырып, әр түрлі өндірістік-шаруашылық факторларды әзірлейді. Нормалар норма түзуші факторлардың өзгеруіне сәйкес қайта қарауға жатады. Өз мәні бойынша нормалар мен нормативтер абсолютті және салыстырмалы, жалпы және жеке, жоспарлы және нақты, перспективалық және ағымдағы, сандық және сапалық және т. б. болуы мүмкін.

**2. Жоспарлы нормалар мен нормативтерді жіктеу**

Кәсіпорынның жоспарлы қызметінде әртүрлі нормативтер мен нормалар кеңінен қолданылады.

Нарық жағдайында ресурстардың шығынын қысқарту, өнім өндіруге және қызметтерді орындауға еңбек, материалдық және басқа да шығындарды төмендету өндірісті жоспарлаудың, ұйымдастырудың және басқарудың қажетті экономикалық талаптарына айналады. Сондықтан нарықта шектеулі ресурстарды үнемді жұмсайтын және шығарылатын өнімнің бірлігіне олардың ең аз шығынына жететін өндіруші ұтады.

Нарықтық жағдайдағы экономикалық үдерістер мен тетіктерге сәйкес нормативтік материалдардың барлық алуан түрлілігі мынадай белгілер бойынша жіктеледі:

1. Ресурстардың түрлері бойынша өндіріс құралдары, Еңбек заттары, өнім бірлігін дайындауға, жұмысты орындауға немесе қызмет көрсетуге арналған жұмыс күші шығындарының шамасын реттейтін нормативтер мен нормаларды ажырату қажет.

2. Өндіріс кезеңдері бойынша материалдардың ағымдағы, сақтандыру, технологиялық, көліктік және өндірістік қорларының нормативтері, сондай-ақ аяқталмаған өндіріс, жартылай фабрикаттар, жинақтаушы бұйымдар мен дайын өнім болуы тиіс.

3. Орындалатын функциялар бойынша нормативтер жоспарлы, экономикалық, техникалық, ұйымдастырушылық, әлеуметтік, еңбек, басқару және т. б. болуы мүмкін.

Кәсіпорындардағы нормалар мен нормативтер өнімді дайындау көлемі мен мерзімдерін анықтау, шығындар мен нәтижелерді және т.б. негіздеу сияқты маңызды жоспарлы функцияларды орындаудың негізі болып табылады.

4. Қолданылу уақыты бойынша нормативтер перспективалық, жылдық, ағымдағы, шартты-тұрақты, уақытша, бір жолғы және маусымдық болып келеді.

5. Тарату саласы бойынша салааралық, салалық, өндірісішілік, халықаралық, республикалық, өңірлік, муниципалдық нормативтер бөлінеді.

6. Белгілеу әдістері бойынша ғылыми негізделген, есептік-аналитикалық, эксперименталды, аналитикалық-зерттеу, есептік-статистикалық және т.б. нормативтер бөлінеді.

Ғылыми негізделген нормалардың мәні қолданыстағы шектеу жүйесін ескере отырып, өндірістің нақты жағдайлары үшін ресурстар шығындарының оңтайлы мәніне сәйкес келеді.

Есептеу-аналитикалық нормалар техника, технология және берілген жағдайда өндірісті ұйымдастыру негізінде әзірленеді.

Тәжірибелік-эксперименттік нормалар нақты қолданыстағы жағдайларда алынған тәжірибелік деректер негізінде белгіленеді.

Аналитикалық-зерттеу нормалары өндірістің негізгі факторлары мен ресурстарды жұмсау шамасы арасындағы теориялық немесе эмпирикалық тәуелділікті кейіннен белгілей отырып, қолданыстағы технологиялық процестерді талдау және зерттеу негізінде әзірленеді.

3. **Еңбек нормативтері, олардың түрлері мен тағайындалуы**

Еңбек нормативтерінің жүйесі-бұл кәсіпорын персоналының әр түрлі элементтері мен жұмыс кешендерін орындауға регламенттелген еңбек шығындарының жиынтығы.

Жоспарлы-экономикалық қызметте құрамына мынадай нормалар мен нормативтер кіретін әртүрлі еңбек көрсеткіштері пайдаланылады.

Уақыт нормалары-өнім бірлігін дайындауға, бір жұмысты немесе қызметті минуттарда немесе сағаттарда орындауға арналған жұмыс уақытының ғылыми негізделген шығындары (мин/дана, сағ/дана).

Өндіру нормалары-жұмыс уақытының тиісті жоспарлы кезеңі үшін өнімді дайындаудың қажетті көлемін белгілейді. Норманың шамасын табиғи өлшемдерде (дана, метр және т.б.) анықтайды. Ауысым, сағат немесе басқа уақыт аралығындағы жұмыстың қорытынды нәтижесі.

Қызмет көрсету нормалары-бір жұмысшыға, топқа, бригадаға және т. б. бекітілген жұмыс орындарының санын, алаңның және басқа да өндірістік объектілердің мөлшерін сипаттайды.

Нормаланған өндірістік тапсырмалар-бір қызметкерге немесе бригадаға жұмыс уақытының осы кезеңінде орындалатын жұмыстардың немесе қызметтердің дайындалатын өнімінің жоспарлы көлемі мен номенклатурасын белгілейді. Өндірістік тапсырмалардың шамасы табиғи, еңбек және құндық бірліктерде (даналарда) өлшенеді.

Бұл еңбек нормалары еңбек, технологиялық және өндірістік процестердің барлық сипаттамаларын қамтымайды және шығындар мен нәтижелерді жоспарлау кезінде қажет.

 Сондықтан ресурстарды жоспарлау және ұтымды пайдалану мақсатында еңбек нормаларын екі объективті қолданыстағы шығын нысанында: жұмыс уақыты мен жұмыс күшін одан әрі көрсету қажет. Бірінші жұмыс бірлігін орындауға арналған жұмыс уақыты шығындарының шамасын белгілейді. Екінші жұмыс уақытының бір бірлігіне немесе бір бұйымға адамның физикалық және ақыл-ой энергиясы шығынының шамасын анықтайды. Жұмыс уақыты шығындарының нормаларына:

- ұзақтық нормативтері-бір станокта немесе жұмыс орнында жұмыс орындалуы мүмкін жұмыс уақытының есептік шамасын анықтайды, минутпен, сағаттармен, күнмен өлшенеді;

- еңбек сыйымдылығының нормативтері бір бұйымды өндіруге, жұмыс бірлігін немесе қызметті орындауға жұмсалатын тірі еңбек шығындарының жоспарлы мөлшерін қамтиды. Адам сағаттарында, адам минуттарда немесе қалыпты сағаттарда өлшенеді.

2. **Материалдық нормативтер, олардың түрлері мен қолданылуы**

Материалдық нормативтер-бұл кәсіпорынның жоспарлы-экономикалық нормативтік базасының маңызды құрамдас бөлігі.

Өндіріс процесінің құрылымына сәйкес, қаралған тірі еңбек нормаларынан басқа, негізгі экономикалық ресурстар мен материалдық нормативтерге еңбек заттары мен өндіріс құралдары шығыстарының нормалары жатады.

Еңбек заттары шығындарының нормалары негізгі материалдар, отын, электр энергиясы және өнім немесе қызмет бірлігін өндіру үшін қажетті басқа да шығындар шығысының жоспарланған шамасын анықтайды.

Материалдық ресурстар шығындарының нормасының құрамына шикізат пен материалдардың пайдалы шығысының негізделген жоспарлы-есептік шамалары, сондай-ақ қолданылатын технологиямен және өндірісті ұйымдастырумен байланысты материалдың қалдықтары мен ысыраптары кіреді.

Машина жасау өндірісінде, мысалы, бір бұйымға арналған материалдық ресурстардың шығын нормасына өңделген бөлшектің таза массасы және технологиялық қалдықтардың шамасы қосылады. Демек, бір бұйымға арналған материалдар шығысының жоспарлы массасы оны өңдеу технологиясын ескере отырып жобаланған дайындаманың массасын қамтуы тиіс.

Негізгі ресурстар шығынының нормасына технологиядан ауытқудан, ақаудан, сондай-ақ көмекші сипаттағы жұмыстармен (сынау, жарақтар мен т.б. дайындау) туындаған материалдың қалдықтары мен шығындары енгізілмейді.

Нарықтық жағдайларда жоспарлау кезінде шығын нормалары ғана емес, сонымен қатар материалдық ресурстарды пайдалану нормативтері да қолданылады.

Шығыстарды пайдалану нормативі пайдалы шығындалатын материалдың өнім бірлігіне белгіленген нормаға қатынасын сипаттайтын коэффициенттердің мәнімен анықталады. Бірлік коэффициенті неғұрлым көп болған сайын, соғұрлым үнемді өндіріс, қалдықтар мен шығындар аз, еңбек сыйымдылығы мен өнімнің өзіндік құны төмен.

Еңбек және өндіріс құралдары шығындарының нормативі кәсіпорынның жұмыс орындарына, өндірістік алаңға, технологиялық жарақтарға, құрал-саймандарға және басқа да негізгі қорлардың белгіленген жұмыс немесе қызмет көлемін орындауға қажеттілігін анықтайды. Негізгі өндірістік қорлар ұзақ уақыт пайдалану ресурстары болғандықтан, олардың шығындарының нормативтері, әдетте, өндірістің жылдық көлеміне немесе басқа да жоспарлы-есептік бірліктерге белгіленеді. Негізгі құралдарды пайдаланудың жоспарлы немесе нақты деңгейін сипаттайтын маңызды нормативтерге жабдықтың жұмыс режимі, станоктардың ауысымдылығы мен жүктелу коэффициенттері, негізгі қорлардың қор бөлу нормативтері және рентабельділігі, жөндеуаралық циклдер мен т. б. ұзақтығы сияқты көрсеткіштер жатады.

2. **Жоспарлы нормалар мен нормативтерді әзірлеу әдістері**

Әр түрлі ресурстардың нормалары мен нормативтері қазіргі нарықтың көптеген талаптарына сай болуы тиіс. Ең алдымен, олардың мәндері ғылыми негізделген және прогрессивті, нақты және тұрақты, объективті және серпінді, сондай-ақ есептеу кезінде қол жетімді және ыңғайлы болуы тиіс.

Нормалар мен нормативтерді әзірлеудің негізгі әдістері:

- нормалар мен нормативтерді ғылыми негіздеу әдісі оларды белгілеу кезінде техникалық, ұйымдастырушылық, экономикалық, әлеуметтік және басқа да факторлардың кешенін ескеруге мүмкіндік береді. Өзінің мәні бойынша бұл әдіс әрбір нақты жағдайда ресурстарды пайдалануды біріктірудің әр түрлі нұсқаларында қандай да бір норманың оңтайлы мәнін табуға мүмкіндік береді.

Еңбек шығындарының нормасын ғылыми негіздеудің мәні оның оңтайлы мәнін және технологиялық процестің сипаттамаларын және басқа да өндірістік шектеулерді анықтау болып табылады, олардың негізгілері әртүрлі ресурстардың шығындары болып табылады. Уақыт нормаларын белгілеу міндеттерінде, мысалы, өндірістің қажетті нәтижесі берілген техникалық шарттары мен сапалы талаптары бар өнім бірлігін дайындаудан тұрады. Қызмет көрсету нормалары мен санын негіздеу кезінде өндірістің негізгі нәтижесі өнім шығарудың жылдық немесе айлық бағдарламасын орындау болып табылады.

Шектеу жүйесін енгізу ресурстар шығындары нормаларының жол берілетін мәндерінің саласын, сондай-ақ қолданыстағы шектеу дәрежесі кезінде шығыстарға арналған оңтайлы нормаларды анықтайды. Жалпы жағдайда оңтайлы немесе ғылыми негізделген нормалар ең жоғары экономикалық тиімділікке қол жеткізілетін нормалар мен оларды пайдаланудың рұқсат етілген нұсқаларының бірі болып табылады.

Есептеу-талдау әдісі орындалатын жұмыстар мен жұмсалатын ресурстарды құрамдас элементтерге бөлуге, жұмыс пен ресурстардың шарттары мен құрамын талдауға, еңбек заттарын, өндіріс құралдары мен жұмыс күшін пайдаланудың ұтымды нұсқаларын жобалауға және кәсіпорынның нақты жағдайлары үшін тиісті ресурстардың қажеттілігін есептеуге негізделген.

Талдау-зерттеу әдісі бақылаулар мен эксперименттер жүргізу негізінде қолданыстағы өндіріс жағдайында қажетті нормаларды негіздеу үшін қолданылады. Тиісті нормалар алынған деректерге сәйкес әзірленеді. Бастапқы нәтижелерді жинау күрделілігіне байланысты әдіс негізінен түрлі нормативтік материалдарды әзірлеу үшін пайдаланылады.

Тәжірибелік нормаларды әзірлеу әдісі зертханалық немесе өндірістік жағдайларда анықталатын олардың пайдалы шығынын, ысыраптары мен қалдықтарын өлшеу деректерінің негізінде еңбек, шикізат және материалдар шығындарын айқындаудан тұрады. Өндірісте шеберлердің, менеджерлердің, технологтардың немесе басқа да мамандардың тәжірибесі бойынша белгіленген нормалар тәжірибелік деп есептеледі.

Есептік-статистикалық әдіс өндірістік ресурстар шығындарының нормалары өткен кезеңдегі есептік немесе статистикалық деректер негізінде белгіленеді. Мұндай нормалардың негізі есепті кезеңде қалыптасқан ресурстардың орташа нақты шығындары болып табылады. Өзінің мазмұны бойынша бұл әдіс жиынтық болып табылады және талдамалы айырмашылығы бүкіл жұмысқа немесе бөлшектерге тұтастай алғанда ресурстар шығындарының жуықталған нормаларын айқындауға мүмкіндік береді. Әдістің кемшілігі пайдаланылатын есептік-статистикалық нормалардың шектеулі өндірістік ресурстарды тиімді пайдалануға ықпал етпеуі болып табылады.

**Негізгі әдебиет**

1. Стратегическое планирование: Учебник/Под ред. Уткина З.А., 2015 г.

2 Ковалева А.М. Финансы фирмы. Учебник для вузов/Ковалева А.М., Лапуста М.Г., Скамай Л.Г., 2016 г.

3 Грузинов В.П., Грибов В.Д. Экономика предприятий: Учебное пособие для вузов, 2016 г.

4 Прокопчук Л.О. Козырев А.А. Стратегическое планирование: Конспект лекций, 2014 г.

5 Бухалков, М. И. Планирование на предприятии:учебник для студвузов, обучающихся по эконом. спец./М. И. Бухалков.-3-е изд.-М.:Инфра-М,2016.-416 с.-(Высшее образование),

6. Фартхутдинов Г.А. Производственный менеджмент: учебник/ Р.А. Фатхутдинов, 2016

7. Экономика предприятия /Под ред. В.Я Горфинкеля, В.А. Швандера, 2003. – 431 с.

8. Лапуста М.Г. Финансы фирмы: учеб. пособие / М.Г. Лапуста, 2015. – 264с

9. Концепция контролинга: управленческий учет, система отчетности, бюджетирование. пер. с нем., 2015 – 268

10. Насырова Г.Т. Экономика предприятия: учеб. пособие/ Г.А. Насырова, 2005 – 121 с.

11. Экономика предприятия: учеб. для вузов: Пер. с нем./ ред Беа Ф.К., ред. Дихта Э., 2016. – 928 с

12. Жалимбетова Р.Б. Организационно-экономические основы предпринимательства в системе обеспечения конкурентоспособной экономики: учеб. пособие/ Р.Б. Жалимбетова. – Алматы: Жетi Жаргы, 2011 – 279 с.

**Қосымша әдебиеттер**

1. Аникеев С. Методика разработки плана маркетинга. – М.: Информ-студио, 2017 – 128с.
2. Швандер В.А., Базилевич В.И. Управление инвестиционными проектами. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014 - 208 с
3. Коссов В.В. Бизнес-план. Обоснование решений. 2-е изд. испр. и доп. – М.:ГУВШЭ, 2017- 272 с.
4. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. – СПб: Питер, 2016– 400с
5. Жилкина А.Н. Финансовое планирование на предприятии. – М.: Благовест, 2018 – 248с
6. Экономика отрасли: Торговля и общественное питание: учеб. пособие для студ. образоват. учреждения среда проф. образов./ Е.А. Корпенко, 2016. – 221 с.
7. Сабден О. Логистика (экономика и управления): Учебник/ О. Сабден, Ж. Раимбеков, 2016 – 910 с.
8. Ковалев В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник/В.В. Ковалев. – М.: Проспект, 2016 – 421 с.
9. Елиазаров Ю.Ф. Экономика организации: Учебник/ Ю.Ф. Елизарова, 2015 – 495 с.
10. Чечевицин Л.Н. Экономика фирмы: учебное пособие для магистрантов/ Л.Н. Чечевицын, 2016 – 390 с.
11. Кузмина Е.Е. Планирование маркетинга: учеб. пособие /Е.Е. Кузьмина, 2007. – 367 с.
12. Шаповалов В. А. Управление маркетингом и маркетинговый анализ: учеб. пособие/ В.А. Шаповалов, 2008
13. Ковалев В.В. Финансы предприятия: учебник/ Ковалев В.В., 2003. – 352 с.

 **4 тақырып. Болжау жүйесі**

1. Болжау жүйесінің мәні, элементтері

2. Болжамдарды жіктеу және әзірлеу кезеңдері

3. Болжау жүйесін құрудың негізгі принциптері

4. Болжау әдістерін жіктеу

Зерттеудің кез келген объектісінің жай-күйі мен дамуын болжау процесі болжамдарды зерттейді.

Болжау-болжамдарды тұжырымдау өнерін білдіретін ежелгі грек сөзі. "Прогностика" ұғымы жиырма ғасырдан астам бұрын, "Прогностика" деп аталатын Гиппократ кітабы пайда болғаннан кейін кеңінен таралды, онда әртүрлі аурулардың ағымы мен аяқталуын анықтау тәсілдері қарастырылды. Алдын ала болжау өнері негізінен интуицияға, белгілерге, болжамдарға және басқа да ғылыми емес әдістерге негізделген.

Прогностиканың жалпы методологиялық негіздері Маркс, Энгельс, Ленин еңбектерінде салынған. Болжаудың дамуы алдымен жаратылыстану ғылымдарында (агрогидрометеорология), содан кейін қоғамдық ғылымдарда да 1960-шы жылдары ерекше ғылыми пән ретінде болжаудың қалыптасуына алып келді.

Болжау-болжамдарды әзірлеу заңдылықтары туралы ғылыми пән.

Болжамдардың негізгі түсініктері болжам, болжам фоны, нұсқасы, дәлдігі, қателігі, дұрыстығы, ақпараттылығы, болжам верификациясы, болжам көкжиегі болып табылады.

Грек тілінен аударғанда болжам " Алға, тану»

Болжам-қандай да бір объектінің ықтимал жай-күйі, болашақта процесс, баламалы жолдар және оларды жүзеге асыру мерзімдері туралы ғылыми негізделген пікір.

Тиісінше болжау-болжамдарды әзірлеу процесі.

Болжамдау объектісі-адамның танымдық қызметіне бағытталған процестер мен құбылыстар, оқиғалар. Осылайша, әлеуметтік-экономикалық болжамдау объектілері кең мағынада не экономикалық, не адамдардың әлеуметтік қызметімен байланысты және болжамдау субъектісі үшін ғылыми-практикалық қызығушылық тудыратын болашақ жай-күй не процестер болып табылады.

Елдегі ғылыми-техникалық даму деңгейі экономика құрылымына, өндірісті автоматтандыру және басқару процестеріне, өнім өндірілетін технологияға, ұйым персоналының құрамы мен құрылымына, әсіресе өнімдер мен технологиялардың бәсекеге қабілеттілігіне күшті әсер етеді.

Сыртқы факторларға қарағанда, ішкі факторлар кәсіпорынның өзіне тәуелді, осыған байланысты болжамды фон болып есептелмейді. Ішкі факторларға мыналар жатады: даму мақсаттары мен стратегиясы, тапсырыстар қоржынының жай-күйі, өндіріс пен басқару құрылымы, қаржы және еңбек ресурстары, жұмыс көлемі мен сапасы. Олар кәсіпорынды бірыңғай жүйе, өзара байланыс және элементтердің өзара іс-қимылы ретінде қалыптастырады, оның алдында тұрған мақсаттарға жетуге әкеледі. Сондықтан бір немесе бірнеше факторлардың өзгеруі бүкіл жүйенің қасиеттерінің бұзылуына әкелуі мүмкін. Демек, басқарушылық ықпал ету шаралары осы жүйенің тұтастығын сақтауға бағытталуы тиіс.

Болжамның нұсқасы — нақты болжамды аямен сәйкес келетін бағалау немесе болжаудың баламалы әдісімен алынған бағалау.

Болжамның дұрыстығы-болжам берілетін ықтималдық. Болжамның сенімділігі болжаудың орнықтылығының белгілі бір дәрежеде қасиеті, оның ықтималдық сипаттамасы болып табылады. Ол болжаудың берілген шарттары үшін тиісті болжамды бағалауды іске асыру ықтималдығын, мысалы, болжамдау объектісінің параметрлерін шашыратудың уақытша немесе кеңістіктік шекараларын анықтайды.

Болжамның дәлдігі-болжам есептелетін интервал. Басқаша айтқанда, болжамның дәлдігі-оны жүзеге асырудың берілген ықтималдығы үшін болжамның сенімді интервалын бағалау. Дәлдік пен сенімділік сипаттамалары ұштасқан екенін атап өткен жөн. Жалпы жағдайда болжамның сенімділігі жоғары болған сайын, оның дәлдігі соғұрлым төмен және керісінше.

Болжамдау қатесі-белгілі бір уақыт кезеңі үшін көрсеткіштің болжамды және нақты мәні арасындағы айырмашылық.

Ақпараттылық-болжам объектісін сипаттау дәрежесінің сипаттамасы. Болжаудың ақпараттылығына қойылатын талаптарды арттыра отырып, жалпы жағдайда зерттеуші болжамның дәлдігі мен сенімділігінде жоғалтуларды күте алады.

Болжамның шынайылығын тексеру, бағалау процедурасы эмпирикалық емес жолмен "болжамның верификациясы" (болжамның валидтілігі) деп аталады.

Болжамдық көкжиек - берілген дәлдікті болжаудың барынша ықтимал кезеңі.

**2. Болжамдарды жіктеу және әзірлеу кезеңдері**

Болжамдарды әзірлеу заңдылықтарын зерттеумен болжау ғылыми пәні айналысады. Болжам жасау процесі болжау деп аталады.

Экономикалық болжамдарды зерделеуге кірісе отырып, экономиканы қоғамның тіршілік әрекетінің құндық салдары ретінде қарастыру керек, ал қоғам қызметімен байланысты қандай да бір көрсеткіштер мен құбылыстардың түсініктемелері психология, әлеуметтану, саясат, технология және т. б. сияқты ғылымдарды береді.

Сондықтан экономикалық болжамдар, мысалы, жеке тауарға сұраныс болжамы өзге болжамдармен, атап айтқанда, демографиялық, әлеуметтік-медициналық, тұтынушылық болжамдармен тығыз байланысты, оларды есепке алу экономикалық болжамның сенімділігін сөзсіз арттырады.

Осылайша, экономикалық болжауды экономикалық қатынастардың даму үрдістерін анықтауға және осы даму мақсаттарына қол жеткізу бойынша оңтайлы шешімдерді іздеуге бағытталған сандық және сапалық сипаттағы ғылыми зерттеулер жүйесі ретінде қарастыру керек.

Экономикалық болжам дамудың заңдылықтары мен сыртқы жағдайларын жай түсіндірумен қатар, қажетті шешімдерді іздеу үшін пайдаланылады. Ол осы жоспардың мақсаттарына қол жеткізу жолдарын таңдауды айқындайтын жоспарлаудың бастапқы сатысы ретінде қарастырылуы мүмкін.

Тиісінше, экономикалық болжам - экономикалық болжамның қорытындысы. Дегенмен, ол ықтимал сипатқа ие, бірақ әлі де белгілі бір дәлдікке ие.

Іс жүзінде экономикалық болжам – бұл болашақ іс-әрекет тәсіліне байланысты шаруашылық жүргізуші субъектінің қандай да бір мақсаттарына қол жеткізудің ықтимал дәрежесін тіркейтін құжат.

Болжамның бұрын көрсетілген жалпы сипаттамаларына қосымша, экономикалық болжам

- жай-күйін бағалау және басқарушылық шешімдердің ықтимал нұсқаларын іздеуді жүзеге асыру;

 - болашақ оқиғаларды өзгерту үшін аймақтың сызбасын және мүмкіндіктерін анықтау;

- қазіргі кезде нашар айқындалған, бірақ болашақта мүмкін болатын мәселелерді анықтау;

- болашақтың объективті факторларына белсенді әсер ету нұсқаларын іздеуді жүзеге асыру;

- жетекші факторларды есепке алу кезінде оқиғалардың нұсқаларын моделдеу.

Болжамдық фон объектке қатысты болжамның негізділігі үшін маңызды сыртқы жағдайлардың жиынтығы деп аталады.

Болжауды ұйымдастыру элементі ретінде жұмыс тәртібі мен реттілігі қолданылатын болжамдау әдісіне байланысты анықталады. Әдетте бұл жұмыс бірнеше кезеңде орындалады.

1 – кезең-болжамды ретроспекция, яғни болжау объектісін және болжамды фонды орнату. Бірінші кезеңде жұмыс осындай ретпен орындалады:

- өткенде объектінің сипаттамасын қалыптастыру, бұл объектінің алдын ала талдауын, оның параметрлерін, олардың маңыздылығы мен өзара байланыстарын бағалауды қамтиды;

- ақпарат көздерін анықтау және бағалау, олармен жұмыс істеу тәртібі және ұйымдастыру, ретроспективті ақпаратты жинау және орналастыру;

- зерттеу тапсырмаларын қою.

Болжамдық ретроспекцияның міндеттерін орындай отырып, болжамшылар объектінің даму тарихын және болжамдық фонды олардың жүйелендірілген сипаттамасын алу мақсатында зерттейді.

2-кезең-болжамдық диагноз, оның барысында болжамдау объектісінің және болжамдық аяның даму үрдістерін анықтау және болжамдау модельдері мен әдістерін таңдау мақсатында жүйеленген сипаттамасы зерттеледі. Жұмыс келесідей ретпен орындалады:

- болжам объектісінің моделін әзірлеу, оның ішінде объектінің формалды сипаттамасы, объект моделінің барабар дәрежесін тексеру;

- болжау әдістерін таңдау(негізгі және көмекші), алгоритмді және жұмыс бағдарламаларын әзірлеу.

3 – ші кезең-проспектация, яғни болжамды ауқымды әзірлеу процесі, оның ішінде: 1) алдын алудың берілген кезеңіне болжанатын параметрлерді есептеу; 2) болжамның жекелеген құрамдастарын синтездеу.

4-ші кезең болжамды бағалау, оның ішінде оны верификациялау, яғни нақтылық, дәлдік және негізділік дәрежесін анықтау.

Проспектілеу және бағалау барысында алдыңғы кезеңдердің негізінде болжамның міндеттері мен оны бағалау шешіледі.

Көрсетілген кезең шамамен болжаудың негізгі әдісіне байланысты болып табылады. Осылайша, сараптамалық әдіс қолданылған жағдайда кезеңдер құрамы өзгеруі мүмкін.

Болжаудың әрбір кезеңі өз міндеттерімен, әдістерімен және нәтижелерімен ерекшеленеді. Кезеңдерге бөлу объектіні сипаттау ерекшелігімен, болжамды Фон деректерін жинаумен, іздеу және нормативтік модельді құрумен, болжамның верификациясымен байланысты. Мақсатты болжамдау, жоспарлау, жобалау, яғни алынған болжамды деректерді басқару міндеттеріне қызмет ететін болжалды бағдар ерекше орын алады.

1. **Болжау жүйесін құрудың негізгі принциптері**

Болжамды қызметті объектінің дамуындағы болашақ оқиғалар мен құбылыстарды зерттеу ретінде қарау болжаудың қолданбалы әдістерін әзірлеу және пайдалану үшін конструктивтік негізді құрайтын әдіснамалық қағидаттарды айқындауды талап етеді.

Болжамдау жүйелілігі принципі болжау объектісін зерттеудің мақсаттары мен міндеттеріне сәйкес объектінің өзара байланысты сипаттамаларының жүйесі және болжамды фон ретінде қарауды талап етеді.

Жүйе элементтердің ерікті механикалық бірлестігі болып табылмайды. Жүйелік ұсынудың міндетті шарты ретінде толық белгілі қасиеттердің болуы болжанады: тұтастық (эмерджентілік), иерархиялық, мақсатты, өзін - өзі ұйымдастыру, басқару және т. б.

Тұтастық қасиеті жүйеде эмердженттік қасиеттердің болуын болжайды, оның құрамдас элементтерінің ешқайсысында жоқ және өзара әрекеттестік процесінде пайда болады.

Объектінің құрылымын зерттеу немесе объектінің жүйелік сипаттамасы екі тәсілмен жүргізілуі мүмкін - жеке, егжей - тегжейлі сипаттамаларды неғұрлым жалпыланған (агрегациялау) және құрылымды жалпыланған сипаттық неғұрлым жеке сипаттарға (декомпозиция, дезагрегирлеу) дәйектілікпен тереңдету. Сондықтан кез келген деңгейдегі объект өзара байланысқан кіші жүйелер, сипаттамалар жүйесі және сонымен қатар жоғары деңгейдегі аса күрделі жүйенің элементі болып табылады.

Объектінің зерттелу дәрежесіне байланысты декомпозиция эмпирикалық білім және зерттеушінің онда өтетін процестердің механизмі туралы инновациялық түсінігі тұрғысынан немесе жүйелендірілген ақпарат пен ғылыми теорияға негізделеді.

Бұл принцип белгілі бір иерархия мен тізбектілікпен сипатталатын әдістер мен модельдер жүйесі негізінде болжам жасауды болжайды. Мұндай жиынтық ағымдағы және болашақтағы кезеңдерде қалыптасатын даму үрдістері мен заңдылықтарын зерделеуге, берілген тұтас қондырғыларда, қолда бар ресурстарда, анықталған қажеттіліктер мен олардың динамикасына негізделетін әрбір бағыт бойынша экономикалық дамудың келісілген және қарсы емес болжамын әзірлеуге мүмкіндік береді.

Объективті заңдылықтарға болжамның барабарлығы қағидаты экономиканың дамуындағы тұрақты үрдістер мен өзара байланыстарды анықтау процесін ғана емес, сондай-ақ бағалауды және нақты экономикалық процестердің толық және нақты имитациясымен теориялық аналогын құруды сипаттайды.

Адекваттылық принципін іске асыру нақты процестердің, әсіресе белгісіздік жағдайында ықтималдық сипатын есепке алуды көздейді. Бұл орын алуы мүмкін қалыптасқан үрдістер мен ауытқуларды бағалау, үстем үрдістерді бөлу, алшақтықтың ықтимал саласын айқындау, яғни анықталған үрдісті іске асыру ықтималдығын бағалау қажеттілігін білдіреді.

Объектіні дамытудың жекелеген баламаларының шынайылығын бағалау ресурстар, құрылым, тиімділік көрсеткіштері бойынша нақты шектеулерді ескере отырып, барлық негізгі бағыттарда теңгерімділік әдісімен анықталуы мүмкін, олардың шеңберінде дамудың теңдестірілген баламалары әзірленуі тиіс.

Экономикалық объектінің даму баламаларының пайда болу көздері бірінші кезекте ұдайы өндіру жағдайында, мысалы, экстенсивті әдістерден қарқынды әдістерге көшу кезінде мүмкін болатын сапалық ілгерілеулер болып табылады. Баламаларды қалыптастыруға өндірісті дамытудың нақты мақсаттары әсер етеді.

Шынайы болжамды әзірлеудің қажетті шарты процестерді дамытудың объективті заңдарын тану, олардың негізінде тұрақты үрдістерді анықтау болып табылады. Бұл таным болжамдардың қолданбалы әзірлемелерінің жетістіктерін терең зерттеуге негізделуі тиіс, бұл негізділік немесе нақтылық қағидатының мәнін құрайды.

Осы қағидатты практикалық зерттеулерде іске асыру алынған нәтиженің нақтылығын болжаудың тиісті сапасымен және бағалаумен қамтамасыз етіледі.

Болжамдардың сапасы, сөзсіз, анық емес растаусыз мүмкін емес, бірақ кең мағынада олардың пайдалылығымен, басқару процесінде осы әзірлемелерге нақты сұраныспен айқындалады.

Болжамдардың шынайылығы болжамды және нақты сипаттамалардың алшақтық себептерін талдау кезінде болжам әзірлеу және апостериорлық кезеңінде оларды верификациялау мүмкіндігімен қамтамасыз етіледі.

Болжаудың нақты әдісін таңдау көбінесе ақпараттық базаның болуы мен сапасына байланысты. Бұл жағдайда зерттеушіні мүмкіндігінше жеткілікті және шынайы статистикалық деректермен қамтамасыз ететін бақылау қағидаты маңызды. Кейбір жағдайларда, әсіресе Микроэкономика деңгейінде менеджерлер артық ақпарат жағдайында шешім қабылдайды. Сондықтан көбінесе жедел және қысқа мерзімді болжамдарды әзірлеу кезінде қажетті және сенімді деректердің мониторингі өзекті болып отыр. Бұл мәселе заманауи ақпараттық технологияларды қолдану арқылы шешіледі.

1. **Болжау әдістерін жіктеу**

Болжамдау әдістерінің ең маңызды жіктемелік белгілерінің бірі-болжамдық әдістерді жеткілікті толық қамтитын формализация дәрежесі болып табылады. Екінші сыныптамалық белгіні болжау әдістерінің жалпы әрекет ету принципі, үшіншісі - болжамды ақпаратты алу тәсілі деп атауға болады.

 Болжау әдістерінің сыныптамалық топтарын егжей-тегжейлі қарауға көшпес бұрын экономикалық болжау әдісі немесе әдістері ұғымын анықтау қажет. Олар деп болжамдау объектісінің ретроспективті деректерін, экзогенді (сыртқы) және эндогенді (ішкі) байланыстарын талдау негізінде, сондай-ақ қаралып отырған құбылыстың немесе процестің шеңберінде оларды өлшеуге мүмкіндік беретін ойлау тәсілдері мен тәсілдерінің жиынтығын түсіну керек.

 Ғылыми негізделген жіктеу жаңа элементтер енгізілуі мүмкін жіктеудің төменгі деңгейлерінде қабылдаулар (модификациялар) санын ұлғайтуға мүмкіндік береді.

 Формализация дәрежесі бойынша (бірінші жіктеу белгісі бойынша) экономикалық болжамдау әдістерін интуитивті және формальды деп бөлуге болады. Болжаудың интуитивті әдістері болжамдау объектісінің едәуір күрделілігіне байланысты көптеген факторлардың әсерін ескеру мүмкін болмаған жағдайларда пайдаланылады. Бұл жағдайда сарапшылардың бағалауы қолданылады. Бұл ретте жеке және ұжымдық сараптамалық бағалар бар.

Формалданған (детерминирленген) әдістер тобына екі топ кіреді: экстраполяция және модельдеу. Бірінші кіші топқа келесі әдістер жатады: ең кіші квадраттар, экспоненциалды тегістеу, жылжымалы орташа, бейімделген тегістеу, авторегрессиялық түрлендіру, гармоникалық таразылар; екінші топқа - құрылымдық, желілік, матрицалық және имитациялық модельдеу.

 Болжаудың сараптамалық әдістері класына эвристикалық болжау әдісі (эвристика - өнімді, шығармашылық ойлауды зерттейтін ғылым) кіреді. Бұл талдау әдісі, оның мәні қандай да бір эвристиканы пайдалана отырып, сараптамалық бағалауды "іздеу ағашын" құру және одан әрі ажырату болып табылады. Бұл ретте әдіс жоғары білікті мамандарға жүйелі түрде сұрау салу арқылы алынған болжамды сараптамалық бағаларды мамандандырылған өңдеу жүзеге асырылады. Ол ғылыми-техникалық проблемалар мен объектілердің болжамдарын әзірлеу үшін қолданылады, олардың дамуын талдау толық немесе ішінара формализациялауға берілмейді.

Ақпарат ретінде фактографиялық және сараптамалық ақпарат пайдаланылады.

 Болжамдау әдістерін жіктеу кезінде болжамдау әдістерін мазмұнды жүйелеу болжамдау объектісінің өзі, дамудың экономикалық процестері мен олардың заңдылықтарымен анықталуы тиіс екенін ескеру қажет.

 Зерттеу болжамының міндеті болашақ дамудың ықтимал нәтижелерін анықтау және бір немесе бірнеше оң нәтижелердің көптеген ықтимал нұсқаларынан таңдау болып табылады. Мысалы, есептеуіш техника құралдарының дамуын олардың жылдамдығының өсуіне, жады көлемінің ұлғаюына және логикалық мүмкіндіктер ауқымына көрсетуге болады.

 Осы кезеңнің негізгі мақсаты болжанатын кезең ішінде шешілуге жататын бір немесе бірнеше ғылыми-техникалық проблемалар түріндегі принципті мүмкін перспективалардың кең ауқымын ашудан тұрады.

Болжамның бағдарламалық аспектісі қалаулы және қажетті нәтижелерге қол жеткізудің ықтимал жолдарын айқындаудан тұрады; ықтимал нұсқаның әрбірін іске асыру уақыты бойынша күтілетін және белгілі бір нұсқа бойынша кейбір нәтижеге сәтті қол жеткізуде сенімділік дәрежесі.

Болжамның ұйымдық жағы белгілі бір нұсқа бойынша белгілі бір нәтижеге қол жеткізуді қамтамасыз ететін ұйымдастыру-техникалық іс-шаралар кешенін қамтиды. Ұйымдастырушылық аспектіде қолма-қол экономикалық ресурстар мен жинақталған ғылыми әлеует туралы түсініктен туындайды. Мұнда ғылымның ұйымдастырушылық параметрлері кешенін дамытудың негізделген гипотезасы тұжырымдалуы, ресурстарды бөлудің ұсынылатын схемасына және болжанатын кезеңге ғылыми әлеуеттің өсу перспективаларына ықтимал баға берілуі тиіс.

 Ғылыми-техникалық дамудың қарастырылған кезеңдері, әдетте, кешенді әрекет етеді және өзара байланыста болады.

**Негізгі әдебиет**

1. Стратегическое планирование: Учебник/Под ред. Уткина З.А., 2015 г.

2 Ковалева А.М. Финансы фирмы. Учебник для вузов/Ковалева А.М., Лапуста М.Г., Скамай Л.Г., 2016 г.

3 Грузинов В.П., Грибов В.Д. Экономика предприятий: Учебное пособие для вузов, 2016 г.

4 Прокопчук Л.О. Козырев А.А. Стратегическое планирование: Конспект лекций, 2014 г.

5 Бухалков, М. И. Планирование на предприятии:учебник для студвузов, обучающихся по эконом. спец./М. И. Бухалков.-3-е изд.-М.:Инфра-М,2016.-416 с.-(Высшее образование),

6. Фартхутдинов Г.А. Производственный менеджмент: учебник/ Р.А. Фатхутдинов, 2016

7. Экономика предприятия /Под ред. В.Я Горфинкеля, В.А. Швандера, 2003. – 431 с.

8. Лапуста М.Г. Финансы фирмы: учеб. пособие / М.Г. Лапуста, 2015. – 264с

9. Концепция контролинга: управленческий учет, система отчетности, бюджетирование. пер. с нем., 2015 – 268

10. Насырова Г.Т. Экономика предприятия: учеб. пособие/ Г.А. Насырова, 2005 – 121 с.

11. Экономика предприятия: учеб. для вузов: Пер. с нем./ ред Беа Ф.К., ред. Дихта Э., 2016. – 928 с

12. Жалимбетова Р.Б. Организационно-экономические основы предпринимательства в системе обеспечения конкурентоспособной экономики: учеб. пособие/ Р.Б. Жалимбетова. – Алматы: Жетi Жаргы, 2011 – 279 с.

**Қосымша әдебиеттер**

1. Аникеев С. Методика разработки плана маркетинга. – М.: Информ-студио, 2017 – 128с.
2. Швандер В.А., Базилевич В.И. Управление инвестиционными проектами. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014 - 208 с
3. Коссов В.В. Бизнес-план. Обоснование решений. 2-е изд. испр. и доп. – М.:ГУВШЭ, 2017- 272 с.
4. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. – СПб: Питер, 2016– 400с
5. Жилкина А.Н. Финансовое планирование на предприятии. – М.: Благовест, 2018 – 248с
6. Экономика отрасли: Торговля и общественное питание: учеб. пособие для студ. образоват. учреждения среда проф. образов./ Е.А. Корпенко, 2016. – 221 с.
7. Сабден О. Логистика (экономика и управления): Учебник/ О. Сабден, Ж. Раимбеков, 2016 – 910 с.
8. Ковалев В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник/В.В. Ковалев. – М.: Проспект, 2016 – 421 с.
9. Елиазаров Ю.Ф. Экономика организации: Учебник/ Ю.Ф. Елизарова, 2015 – 495 с.
10. Чечевицин Л.Н. Экономика фирмы: учебное пособие для магистрантов/ Л.Н. Чечевицын, 2016 – 390 с.
11. Кузмина Е.Е. Планирование маркетинга: учеб. пособие /Е.Е. Кузьмина, 2007. – 367 с.
12. Шаповалов В. А. Управление маркетингом и маркетинговый анализ: учеб. пособие/ В.А. Шаповалов, 2008
13. Ковалев В.В. Финансы предприятия: учебник/ Ковалев В.В., 2003. – 352 с.

 **5 тақырып. Стратегиялық жоспарлаудың ерекшеліктері**

1. Стратегиялық жоспарлаудың мәні мен құрылымы

2. Стратегияның түрлері мен элементтері

3. Стратегияны жоспарлау технологиясы

Стратегиялық жоспарлау кәсіпорынның қызмет ету мақсаттарының жүйесі қалыптасатын құрал болып табылады және оған қол жеткізу бойынша барлық ұжымның күш-жігері біріктіріледі. Оның маңызды міндеті – кәсіпорынның тыныс-тіршілігіне қажетті жаңалықтарды қамтамасыз ету. Стратегиялық жоспарлау үдерісі ретінде қызметтің төрт түрін (Стратегиялық жоспарлау функциясы) қамтиды. Оларға: ресурстарды бөлу, сыртқы ортаға бейімдеу, шаруашылық процестерін үйлестіру және реттеу, ұйымдастырушылық өзгерістер жатады.

Стратегиялық жоспарлау стратегиялық басқарудың маңызды функциясы болып табылады. Стратегиялық басқару процесі стратегиялық жоспарлаудан басқа стратегияны іске асыруды, стратегияның іске асырылуын бағалауды және бақылауды қамтиды.

Стратегиялық жоспарлаудың негізгі компоненттерін қарастырайық.

1.Кәсіпорын миссиясын анықтау. Бұл процесс кәсіпорынның өмір сүруінің мәнін, оның мақсатын, нарықтық экономикадағы рөлі мен орнын белгілеуден тұрады. Шетелдік әдебиетте бұл термин корпоративтік миссия немесе бизнес тұжырымдамасы деп аталады. Ол нарықтық қажеттіліктерге, тұтынушылардың сипатына, өнімнің ерекшеліктеріне және бәсекелестік артықшылықтар мен кедергілердің болуына қарай фирманың бағдарланатын бизнестегі бағытын сипаттайды.

2.Мақсаттар мен міндеттерді қалыптастыру. Мақсаттар мен міндеттер тұтынушыларға қызмет көрсету жөніндегі қызметті көрсету қажет деңгейді көрсетуі тиіс. Олар фирмада жұмыс істейтін адамдардың уәждемесін жасауы керек. Мақсат таңдаудағы жағдайға қарамастан, фирмалар өз мақсаттарын белгілей алатын бірқатар бағыттарды көрсетуге болады.

Оларға келесілер жатады:

фирманың табысы (табыс мөлшері, табыс, акцияға кіріс және т. б.).);

тиімділік (шығындар, өзіндік құн, рентабельділік, өнімділік, материал сыйымдылығы және т. б.).);

нарықтағы жағдай (нарықтың үлесі, сату көлемі, нарықтың салыстырмалы үлесі, жекелеген өнімдердің үлесі және т. б.).);

фирманың қаржылық, материалдық, еңбек ресурстары (мысалы, негізгі және айналым капиталының құрылымы мен көлемі, фирманың активтері, кредиторлық және дебиторлық берешек және т. б.);

кәсіпорынның өндірістік қуаты;

номенклатура, ассортимент сияқты көрсеткіштерде көрсетілетін өнім;

 сапа көрсеткіштері, бәсекеге қабілеттілік;

 ҒЗТКЖ-ға жұмсалатын шығындар көлемі, өнімді әзірлеу және игеру мерзімдері және т. б.;

ұйымдастырушылық өзгерістер фирмаға қатысты штаттық кестесін, өндірістік құрылымы, қызметкерлердің функционалдық міндеттерін және т. б.;

қызмет көрсету жылдамдығы, шағымдардың саны, шағымдар мен шағымдардың саны және т.б. сияқты көрсеткіштерде көрсетілетін сатып алушылармен жұмыс сапасы.;

фирманың әлеуметтік жауапкершілігі (қайырымдылық қызметі, қоршаған ортаны қорғау және т. б.));

 қызметкерлердің қажеттіліктері (еңбекке ақы төлеу, еңбек және демалыс жағдайлары, ұжымның әлеуметтік дамуы);

 шаруашылық қызметтің өсу қарқынында көрінетін фирманың дамуы.

Жоспарлаудағы мақсаттарды құрылымдау процесіне екі тәсіл бар: орталықтандырылған және орталықсыздандырылған. Бір орталықтан келген жағдайда фирманың иерархиясының барлық деңгейлеріндегі мақсаттар жүйесі жоғары басшылықпен анықталады. Орталықсыздандырылған әдіс кезінде құрылымдау процесінде жоғары басшылықпен қатар барлық төменгі деңгейлер де қатысады.

Мақсаттарды негіздеу технологиясы тұрғысынан, оларды құрылымдау алгоритмі төрт тізбекті кезеңді қамтиды: сыртқы ортадағы үрдістерді анықтау және талдау; фирманың соңғы мақсаттарын анықтау; мақсаттар иерархиясын құру; жеке (жергілікті) мақсаттарды белгілеу.

3.**Сыртқы ортаны талдау және бағалау.**

Ортаныталдауоныңекікомпонентін: макроортажәнетікелейортанызерттеудікөздейді.

Макроқұрылымды талдау фирмаға ортаның мынадай компоненттерінің әсерін зерттеуді қамтиды: экономика жағдайы; құқықтық реттеу; саяси процестер; табиғи орта және ресурстар; қоғамның әлеуметтік және мәдени құрауыштары; ғылыми-технологиялық деңгей; инфрақұрылым және т. б.

Тікелей орта мынадай негізгі компоненттер бойынша талданады: сатып алушылар; жеткізушілер; бәсекелестер; жұмыс күшінің нарығы; қаржы-кредиттік ұйымдар және т. б.

4.Ішкі құрылымды (ортаны) талдау және бағалау. Ішкі ортаны талдау фирма өз мақсаттарына қол жеткізу процесінде бәсекелестік күресте сене алатын ішкі мүмкіндіктер мен әлеуетті анықтауға мүмкіндік береді. Ішкі орта мынадай бағыттар бойынша зерттеледі: зерттеулер мен әзірлемелер; өндіріс; маркетинг; ресурстар; тауарды жылжыту.

**2. Стратегияның түрлері мен элементтері**

Стратегияның мазмұны фирма орналасқан жағдайға байланысты. Дегенмен стратегияны қалыптастырудың кейбір ортақ тәсілдері бар. Бұл тек фирманың іскерлік стратегиясы, бұл ретте функционалдық стратегиялар қарастырылмайды.

Стратегияны әзірлеу кезінде фирманың басшылығы, әдетте, үш сұраққа тап болады: қандай бизнес тоқтату, қандай бизнес жалғастыру, қандай бизнес көшу?

Стратегия айқындауы тиіс:

\* фирма не істеу керек және ол не істеу керек;

\* фирма жүзеге асыратын шаруашылық қызметте не маңызды, не маңызды емес екенін көрсетеді.

Стратегиялық басқару саласындағы жетекші маман М. Портер нарықтық экономикада стратегияны қалыптастырудың үш бағыты бар деп санайды.

Бірінші бағыт өндіріс шығындарын азайту саласындағы көшбасшылыққа қол жеткізумен байланысты. Ең төмен шығындардың нәтижесінде фирма өнімнің неғұрлым төмен бағасы есебінен нарықтың едәуір үлесін ала алады. Стратегияның осындай түрін іске асыратын фирмаларда өндірісті жақсы технологиялық ұйымдастыру, инженерлік-конструкторлық база, өнімді тұтынушыларға жеткізу жүйесі болуы тиіс.

Екінші бағыт өнім өндірудегі мамандандырумен байланысты. Фирма осы өнімді өндіруде көшбасшы болуы тиіс. Бұл сатып алушылар, тіпті баға өте жоғары болса да бұл марканы таңдайды. Стратегияның осы түрін жүзеге асыратын фирмалар жоғары ғылыми-технологиялық әлеуетке, жоғары мамандандырылған өндіріске, жақсы маркетинг жүйесіне, өнімнің сапасын қамтамасыз етудің тамаша жүйесіне ие болуы тиіс.

Үшінші бағыт нарықтың белгілі бір сегментінің бекітілуіне және осы сегментте фирманың күш-жігерін шоғырландыруға байланысты. Бұл жағдайда фирма барлық нарықта жұмыс істеуге ұмтылмайды,тек нақты белгіленген сегментте ғана жұмыс істейді. Ол өз ниетінде нарықтың қажеттілігінен емес, белгілі бір және нақты клиенттердің қажеттілігінен туындайды.

1. **Стратегияны жоспарлау технологиясы**

Стратегиялық жоспарлау процесі мынадай кезеңдерді қамтиды: ағымдағы стратегияны бағалау; өнім портфелін талдау; стратегияны таңдау; таңдалған стратегияны бағалау; стратегиялық жоспарды әзірлеу; бизнес-жоспарлар жүйесін әзірлеу.

Бұл кезеңдерді қарастырайық.

1.Ағымдағы стратегияны бағалау.

Ағымдағы стратегияны бағалау фирманың қандай жай-күйі, оның қандай стратегияларын іске асыратыны және олардың қаншалықты тиімді екені туралы түсінік беруі тиіс. Талдау барысында келесі сұрақтарға жауап беру қажет:

-Осы салада сұраныс тудыратын қажеттіліктердің құрылымы қандай?

- Нарықтағы табысқа өнімнің қандай сипаттамалары ықпал етеді?

- Салада кіріс және шығыс кедергілері қандай?

- Салада табыстың негізгі факторлары қандай?

Келтірілген өлшемдер негізінде тәуекелді, олардың әлеуетті пайдалылығын бағалау мақсатында кәсіпорын жұмыс істейтін салалар мен нарықтарға салыстырмалы талдау жүргізу және фирмадағы іскерлік стратегия осы салалардағы шаруашылық жүргізу мүмкіндіктері мен ерекшелігіне қаншалықты сәйкес келетінін анықтау қажет.

2.Өнім портфелін талдау.

Өнімнің портфелін талдау бизнестің жекелеген бөліктері өзара байланысты екендігі туралы көрнекі түсінік береді. Өнімді талдау ағымдағы стратегияны бағалау кезінде алынған мәліметтерді толықтырады және нақтылайды. Талдау алгоритмінің бірнеше кезеңдерін бөліп көрсетеді: талдау деңгейлерін таңдау; талдау объектілерін бөлу; өнім портфелін талдау кезінде қолданылатын көрсеткіштерді анықтау; деректерді жинау, жүйелеу және талдау; кәсіпорын өнімінің қолданыстағы портфелін кешенді бағалау.

3.Стратегияны таңдау.

Фирманың даму стратегиясын таңдау үш құрамдас бөлік негізінде жүзеге асырылады: стратегияны сипаттайтын табыстың негізгі факторлары; өнім портфелін талдау нәтижелері; стратегиялардың балама нұсқалары.

Қолданылатын стратегияның табысын сипаттайтын факторлардың барлық жиынтығынан негізгі негізгі факторлар арасында бірінші кезекте мыналарды ескеру қажет:

- фирма өз қызметін жүзеге асыратын фирма мен саланың артықшылықтары;

- фирманың мақсаттары; меншік иесі мен жоғары басшылықтың стратегиясына қызығушылығы мен қатынасы;

- қаржы ресурстары;

- менеджерлік персоналдың біліктілігі;

- фирманың міндеттемелері;

фирманың сыртқы ортаға тәуелділік дәрежесі;

- уақыт және т. б. факторы.

4.Таңдалған стратегияны бағалау.

Таңдалған стратегияны бағалау оны қалыптастыру кезінде шешуші факторлардың қалай ескерілгенін талдау түрінде жүзеге асырылады. Талдау таңдалған стратегия фирманың өз мақсаттарына қол жеткізуіне алып келе ме, соны анықтауға мүмкіндік береді. Егер стратегия мақсаттарға сәйкес келсе, онда мыналарды белгілеу үшін қосымша талдау жүргізіледі:

- стратегияның қоршаған ортаның жай-күйі мен талаптарына сәйкестігі (нарық серпіні, бұйымның өмірлік циклі, бәсекелестік кедергілер мен бәсекелестік артықшылықтарға және басқа да факторларға сәйкестігі);

- фирманың әлеуеті мен мүмкіндіктеріне (фирмамен жүзеге асырылатын басқа стратегияларға, фирманың құрылымына, әлеуетке сәйкес келуі);

- стратегияда қойылған тәуекелдің қолайлылығы (алғышарттардың шынайылығы, теріс салдары, тәуекел қаншалықты ақталды).

5.Стратегиялық жоспарды әзірлеу.

Қабылданған стратегия фирманың стратегиялық жоспарын құру үшін негіз болады. Таңдалған стратегиялардың комбинациясына байланысты стратегиялық жоспар шабуыл немесе қорғаныштық болуы мүмкін. Алдағы жоспар кәсіпорынның іскерлік дамуын көздейді. Ол жоғары әлеуетке ие ірі фирмалармен құрылады және жаңа өнімді игеруді, жаңа нарықтарға шығуды, шаруашылық қызметті кеңейтуге және т. б. Елеулі инвестицияны болжайды. Қорғаныс жоспары нарықта қол жеткізілген позицияларды ұстап тұруға бағытталған және нарықтың теріс салдарын және кәсіпорынның банкроттығын ескертетін шараларды қамтиды.

Тактикалық және жедел жоспарлардан айырмашылығы стратегиялық жоспардың қатаң құрылымы жоқ. Оның бөлімдері мен көрсеткіштерін таңдауға әрбір фирма өз ұстанымдарынан келеді. Дегенмен, соңғы уақытта Стратегиялық жоспардың жалпы қабылданған гипотетикалық құрылымы белгіленді, ол фирма мен оның құрылымдық бөлімшелері өз ресурстарын қалай басқару керектігі туралы айтуға мүмкіндік береді.

Стратегиялық жоспар мынадай бөлімдерді қамтуы мүмкін:

- корпоративтік миссия;

- өнім (қызмет);

- бәсекелестік;

- нарықтар;

- ресурстар;

- іскерлік " портфель»;

- инновация;

- инвестициялар.

6.Бизнес-жоспарлар жүйесін әзірлеу.

Бизнес-жоспар стратегиялық жоспардың құрамдас бөлігі болып табылады. Іс жүзінде бизнес-жоспар жиі стратегиялық жоспарды алмастырады. Стратегиялық және бизнес-жоспарлау арасындағы айырмашылықтар келесіден тұрады. Біріншіден, стратегиялық жоспарға қарағанда бизнес-жоспар фирманың жалпы мақсаттарының барлық кешенін емес, олардың кейбірін ғана қамтиды, оларды іске асыру инвестицияның белгілі бір көлемін талап етеді. Екіншіден, стратегиялық жоспарларға қарағанда бизнес-жоспарлардың жоспарланған іс-шараларды іске асыру мерзімдеріне негізделген нақты көрсетілген уақытша шекаралары бар.

Бизнес-жоспардың көмегімен стратегиялық жоспардың өзінің жүзеге асырылуы үшін инвестициялық ресурстарды талап ететін әрбір іс-шарасы негізделуге тиіс.

**Негізгі әдебиет**

1. Стратегическое планирование: Учебник/Под ред. Уткина З.А., 2015 г.

2 Ковалева А.М. Финансы фирмы. Учебник для вузов/Ковалева А.М., Лапуста М.Г., Скамай Л.Г., 2016 г.

3 Грузинов В.П., Грибов В.Д. Экономика предприятий: Учебное пособие для вузов, 2016 г.

4 Прокопчук Л.О. Козырев А.А. Стратегическое планирование: Конспект лекций, 2014 г.

5 Бухалков, М. И. Планирование на предприятии:учебник для студвузов, обучающихся по эконом. спец./М. И. Бухалков.-3-е изд.-М.:Инфра-М,2016.-416 с.-(Высшее образование),

6. Фартхутдинов Г.А. Производственный менеджмент: учебник/ Р.А. Фатхутдинов, 2016

7. Экономика предприятия /Под ред. В.Я Горфинкеля, В.А. Швандера, 2003. – 431 с.

8. Лапуста М.Г. Финансы фирмы: учеб. пособие / М.Г. Лапуста, 2015. – 264с

9. Концепция контролинга: управленческий учет, система отчетности, бюджетирование. пер. с нем., 2015 – 268

10. Насырова Г.Т. Экономика предприятия: учеб. пособие/ Г.А. Насырова, 2005 – 121 с.

11. Экономика предприятия: учеб. для вузов: Пер. с нем./ ред Беа Ф.К., ред. Дихта Э., 2016. – 928 с

12. Жалимбетова Р.Б. Организационно-экономические основы предпринимательства в системе обеспечения конкурентоспособной экономики: учеб. пособие/ Р.Б. Жалимбетова. – Алматы: Жетi Жаргы, 2011 – 279 с.

**Қосымша әдебиеттер**

1. Аникеев С. Методика разработки плана маркетинга. – М.: Информ-студио, 2017 – 128с.
2. Швандер В.А., Базилевич В.И. Управление инвестиционными проектами. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014 - 208 с
3. Коссов В.В. Бизнес-план. Обоснование решений. 2-е изд. испр. и доп. – М.:ГУВШЭ, 2017- 272 с.
4. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. – СПб: Питер, 2016– 400с
5. Жилкина А.Н. Финансовое планирование на предприятии. – М.: Благовест, 2018 – 248с
6. Экономика отрасли: Торговля и общественное питание: учеб. пособие для студ. образоват. учреждения среда проф. образов./ Е.А. Корпенко, 2016. – 221 с.
7. Сабден О. Логистика (экономика и управления): Учебник/ О. Сабден, Ж. Раимбеков, 2016 – 910 с.
8. Ковалев В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник/В.В. Ковалев. – М.: Проспект, 2016 – 421 с.
9. Елиазаров Ю.Ф. Экономика организации: Учебник/ Ю.Ф. Елизарова, 2015 – 495 с.
10. Чечевицин Л.Н. Экономика фирмы: учебное пособие для магистрантов/ Л.Н. Чечевицын, 2016 – 390 с.
11. Кузмина Е.Е. Планирование маркетинга: учеб. пособие /Е.Е. Кузьмина, 2007. – 367 с.
12. Шаповалов В. А. Управление маркетингом и маркетинговый анализ: учеб. пособие/ В.А. Шаповалов, 2008
13. Ковалев В.В. Финансы предприятия: учебник/ Ковалев В.В., 2003. – 352 с.

**6 тақырып. Жедел жоспарлау**

1. Жедел жоспарлау түрлері мен жүйелері

2. Өндірістің жедел жоспарларын әзірлеу

3. Жедел-өндірістік жоспарлаудың негізгі элементтері

Жедел жоспарлау қысқа мерзім ішінде жоспарлы-экономикалық қызметтердің ағымдағы қызметін жүзеге асыруды білдіреді, мысалы, жылдық өндірістік бағдарламаны әзірлеу, кәсіпорынның тоқсандық бюджетін жасау, алынған нәтижелерді және т. б. бақылау және түзету.

Өндірісті жедел жоспарлау кәсіпорындағы жоспарлы жұмыстың соңғы буыны – техникалық қаржы жоспары тапсырмаларын жалғастыру және нақтылау болып табылады. Ол жылдық жоспарлар негізінде кәсіпорын үшін де, оның бөлімшелері үшін де қысқа уақыт аралығында нақты өндірістік тапсырмаларды әзірлеу және жедел есеп пен бақылау деректері бойынша өндіріс барысын жедел реттеу болып табылады. Жоспарлаудың осы түрінің ерекшелігі жоспарлы тапсырмаларды әзірлеудің олардың орындалуын ұйымдастырумен үйлесуі болып табылады.

Жедел жоспарлау күнтізбелік жоспарлаудан және диспетчерден (жедел реттеуден) құралады.

Жедел жоспарлау бойынша жұмыс көлеміне:

\* өндіріс қозғалысының прогрессивті күнтізбелік-жоспарлы нормативтерін әзірлеу;

\* цехтарға, учаскелерге, бригадаларға және жұмыс орындарына арналған жедел жоспарлар мен кестелерді жасау және оларды тікелей орындаушыларға жеткізу;

\* өндіріс барысын жедел есепке алу және бақылау, көзделген жоспарлар мен кестелерден ауытқулардың алдын алу және анықтау және өндіріс барысын тұрақтандыруды қамтамасыз ету • Күнтізбелік жоспарлау жылдық жоспарлы тапсырмаларды өндірістік бөлімшелер мен орындау мерзімдері бойынша бөлуді, сондай-ақ белгіленген көрсеткіштерді нақты жұмыс орындаушыларына жеткізуді қамтиды. Оның көмегімен ауысым-тәуліктік тапсырмалар әзірленеді және жекелеген орындаушылардың жұмыстарды орындау кезектілігі келісіледі. Күнтізбелік жоспарларды әзірлеу үшін бастапқы деректер өнім шығарудың жылдық көлемі, Орындалатын жұмыстардың еңбек сыйымдылығы, тауарларды нарыққа жеткізу мерзімдері және кәсіпорынның әлеуметтік-экономикалық жоспарларының басқа да көрсеткіштері болып табылады.

Әзірленген күнтізбелік жоспарды іске асыру кезінде оның орындалу барысын жедел есепке алу жүргізіледі – жоспардың нақты орындалуы туралы ақпарат жинау, оны өңдеу және кәсіпорынның тиісті қызметтеріне беру жүзеге асырылады. Алынған ақпарат негізінде өндірістің жоспарланған жолынан белгіленген ауытқуларды анықтау және жою, өндірістің жиынтық жүрісін, жұмыс уақыты мен материалдық ресурстарды ең жақсы пайдалануды, жабдықтар мен жұмыс орындарын жоғары жүктеуді қамтамасыз ететін шараларды қабылдау болып табылатын диспетчерлеу жүзеге асырылады.

Өндірісті орындау орны бойынша жедел жоспарлау цехаралық және цехішілік болып бөлінеді. Цехаралық жоспарлау кәсіпорынның барлық цехтарының өнімді өндіру және сату жоспарларын әзірлеуді, реттеуді және орындалуын бақылауды қамтамасыз етеді,сондай-ақ негізгі, жобалау-технологиялық, жоспарлы-экономикалық және басқа да функционалдық қызметтердің жұмысын үйлестіреді. Машина жасау кәсіпорындарында, әдетте, өндірістік бағдарламаларды жоспарлы қызметтер кезекті жылға тоқсандық және айлық бөлумен әзірлейді және цехтарға береді.

Цех ішіндегі жоспарлаудың мазмұны жедел жоспарларды әзірлеу және кәсіпорынның негізгі цехтарының өнімдерін сату және өндірудің жылдық жоспарлары негізінде өндірістік учаскелердің, ағынды желілердің және жеке жұмыс орындарының ағымдағы жұмыс кестесін жасау болып табылады.

Қазіргі заманғы өндірісте фирмаішілік факторлармен де, сыртқы нарықтық жағдайлармен де анықталатын жедел жоспарлаудың әртүрлі жүйелері кеңінен таралған. Экономикалық әдебиетте өндірісті жедел жоспарлау жүйесі деп орталықтандыру дәрежесімен, реттеу объектісімен, күнтізбелік-жоспарлы көрсеткіштердің құрамымен, өнімнің есепке алу және қозғалысы тәртібімен сипатталатын жоспарлы жұмыс технологияларының әртүрлі әдістемелерінің жиынтығын түсіну қабылданған және есептік құжаттамамен ресімделген.

1. **Өндірістің жедел жоспарларын әзірлеу**

Өндірісті жедел жоспарлау кәсіпорынның өндірістік-шаруашылық қызметінің маңызды көлемді күнтізбелік көрсеткіштерін әзірлеу болып табылады.

Жедел жоспарлаудың кез келген процесі экономист-менеджерлердің кәсіпорынның даму стратегиясын таңдау, өндірісті ұйымдастыру нысанын негіздеу, материалдық ағындар қозғалысының логистикалық схемасын анықтау, негізгі күнтізбелік-жоспарлы нормативтерді әзірлеу, өндірістік бөлімшелердің жұмысын жедел жоспарлау өндірісті ұйымдастыру дайындығы, жедел жұмысты тікелей ұйымдастыру, ағымдағы бақылау және өндіріс барысын реттеу сияқты қызмет кезеңдерін орындауын көздейді.

 Өндірісті жедел жоспарлауда әзірленетін көрсеткіштерге байланысты көлемді, күнтізбелік, сондай-ақ олардың түрлері: көлемді-күнтізбелік және көлемді-динамикалық негізгі әдістер қолданылады.

 Көлемдік әдіс жеке бөлімшелер бойынша кәсіпорын өнімін өндірудің және сатудың жылдық көлемін бөлуге және тоқсан, ай, декада, апта, күн және сағат қысқа уақыт аралығына арналған. Бұл әдіс тек жұмыстарды бөлуді ғана емес, сонымен қатар өндірістік қорларды пайдалануды оңтайландыруды да, бірінші кезекте технологиялық жабдықтар мен құрастыру алаңдарын жоспарланған уақыт аралығына көздейді. Оның көмегімен негізгі цехтардың айлық өндірістік бағдарламалары қалыптастырылады және кәсіпорынның барлық шығарушы бөлімшелерінде өнім шығару немесе тапсырысты орындау мерзімдері жоспарланады.

 Күнтізбелік әдіс өнімді іске қосу мен шығарудың нақты уақытша мерзімдерін, өндірістік цикл ұзақтығы нормативтерін және өнімнің тиісті нарығында сатуға арналған бас бұйымдарды шығаруға қатысты жекелеген жұмыстарды өндірудің озық болуын жоспарлау үшін қолданылады. Бұл әдіс жекелеген бөлшектерді дайындаудың өндірістік циклдарын, өнімнің жоспарланған жинақтарын есептеу және құрастыру процестерін орындау үшін прогрессивті уақыт нормаларын пайдалануға негізделеді.

 Оның көмегімен өнімді шығару мен нарыққа жеткізудің өндірістік циклының ұзақтығы, сондай — ақ кәсіпорынның әрбір бөлімшесінде технологиялық жабдықтар мен құрастыру стенділерін тиеу көрсеткіштері есептеледі.

 Көлемдік-динамикалық әдіс өнімді, тауарларды және қызметтерді өндіру мерзімдері, көлемі және динамикасы сияқты жоспарлы-есептік көрсеткіштердің тығыз өзара іс-қимылын көздейді. Нарық жағдайында бұл әдіс сұраныс көлемін және кәсіпорынның өндірістік мүмкіндіктерін барынша толық ескеруге мүмкіндік береді және әрбір кәсіпорында қолма-қол ресурстарды оңтайлы пайдаланудың жоспарлы-ұйымдастырушылық негіздерін құрады.

 Қаралған әдістерге сәйкес өндірісті жедел жоспарлау түрлерін ажырату қажет: күнтізбелік, көлемді және аралас. Өндірісті жедел жоспарлаудың көпжылдық тәжірибесі бар машина жасау кәсіпорындарының мысалында маңызды күнтізбелік-жоспарлы нормативтерді әзірлеу бойынша егжей-тегжейлі ұсынымдарды келтіреміз. Күнтізбелік нормативтер және өнімді өндіру барысын жедел реттеудің жоспарлы көрсеткіштерінің басым бөлігі жекелеген технологиялық операциялар мен процестерге, сондай-ақ түпкілікті өнімге және жиынтық өндірістік процестерге арналған прогрессивті уақыт нормалары негізінде әзірленуге тиіс. Уақыт нормалары алғашқы күнтізбелік-жоспарлы норматив болып табылады.

**Негізгі әдебиет**

1. Стратегическое планирование: Учебник/Под ред. Уткина З.А., 2015 г.

2 Ковалева А.М. Финансы фирмы. Учебник для вузов/Ковалева А.М., Лапуста М.Г., Скамай Л.Г., 2016 г.

3 Грузинов В.П., Грибов В.Д. Экономика предприятий: Учебное пособие для вузов, 2016 г.

4 Прокопчук Л.О. Козырев А.А. Стратегическое планирование: Конспект лекций, 2014 г.

5 Бухалков, М. И. Планирование на предприятии:учебник для студвузов, обучающихся по эконом. спец./М. И. Бухалков.-3-е изд.-М.:Инфра-М,2016.-416 с.-(Высшее образование),

6. Фартхутдинов Г.А. Производственный менеджмент: учебник/ Р.А. Фатхутдинов, 2016

7. Экономика предприятия /Под ред. В.Я Горфинкеля, В.А. Швандера, 2003. – 431 с.

8. Лапуста М.Г. Финансы фирмы: учеб. пособие / М.Г. Лапуста, 2015. – 264с

9. Концепция контролинга: управленческий учет, система отчетности, бюджетирование. пер. с нем., 2015 – 268

10. Насырова Г.Т. Экономика предприятия: учеб. пособие/ Г.А. Насырова, 2005 – 121 с.

11. Экономика предприятия: учеб. для вузов: Пер. с нем./ ред Беа Ф.К., ред. Дихта Э., 2016. – 928 с

12. Жалимбетова Р.Б. Организационно-экономические основы предпринимательства в системе обеспечения конкурентоспособной экономики: учеб. пособие/ Р.Б. Жалимбетова. – Алматы: Жетi Жаргы, 2011 – 279 с.

**Қосымша әдебиеттер**

1. Аникеев С. Методика разработки плана маркетинга. – М.: Информ-студио, 2017 – 128с.
2. Швандер В.А., Базилевич В.И. Управление инвестиционными проектами. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014 - 208 с
3. Коссов В.В. Бизнес-план. Обоснование решений. 2-е изд. испр. и доп. – М.:ГУВШЭ, 2017- 272 с.
4. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. – СПб: Питер, 2016– 400с
5. Жилкина А.Н. Финансовое планирование на предприятии. – М.: Благовест, 2018 – 248с
6. Экономика отрасли: Торговля и общественное питание: учеб. пособие для студ. образоват. учреждения среда проф. образов./ Е.А. Корпенко, 2016. – 221 с.
7. Сабден О. Логистика (экономика и управления): Учебник/ О. Сабден, Ж. Раимбеков, 2016 – 910 с.
8. Ковалев В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник/В.В. Ковалев. – М.: Проспект, 2016 – 421 с.
9. Елиазаров Ю.Ф. Экономика организации: Учебник/ Ю.Ф. Елизарова, 2015 – 495 с.
10. Чечевицин Л.Н. Экономика фирмы: учебное пособие для магистрантов/ Л.Н. Чечевицын, 2016 – 390 с.
11. Кузмина Е.Е. Планирование маркетинга: учеб. пособие /Е.Е. Кузьмина, 2007. – 367 с.
12. Шаповалов В. А. Управление маркетингом и маркетинговый анализ: учеб. пособие/ В.А. Шаповалов, 2008
13. Ковалев В.В. Финансы предприятия: учебник/ Ковалев В.В., 2003. – 352 с.

**7 тақырып. Бизнес жоспарлау**

1. Бизнес-жоспарлау ұғымы және мазмұны

2. Кәсіпорынды басқару жүйесіндегі бизнес-жоспардың мақсаты мен тағайындалуы

3. Бизнес-жоспарларды қолданудың негізгі салалары

4. Бизнес-жоспарларды әзірлеу принциптері

Бизнес-жоспарлау-бұл кәсіпорынның, фирманың жеке кәсіпкерлік қызметін объективті бағалау және сонымен бірге нарықтың қажеттіліктері мен шаруашылық жүргізудің қалыптасқан жағдайына сәйкес жобалық- инвестициялық шешімдердің қажетті құралы.

Жоспарлау әдіснамасы, кез келген басқа әдіснамалық ғылым сияқты, айтарлықтай күрделі және жоспарлау бойынша теориялық және практикалық қызметті ұйымдастыру және құру процесінде пайдаланылатын теориялық ережелер, қағидаттар, әдістер, логикалық тәсілдер, көрсеткіштер жүйесін білдіреді.

Жоспарлау логикасы жоспарлау процесін анықтайды. Жоспарлау процесі келесі кезеңдерді қамтиды:

1. Мақсаттарды немесе мақсаттар жүйесін айқындау және тұжырымдау (жоспарлау логикасының бастапқы тармағы));

2. Объектінің бастапқы деңгейін талдау және соңғы жағдайды қалыптастыру;

3. Баламаларды іздеу;

4. Бағалау және ең жақсы балама таңдау;

5. Үздік шешімді таңдау және рәсімдеу.

Бизнес-жоспарды әзірлеу кезеңдері:

1 қадам-қажетті ақпарат көздерін анықтауды көздейді. Олар: оқулықтар, ережелер, ұсыныстар, курстар және т. б. болуы мүмкін.;

2 қадам әзірлеудің сыртқы және ішкі мақсаттарын анықтау, мақсаттар бизнес-жоспарды шешуге бағытталған проблемалар тізбесінен туындайды;

3 қадам бизнес-жоспар оқырмандарының шеңберін анықтау. Бұл мазмұн ерекшелігін, стилін, қызметтің қандай да бір тараптарын, экономикалық көрсеткіштерді бөлу қажеттілігін анықтайды;

4-қадам - орнату жалпы құрылымы бизнес-жоспар;

5 қадам-бизнес-жоспар бөлімдерін дайындау үшін ақпарат жинау;

6 қадам-бизнес-жоспарды тікелей жазу;

7-қадам - сараптау бизнес-жоспарын (тәуелсіз, беделді қызметкерлердің немесе жоғары тұрған ұйым).

Бизнес-жоспарды әзірлеу процесінде жеке элементтердің құрамын, құрылымын, функционалдық мақсатын өзгерте отырып, екі немесе одан да көп балама нұсқа дайындалуы мүмкін. Бұл жағдайда бизнес жоспарлар нұсқаларының салыстырмалы сипаттамасын жүргізу керек. Бизнес-жоспардың мазмұны тапсырыс беруші іске асыру үшін таңдаған жалғыз нұсқаның нәтижелерін көрсетуі тиіс.

**2. Кәсіпорынды басқару жүйесіндегі бизнес-жоспардың мақсаты мен тағайындалуы**

Бизнес-жоспар алдағы уақытта да, болашақта да кәсіпорынға шешу қажет мақсаттар мен міндеттерді сипаттайды. Онда жобаның ағымдағы сәтін, күшті және әлсіз жақтарын бағалау, нарықты талдау және өнім немесе қызмет тұтынушылары туралы ақпарат қамтылған.

Құндылығы бизнес-жоспар анықталады, ол:

- бәсекелестік жағдайында жобаның өміршеңдігін анықтауға мүмкіндік береді;

- жоба қалай дамуы керек бағдарларды қамтиды (кәсіпорын);

- сыртқы инвесторлардан қаржылық қолдау алудың маңызды құралы болып табылады.

Бизнес-жоспарды құру кезінде болашақта туындауы мүмкін мүмкіндіктер мен проблемаларды бағалау қажет. Бұл процесс жалпы жағдайды анықтау (немесе бағалау) деп аталады. Мұндай бағаға ие бола отырып, мақсаттар мен міндеттерді қоюға кіріседі. Бұл процесс өз кезегінде екі бөліктен тұрады. Біріншіден, жобаның өнімі болып табылатыны (кәсіпорын қандай бизнеспен айналысатыны) белгіленеді, екіншіден, болашаққа басты, сандық негізделген мақсаттар анықталады.

Мұндай мақсаттарды белгілеу ең жеңіл міндет болып табылады. Оны шеше отырып, осы мақсаттарға қол жеткізу жолдарын анықтау қажет. Ол үшін бизнес-жоспардың ядросын қалыптастыратын стратегияны әзірлеу және жоспарлар құру қажет. Жақсы құрылған бизнес-жоспар, әдетте, кәсіпорынның ұзақ өмір сүруінің және оның табыстылығының маңызды факторы болып табылады.

Бизнес-жоспар қаржыландыру мәселелерін шешуге көмектеседі, яғни ол жобаны жүзеге асыру (кәсіпорынды дамыту) үшін қажетті капиталды тарту құралы болуы мүмкін. Бизнес-жоспарды жасау кезінде табысқа жету жолында қандай кедергілер туындауы мүмкін екенін ұсыну қажет. Мүмкін, бұл кедергілер өте күрделі болатын болса, ұсынылған идеяны бастамау қадет. Әрине, бұл ең жағымды қорытынды емес, бірақ оны құру үшін ақша мен уақыт жұмсалған кезде емес, қағазда жасау жақсы.

Осылайша, бизнес-жоспар қазіргі кездегі істің жалпы жай-күйін түсінуге мүмкіндік береді; жобаға (кәсіпорынға) қол жеткізе алатын деңгейді анық көрсетуге, бір жағдайдан екіншісіне өту процесін жоспарлауға мүмкіндік береді.

Қазіргі уақытта бизнес-жоспар кәсіпкер үшін аса маңызды құжат болып табылады. Бірде-бір компания өз қызметінің мақсатын білдіре алмайды немесе сауатты әзірленген бизнес-жоспарсыз қаржыландыру ала алмайды. Егер сіз сауатты бизнес-жоспарды ұсынбасаңыз, сіздің идеяңызды ешкім байыпты қарастырмайды.

Инвесторлар идеядан жақсы жұмыс істейтінін және кәсіпкер идеяны жүзеге асыру және оны табысты жұмыс істейтін бағдарламаға айналдыру үшін қажетті барлық әрекеттерді мұқият ойластырғанын дәлелдейтін бизнес-жоспарды көргісі келеді.

Толық және ойластырылған бизнес-жоспар ұзақ мерзімді мақсаттарға жетуге көмектесетін ең жақсы құрал болуы мүмкін.

Бизнес-жоспар көмегі:

- маңызды іскерлік шешімдер қабылдау

- сіздің ісіңіздің қаржы тарапымен толық танысу

- сіздің маркетинг бойынша маңызды ақпарат алу

- ұқсас бизнесте жиі кездесетін кедергілерді алдын ала болжау және болдырмау

- нақты міндеттер қою, оларды жүзеге асыру жасалған прогреске куә болады

- жаңа және перспективалы салаларда кеңейту

- қаржыландыруды іздестіру кезінде неғұрлым сенімді болу

Бизнес-жоспар жасай отырып, сіз мына мүмкіндіктерге ие боласыз: сіздің нарық секторы туралы көп жаңаны білу, өз фирмаңызды жақсы бақылау және өзінің бәсекеге қабілеттілігін арттыру.

1. **Бизнес-жоспарларды қолданудың негізгі салалары**

Бизнес-жоспардың сипатын анықтайтын сегіз түрлі себептер бар:

Бизнес-жоспар үшін. Бұл өзін-өзі бақылау: істі ашу үшін не қажет? Идея жеткілікті ма?

Несие алу үшін Бизнес-жоспар. Жақында ғана кәсіпкер банктен несие алу үшін банк немесе басқа қаржы ұйымы кредит беру туралы шешім қабылдау үшін шешуші болып табылмайтын екі жақты ТЭН (техникалық-экономикалық негіздеме) ұсына алады. Жеке байланыстар, ұсынымдар, сондай-ақ банкирлердің несие алушы істерінің жай-күйі туралы хабардар болуы шешуші болады (әдетте, кәсіпкерлер өздері клиенттерімен болған банктерден несие алды). Соңғы уақытта кәсіпкерлерден несие беру (немесе бермеу) туралы соңғы шешімді кәсіпорын үшін бизнес-жоспар көбірек қажет етеді.

Бизнес-жоспар қаражатын тарту үшін басқа инвесторлар. Инвесторлар: венчурлік инвестициялық қорлар, жеке инвесторлар немесе акциялардың көпшілік эмиссиясы. Егер сіз компанияңыздың көпшілік акциялар эмиссиясы есебінен қаражат тартсаңыз, фирма туралы, маркетинг стратегиясы, сату, өндіріс және қаржылық перспективалар туралы мәліметтерді қамтитын бизнес-жоспар сізге компанияны инвесторларға табысты сатуға көмектеседі.

Бірлескен кәсіпорын немесе шетелдік әріптеспен стратегиялық альянсқа арналған Бизнес-жоспар. Шетелдік компаниялар қайта құрудың алғашқы жылдарының эйфориясын бастан кешіп, енді бірлескен кәсіпорын бойынша әлеуетті серіктестің бағалауына аса сақтықпен қарайды. Және сауатты бизнес-жоспар шетелдік әріптесіңізге сіздің ісіңіздің маңыздылығына сенім береді.

Ірі келісімшарт жасасу үшін Бизнес-жоспар.

Жаңа қызметкерлерді тарту үшін Бизнес-жоспар. Фирманың болашақ қызметінің сипаттамасы әлеуетті қызметкерге ұсынылатын жұмыстың болашағы мен тұрақтылығы туралы ақпарат береді.

Басқа компаниямен біріктіру үшін Бизнес-жоспар. Ол мәміленің тиімділігін көруге көмектеседі: бірлескен қызметтің оң және теріс жақтары.

Істі қайта құру және операцияларды оңтайландыру үшін Бизнес-жоспар. Шағын компаниялар өсіп келе жатқанына қарай стратегиялық (немесе тактикалық - жағдайға байланысты) даму тұжырымдамасын құру қажеттілігі пайда болады.

1. **Бизнес-жоспарларды әзірлеу принциптері**

Бизнес-жоспарлауды іс жүзінде іске асыру үшін процесс ретінде келесі қағидаттарды сақтау маңызды болып табылады:

 - осы ұйым жұмыс істейтін ортаның өзгеруіне тұрақты бейімдеуді көздейтін икемділік;

- жоспарлаудың "жылжымалы" сипатын көздейтін үздіксіздік;

- күш-жігерді үйлестіру мен ықпалдастыру түсінілетін коммуникативтік (барлығы өзара байланысты және өзара тәуелді болуы тиіс));

- жоспарлаудың шығармашылық сипатын және жоспардың жасалған бөлімдерін бірнеше рет пысықтауды көздейтін интерактивтілік;

- қойылған мақсатқа жетудің баламалы мүмкіндіктерінің ең жақсысын таңдауды көздейтін көпмақсаттылық;

 - болашақ ұйымның барлық ықтимал қатысушыларын тарту тұрғысынан жоспарлау процесінің маңыздылығын болжайтын қатысу;

- жоспарлау процесінде нақты проблемалар мен өзін-өзі бағалау көрінісінің барабарлығы.

**Негізгі әдебиет**

1. Стратегическое планирование: Учебник/Под ред. Уткина З.А., 2015 г.

2 Ковалева А.М. Финансы фирмы. Учебник для вузов/Ковалева А.М., Лапуста М.Г., Скамай Л.Г., 2016 г.

3 Грузинов В.П., Грибов В.Д. Экономика предприятий: Учебное пособие для вузов, 2016 г.

4 Прокопчук Л.О. Козырев А.А. Стратегическое планирование: Конспект лекций, 2014 г.

5 Бухалков, М. И. Планирование на предприятии:учебник для студвузов, обучающихся по эконом. спец./М. И. Бухалков.-3-е изд.-М.:Инфра-М,2016.-416 с.-(Высшее образование),

6. Фартхутдинов Г.А. Производственный менеджмент: учебник/ Р.А. Фатхутдинов, 2016

7. Экономика предприятия /Под ред. В.Я Горфинкеля, В.А. Швандера, 2003. – 431 с.

8. Лапуста М.Г. Финансы фирмы: учеб. пособие / М.Г. Лапуста, 2015. – 264с

9. Концепция контролинга: управленческий учет, система отчетности, бюджетирование. пер. с нем., 2015 – 268

10. Насырова Г.Т. Экономика предприятия: учеб. пособие/ Г.А. Насырова, 2005 – 121 с.

11. Экономика предприятия: учеб. для вузов: Пер. с нем./ ред Беа Ф.К., ред. Дихта Э., 2016. – 928 с

12. Жалимбетова Р.Б. Организационно-экономические основы предпринимательства в системе обеспечения конкурентоспособной экономики: учеб. пособие/ Р.Б. Жалимбетова. – Алматы: Жетi Жаргы, 2011 – 279 с.

**Қосымша әдебиеттер**

1. Аникеев С. Методика разработки плана маркетинга. – М.: Информ-студио, 2017 – 128с.
2. Швандер В.А., Базилевич В.И. Управление инвестиционными проектами. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014 - 208 с
3. Коссов В.В. Бизнес-план. Обоснование решений. 2-е изд. испр. и доп. – М.:ГУВШЭ, 2017- 272 с.
4. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. – СПб: Питер, 2016– 400с
5. Жилкина А.Н. Финансовое планирование на предприятии. – М.: Благовест, 2018 – 248с
6. Экономика отрасли: Торговля и общественное питание: учеб. пособие для студ. образоват. учреждения среда проф. образов./ Е.А. Корпенко, 2016. – 221 с.
7. Сабден О. Логистика (экономика и управления): Учебник/ О. Сабден, Ж. Раимбеков, 2016 – 910 с.
8. Ковалев В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник/В.В. Ковалев. – М.: Проспект, 2016 – 421 с.
9. Елиазаров Ю.Ф. Экономика организации: Учебник/ Ю.Ф. Елизарова, 2015 – 495 с.
10. Чечевицин Л.Н. Экономика фирмы: учебное пособие для магистрантов/ Л.Н. Чечевицын, 2016 – 390 с.
11. Кузмина Е.Е. Планирование маркетинга: учеб. пособие /Е.Е. Кузьмина, 2007. – 367 с.
12. Шаповалов В. А. Управление маркетингом и маркетинговый анализ: учеб. пособие/ В.А. Шаповалов, 2008
13. Ковалев В.В. Финансы предприятия: учебник/ Ковалев В.В., 2003. – 352 с.

**8 тақырып. Өндіріс жоспары**

1. Кәсіпорынның өндіріс жоспарының экономикалық мазмұны

2. Өндіріс жоспарының көрсеткіштері

3. Материалдық ресурстарға қажеттілікті жоспарлау

Өндіріс жоспары фирмалар мен ұйымдардың барлық бөлімшелерінің перспективалық өсуінің бас бағытын, кәсіпорынның жоспарлы, ұйымдастырушылық және басқару қызметінің негізгі профилін, сондай-ақ ағымдағы жоспарлаудың, өндірісті ұйымдастыру мен басқарудың басты мақсаттары мен міндеттерін анықтайды.

Өнімді, тауарларды және Қызметтерді өндіруді жоспарлау кәсіпорындарда сатып алушылардың нақты қажеттіліктерін қанағаттандырады және фирманың жалпы даму стратегиясын әзірлеумен, маркетингтік зерттеулер жүргізумен, бәсекеге қабілетті өнімді жобалаумен, оны өндіру мен сатуды ұйымдастырумен, сондай-ақ ішкі шаруашылық қызметінің басқа да функциялары мен түрлерін орындаумен тығыз байланысты.

Өнімді өндіру мен сатуды жоспарлау процесінде тауарларды шығару мен өткізу мүмкіндіктері, жаңа өнімді ескі өнімді алмастыру қабілеті, ресурстарды сақтау мен тасымалдауға арналған шығыстар, инвестициялар мен кірістер, шығындар мен пайда, даму әлеуеті мен капитал салымдары, жаңа қызметтерді игеру және тәуекел арасында ымыраға қол жеткізіледі.

Сондықтан өндіріс жоспарын әзірлеу процесінде жалпы мақсаттар әзірлеу және жекелеген бөлімшелер арасындағы байланыстарды ынталандыру, жоспарлауға техникалық, маркетингтік және экономикалық мақсаттарды біріктіретін мамандарды тарту, әрбір бөлімшенің нақты міндеттерін ескере отырып, өндірісті дамытудың кешенді бағдарламаларын әзірлеу қажет.

1. **Өндіріс жоспарының көрсеткіштері**

Өндірісті жоспарлау-жылдық жоспардың негізгі көрсеткіштерін әзірлеу және орындау процесі.

Әрбір кәсіпорын өндірісінің жылдық жоспарында келесі жоспарлы көрсеткіштердің өзара байланысты жүйесі бар:

1) жоспарлы кезеңге фирманың және оның жеке бөлімшелерінің өндірістік қызметінің негізгі мақсаты;

2) тауарлардың барлық номенклатурасы бойынша нақты сандық және сапалық көрсеткіштерді көрсете отырып, өнімді, жұмыстар мен қызметтерді өндіру көлемі мен мерзімдері;

3) кәсіпорынның, цехтар мен учаскелердің жылдық өндіріс көлемдерімен теңгерімділігін, сұраныс пен ұсыныстың тепе-теңдігін растайтын өндірістік қуатын есептеу;

4) кәсіпорынның және оның бөлімшелерінің жылдық өндірістік бағдарламасын орындауға арналған ресурстардың қажеттілігін айқындау, жартылай фабрикаттар мен жинақтаушылардың балансын есептеу;

5) нарықтық тапсырыстарды орындаушы негізгі цехтар, сондай - ақ өнімді дайындау және нарыққа жеткізу мерзімдері бойынша жоспарланған жұмыстарды бөлу;

6) жоспарланған көрсеткіштерге қол жеткізу құралдары мен әдістерін таңдау, аяқталмаған өндіріс көлемін, технологиялық жабдықтар мен өндірістік алаңдарды тиеу коэффициенттерін есептеу;

7) жоспарланған тауарлар өндірісін ұйымдастыру және өндіріс жоспарларының орындалуын бақылау әдістері мен нысандарын негіздеу.

Өндіріс жоспары әрбір кәсіпорын үшін барлық фирмаішілік қызметті кешенді әлеуметтік-экономикалық жоспарлау базасы болып табылады.

Оның негізінде барлық басқа жоспарлар әзірленуде. Жоспардың бөлімдері мен бөліктерінің саны, олардың атауы және қолданылатын көрсеткіштердің тізбесі меншік нысанына, өндірістің шоғырлануына, кәсіпорынның мөлшеріне, басқа да факторларға байланысты ерекшеленуі мүмкін.

1. **Материалдық ресурстарға қажеттілікті жоспарлау**

Материалдық ресурстардағы қажеттілік деп өнімнің берілген көлемін дайындауды қамтамасыз ету үшін қажетті олардың саны түсініледі.

Осы жоспарлаудың негізі жоспарланған өндірістің көлемі, өндірісте пайдаланылатын материалдардың номенклатурасы және дайын өнімнің бірлігіне есептелген осы материалдардың техникалық негізделген шығыс нормалары болып табылады. Бұл ретте кәсіпорынның қоймаларындағы материалдық ресурстар қалдықтарының болжамды өзгеруі ескеріледі(яғни, егер бұл қалдықтар ұлғайған болса, онда материалдық ресурстарға қажеттілік өсуде және керісінше).

Материалдық ресурстарға қажеттілікті айқындау кезінде құндық мәнде ресурстардың жекелеген түрлерінің қолданыстағы (немесе перспективалық) бағалары ескеріледі.

Кәсіпорында бар материалдар қорларын есепке алуға байланысты материалдарға брутто-және нетто-қажеттілік бөлінеді. Брутто-қажеттілік-бұл қоймадағы немесе өндірістегі қорларды есепке алмай жоспарлы кезеңге арналған материалдарға қажеттілік; нетто – қажеттілік-қолма-қол қорларды есепке ала отырып жоспарлы кезеңге арналған материалдарға қажеттілік. Ол қазіргі уақытта материалдардың брутто-қажеттілігі мен қолма-қол қоры арасындағы айырмашылық ретінде анықталады.

Өзінің материалдық-техникалық ресурстарға деген қажеттілігін анықтап, кәсіпорын осы қажеттілікті жабу көздері туралы мәселені шешуі тиіс. Кәсіпорынның нарықтағы шикізат пен материалдар, олардың сапалық сипаттамалары, сатып алушының талаптарына сәйкестігі туралы толық ақпараты болуы қажет.

Қажетті ақпаратты жалпыға қолжетімді көздер: сауда-өнеркәсіп палаталары мен жеткізушілер шығаратын газеттер, радио, теледидар, Интернет, мамандандырылған журналдар мен каталогтар, нарық конъюнктурасының жай-күйіне шолу, биржалық бюллетеньдер, техникалық анықтамалар және т. б. ұсынады.

Материалдарға деген қажеттілікті есептеу және осы материалдар нарығындағы жағдайды зерттеу нәтижелері негізінде кәсіпорын материалдарды сатып алу немесе оларды өзі жүргізуге әрекет ету мәселесін шешуі тиіс (егер, әрине, кәсіпорынның бұл үшін техникалық мүмкіндіктері бар болса).

Өндірістік қажеттілікке байланысты болуы мүмкін бір түрін екінші түрімен ауыстыру материал үшін лимит белгіленген, басқа, бұл келісілуі тиіс технологиялық қызметі мен бас инженері.

Материалдық-техникалық ресурстарды сатып алу кезінде өнімді транзиттік жеткізу, яғни жабдықтау-өткізу ұйымдарының базалары мен қоймаларын айналып өтіп, және жабдықтау көтерме сауда қоймаларынан жүзеге асырылған кезде қоймалық жеткізілімдер болуы мүмкін. Бұл жағдайда тұтынушы қоймада қайта өңдеуге, өнімдерді сақтау мен қоймалардан және көтерме сауда базаларынан жеткізуге қосымша шығыстарды көтереді.

Отандық кәсіпорындарды материалдық-техникалық қамтамасыз етуді ұйымдастырудың қазіргі заманғы деңгейі, әдетте, кәсіпорындарды тауар нарықтарындағы ауытқулардан сақтандыратын, олардың материалдық ресурстарды жеткізушілерге тәуелділігін төмендететін тауар-материалдық құндылықтардың белгілі бір қорларын қалыптастыруды алдын ала айқындайды.

**Негізгі әдебиет**

1. Стратегическое планирование: Учебник/Под ред. Уткина З.А., 2015 г.

2 Ковалева А.М. Финансы фирмы. Учебник для вузов/Ковалева А.М., Лапуста М.Г., Скамай Л.Г., 2016 г.

3 Грузинов В.П., Грибов В.Д. Экономика предприятий: Учебное пособие для вузов, 2016 г.

4 Прокопчук Л.О. Козырев А.А. Стратегическое планирование: Конспект лекций, 2014 г.

5 Бухалков, М. И. Планирование на предприятии:учебник для студвузов, обучающихся по эконом. спец./М. И. Бухалков.-3-е изд.-М.:Инфра-М,2016.-416 с.-(Высшее образование),

6. Фартхутдинов Г.А. Производственный менеджмент: учебник/ Р.А. Фатхутдинов, 2016

7. Экономика предприятия /Под ред. В.Я Горфинкеля, В.А. Швандера, 2003. – 431 с.

8. Лапуста М.Г. Финансы фирмы: учеб. пособие / М.Г. Лапуста, 2015. – 264с

9. Концепция контролинга: управленческий учет, система отчетности, бюджетирование. пер. с нем., 2015 – 268

10. Насырова Г.Т. Экономика предприятия: учеб. пособие/ Г.А. Насырова, 2005 – 121 с.

11. Экономика предприятия: учеб. для вузов: Пер. с нем./ ред Беа Ф.К., ред. Дихта Э., 2016. – 928 с

12. Жалимбетова Р.Б. Организационно-экономические основы предпринимательства в системе обеспечения конкурентоспособной экономики: учеб. пособие/ Р.Б. Жалимбетова. – Алматы: Жетi Жаргы, 2011 – 279 с.

**Қосымша әдебиеттер**

1. Аникеев С. Методика разработки плана маркетинга. – М.: Информ-студио, 2017 – 128с.
2. Швандер В.А., Базилевич В.И. Управление инвестиционными проектами. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014 - 208 с
3. Коссов В.В. Бизнес-план. Обоснование решений. 2-е изд. испр. и доп. – М.:ГУВШЭ, 2017- 272 с.
4. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. – СПб: Питер, 2016– 400с
5. Жилкина А.Н. Финансовое планирование на предприятии. – М.: Благовест, 2018 – 248с
6. Экономика отрасли: Торговля и общественное питание: учеб. пособие для студ. образоват. учреждения среда проф. образов./ Е.А. Корпенко, 2016. – 221 с.
7. Сабден О. Логистика (экономика и управления): Учебник/ О. Сабден, Ж. Раимбеков, 2016 – 910 с.
8. Ковалев В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник/В.В. Ковалев. – М.: Проспект, 2016 – 421 с.
9. Елиазаров Ю.Ф. Экономика организации: Учебник/ Ю.Ф. Елизарова, 2015 – 495 с.
10. Чечевицин Л.Н. Экономика фирмы: учебное пособие для магистрантов/ Л.Н. Чечевицын, 2016 – 390 с.
11. Кузмина Е.Е. Планирование маркетинга: учеб. пособие /Е.Е. Кузьмина, 2007. – 367 с.
12. Шаповалов В. А. Управление маркетингом и маркетинговый анализ: учеб. пособие/ В.А. Шаповалов, 2008
13. Ковалев В.В. Финансы предприятия: учебник/ Ковалев В.В., 2003. – 352 с.

**9 тақырып. Өнімді өткізуді жоспарлау**

1. Өнімді өткізуді жоспарлаудың экономикалық мазмұны

2. Өткізуді жоспарлау процесінде пайдаланылатын көрсеткіштер

3. Кәсіпорын өнімдерін сатудағы маркетингтің рөлі

Өткізу деп өзінің коммерциялық қажеттіліктерін іске асыратын өткізу нарығының экономикалық және заңдық еркін субъектілері арасындағы тауар-ақша алмасу саласындағы қатынастар жүйесі түсініледі. Сатушылар мен сатып алушылар өткізу нарығының субъектілері болып табылады, ал объект тікелей тауар, жұмыс немесе қызметтер болып табылады.

Функционалдық тұрғыдан өткізу нарығындағы қызмет өткізу арналарын қалыптастыруға және дамытуға (коммерцияландыруға) байланысты жұмысқа және тауарды физикалық бөлу жөніндегі операцияларға (маркетинг – логистиканы ұйымдастыруға) бөлінеді, сондай-ақ осы функцияларды интеграциялау мүмкін.

Тәжірибе тауарларды өткізуді бір жолғы іс-шара ретінде емес, ұзақ мерзімді сипатта болуы тиіс және тез өзгертілуі мүмкін емес кәсіпорынның терең ойластырылған стратегиясының элементі ретінде қарастыру қажет екенін куәландырады.

Тауарлар мен қызметтерді өткізуді жоспарлау міндеттері осы процестің стратегиясы мен тактикасын әзірлеу арқылы іске асырылады.

Өткізуді жоспарлаудың негізгі элементтері:

- жалпы шаруашылық және нарықтық конъюнктураның болжамдарын дайындау;

- фирма өткізу көлемін болжамды бағдарлау;

- қаржылық өткізу сметасын әзірлеу;

- өткізу нормаларын белгілеу;

- тауарларды бөлу арналарының селекциясы;

- сауда коммуникацияларын ұйымдастыру (сауда кәсіпорындарының орналасқан жерін таңдауды қоса алғанда));

- коммерциялық есептілікті жоспарлау және жүзеге асыру;

- сату барысы мен динамикасын талдау; өткізу қызметі персоналының қызметін жоспарлау және бағалау;

- өткізу қызметінің қызметін үйлестіру, фирманың басқа бөлімшелерімен байланыс жоспарын жасау және жүзеге асыру;

- тапсырыс берушілермен кеңес беру және жұмыс жоспарын әзірлеу және т.б.

Өткізу бөлімінің басшылығы меншікті өткізу ұйымдарының сатуын бағалау негізінде және жалпы шаруашылық және салалық конъюнктураның даму үрдістерін ескере отырып, кәсіпорынның өнімдері мен қызметтері үшін жекелеген рыноктардың барынша мүмкін сыйымдылығын анықтайды. Өткізу көлеміне бағалар елеулі әсер ететін өнімдер үшін өткізудің ең жоғары көлемдері тиісті балама бағалар үшін анықталуы тиіс. Баға белгілеу бәсекелестердің мінез-құлқына байланысты екенін есте сақтаған жөн.

Мүмкін болатын өнім көлемінің қандай бөлігі жоспарлы кезеңде іске асырылуы тиіс екендігі туралы шешімді өткізу бөлімінің басшысы емес, барлық әсер ететін факторларды ескере отырып, кәсіпорын басшылығы ғана қабылдайды.

Өнімнің түрлері, көлемі және бағасы бойынша сараланған жалпы фирмалық оңтайлы азық-түлік бағдарламасының (математикалық модельдердің көмегімен есептелген) негізінде өткізу бөлімінде барлық жоспарланған кезеңге арналған жекелеген өнімдер немесе олардың топтары, нарықтары, тұтынушылар топтары және өткізу арналары бойынша мақсатты, заттай және құндық көрсеткіштері бар заңды өткізу бағдарламасын және оның жекелеген уақытша кесінділерін (тоқсан, ай) әзірлейді. Өткізу бағдарламасын жоспарлаумен бір мезгілде дайын өнімнің қоймалық қоры жоспарлануда.

Айналым және нарықтық үлес көрсеткіштері және сол арқылы нақты өткізу көлемі өткізу мақсаттары жоспарының маңызды бөлігін құрайды. Жоспарлы кезеңнің басқа мақсаттары жоспарланған азық-түлік бағдарламасынан шығарылады, мысалы жабу сомаларының нысаналы көрсеткіштері; стратегиялық жоспардан, мысалы, нарыққа жаңа өнімді әзірлеу және енгізу немесе өткен кезеңдегі бақылау есептерінен, мысалы шығындарды төмендету болып табылады.

Өткізу бөлімінің мақсат жоспары іс-шаралар жоспарын жасау үшін база болып табылады. Жалпы өткізу іс-шараларын әзірлеу кезінде өткен кезеңдегі іс-шаралар жоспарын негізге алуға болады, бірақ бұрын өткізілген маркетингтік саясат іс-шаралары өткізудің жаңа мақсаттарына қол жеткізу үшін қаншалықты қолайлы екенін және осы іс-шаралардың қайсысын одан әрі пайдалануға болатынын тексеру қажет.

Өнімді сату және өндіру жоспарлары өзара тығыз байланысты. Нарық жағдайында тұтынушылардың тапсырыстары қоржынының негізінде жасалған өткізу жоспары тауарлар мен қызметтерді өндіру көлемін жоспарлауға да тікелей әсер етеді. Сату жоспарын әзірлеу барысында бірінші кезеңде өндірістің жоспарлы көрсеткіштері негізінде ресурстарға қажеттілік көлемі, сондай-ақ олардың негізгі жеткізушілері белгіленеді. Қолма-қол және талап етілетін ресурстарды салыстыру менеджерлерге көз жеткізуге мүмкіндік береді; тиісті көлемде материалдық ағындардың қозғалысы қарастырылып отырған кезең ішінде шын мәнінде қамтамасыз етілуі мүмкін.

Сату жоспарын әзірлеудің екінші кезеңі барлық тарату логистикалық желісі бойынша бұйымдар ағындарының қозғалыс бағдарламасын жасауды көздейді. Мұнда сатып алушылардың қажеттіліктерін ұсынудың сыртқы және ішкі мүмкіндіктерін талдау тұрғысынан ресурстар көлемін есепке алу қажеттілігі қайтадан туындайды. Әрбір кәсіпорын тауарлар мен қызметтер өндіруді тек осындай мөлшерде және тұтынушылардың сұраныстарына сәйкес келетін уақытта жоспарлап отыр. Сұраныс өнімді сату көлемі мен мерзімін анықтайды және осылайша өндіруші кәсіпорындарға өзінің барлық жоспарлы көрсеткіштерін көрсетеді.

Сату жоспарын әзірлеудің қорытынды сатысында мыналар жасалады: тауарларды жаппай өткізу бағдарламасы, қойма үй-жайлары мен көлік ағындарын орналастыру схемасы оңтайландырылады, тауарларды тиеп жөнелтуге дайындаудың және тұтынушыларға өнімді жеткізуді орындаудың күнтізбелік жоспар-кестесі жасалады.

Өткізуді жоспарлау

Жеткізушілердің ресурстары

Іске асыру процесінде тауар ағындарының қозғалыс бағдарламаларын әзірлеу

Қойма үй-жайларына қажеттілікті анықтау

Көлік құралдарына қажеттілікті айқындау

Құралдар

Жаппай орын ауыстырулар мен қабылдауларды әзірлеу

Қойма үй-жайларын орналастыруды оңтайландыру

Тауарларды жөнелтуге және тұтынушыға жеткізуге дайындауды күнтізбелік жоспарлау

Нәтижелерді бағалау

Сурет 1.1-өнімді өткізуді жоспарлау алгоритмі

**2. Өткізуді жоспарлау процесінде пайдаланылатын көрсеткіштер**

Өткізу жоспарын әзірлеу-жалпы сметаны дайындаудың бастапқы кезеңі, себебі сатудың есептік көлемі жалпы қаржылық сметаның барлық баптары үшін іс жүзінде анықтаушы болып табылады. Өткізу жоспарында, әдетте, сату болжанатын өнімнің әрбір түрінің саны көрсетіледі.

Сату көлемін алдын ала есептеу аяқталғаннан кейін өткізу жоспары жасалады, бұл ретте сатылатын өнім бірлігінің күтілетін саны үлестік сату бағасына көбейтіледі. Өткізу жоспарына сондай-ақ кредитке сатудан инкассо бойынша күтілетін түсімдердің есебі енгізіледі, бұл одан әрі кассалық жоспарды жасау үшін қажет болады.

Кез келген жоспар шеңберінде кәсіпорын қызметінің жалпы көрінісі де, нарықтағы жағдайдың өзгеруіне ден қоюға мүмкіндік беретін мүмкіндіктер де ұсынылған.

Жоспар жасаудың бірінші қадамы бастапқы ақпаратты жинау (тіпті жеке сату актілері туралы деректерге дейін) болып табылады, ол нарықтағы жағдай туралы барынша толық түсінік береді.

Фирмаішілік деректерді талдау. Өткен жылдардағы айналым талдауы әдетте кесте түрінде беріледі және көпжылдық кезеңді қамтиды. Кестелерде келеслер көрсетілуі тиіс:

1) сату айналымы (саны);

2) сату (айналым) құны;

3) сату бағалары (өз өнімі мен бәсекелі);

4) бұрын жасалған өткізудің меншікті болжамдары;

5) бұрын орын алған жоспарлы және нақты көрсеткіштер арасындағы тербелістер.

Айлар бойынша көрсеткіштермен және тербелістердің барлық түрлерін егжей-тегжейлі қарау мүмкіндігімен осындай егжей-тегжейлі талдау өткізудің перспективалық деректерін болжауға мүмкіндік береді.

**Өткізу статистикасы.** Өткізу статистикасы келесі позициялар бойынша түсіндіріледі:

1) тауарлар мен тауарлар топтары;

2) сауда аудандары мен өкілдердің аудандары (сатушылар);

3) сатып алушылар тобы;

4) тапсырыстардың саны мен жиілігі;

5) сату жолдары.

Топтар бойынша тауарларды таратып жазу қажет, өйткені сауда бағдарламалары жиі кең, ал тым үлкен жалпылама шындықты бұрмалайды. Сонымен қатар тауарлардың жекелеген түрлері әртүрлі сыртқы жағдайларға әсер етеді.

Сауда аудандары мен аудандар бойынша өкілдерді таратып жазу жекелеген өткізу аудандарының дамуын көрсетуге, сауда қызметкерлерінің жұмысы мен жарнама құралдарының тиімділігі арасындағы өзара байланыстарға талдау жүргізуге мүмкіндік береді, сондай-ақ сатушылардың жалақы деңгейін анықтауға көмектеседі.

Тапсырыстардың саны мен жиілігі бойынша деректер баға белгілеу және жарнамалық құралдарды қолдану үшін бағдар болып табылады.

Барлық бес тармақ бойынша өткізудің статистикалық деректері өткізудің құрылымы мен дамуы туралы, сондай-ақ туындайтын шығыстар туралы ақпарат береді. Өткізу деректері мен маркетинг нәтижелері бойынша (нарықтағы салыстырмалы тауарларға сатып алу қабілетінің серпіні және жалпы сұраныстың серпіні бойынша) сұраныс өсіп келе жатқан тауарлар тобын, бейтарап тауарлар мен сұраныс құлайтын тауарларды анықтайды. Жалпы фирмаішілік деректер өткізу жолдары мен пайда болған шығындарды көруге мүмкіндік береді.

**Нарық туралы деректерді талдау.** Нарық туралы деректерді алу өте қажет, өйткені өткен жылғы өткізу қызметінің көрсеткіштері келешекте өткізуді бағалауға әлі мүмкіндік бермейді. Айналымның көлемі мен нарықтық факторлардың әрекеті арасындағы қатынасты талдау ғана оның болашақта дамуына нақты баға алуға мүмкіндік береді.

Нарықты талдау және Фирмаішілік мүмкіндіктермен салыстыру нарықтың серпіні мен меншікті кәсіпорынның даму серпіні арасында қалыптасатын пропорцияларды көрсетеді. Бұл пропорциялар тауар айналымы тұрғысынан ескеріледі.

Өткізуді тиімді жоспарлау үшін нарыққа жүйелі маркетингтік зерттеулер жүргізу қажет.

Батыс кәсіпорындарында келесі көрсеткіштер талданады:

1) аудандар мен жас топтарына бөлінген халық санының динамикасы. Мұндай ақпарат кең тұтынылатын тауарларды сатуды ұйымдастыру кезінде маңызды;

2) жан басына шаққанда тауарларды тұтыну. Мұндай деректерді талдау тұтынушылардың мінез-құлқындағы өзгерістерді анықтауға мүмкіндік береді;

3) халық (клиенттер) кірістерінің серпіні. Бұл ақпарат шығыстардың бір тауардан екіншісіне ауысуын көрсетеді;

4) сатып алу қабілетінің динамикасы;

5) нарықтағы барлық салыстырмалы тауарларға жалпы сұраныстың серпіні. Мұндай деректерді нақты өнеркәсіптік саланың өндірістік қуаттарын пайдалану статистикасынан алуға болады. Мұндай талдау өзара алмастырылатын тауарларды пайдалануға ықтимал көшуді көрсетеді;

6) бәсекелестердің өндірістік қуаттарының немесе нақты салада жұмыспен қамтылғандар санының өзгеру серпіні.

**2. Кәсіпорын өнімдерін сатудағы маркетингтің рөлі**

Маркетингтің пайда болуы алмасудың пайда болуымен және нарықтың пайда болуымен тығыз байланысты. Маркетинг - бұл алмасуларды жүзеге асыру үшін нарықпен жұмыс істеу, оның мақсаты-адам қажеттіліктері мен қажеттіліктерін қанағаттандыру.

Маркетинг қызметінің негізін тауарды әзірлеу, зерттеу, коммуникацияны жолға қою, бөлуді ұйымдастыру, бағаны белгілеу, сервис қызметін өрістету сияқты сабақтар құрайды.

Нарыққа қатысты маркетинг 2-жақты құрылымы бар, атап айтқанда: сатушылар жүзеге асыратын маркетинг және сатып алушылар жүзеге асыратын маркетинг.

Әдебиетте негізгі назар сатушылар жүзеге асыратын маркетингке бөлінеді. Сонымен қатар, маркетингті "кәсіпорынның сауда-өткізу қызметін зерттеу саласындағы, өндірушіден тұтынушыға тауарлар мен қызметтерді өндіру және жылжыту үдерісіне әсер ететін барлық факторларды зерттеу бойынша іс-шаралар кешені"ретінде анықтауға болады.

 Маркетингтік қызмет-осындай мәселелерді зерттеуді мақсат ететін іс-шаралар кешені:

\* тұтынушыны зерттеу;

\* нарықтағы оның мінез-құлқының себептерін зерттеу;

\* кәсіпорын нарығын талдау;

• өнімді зерттеу (өнім немесе қызмет түрі));

• өткізу нысандары мен арналарын талдау;

\* кәсіпорынның тауар айналымы көлемін талдау;

• зерттеу бәсекелестердің анықтау, нысандарын және бәсекелестік деңгейін;

• жарнамалық қызметті зерттеу;

\* нарықта тауарларды жылжытудың ең тиімді тәсілдерін анықтау;

\* нарықтың "тауашасын" зерттеу .

Тұтынушыны зерттеу бойынша маркетингтік қызмет осы компанияның нарығындағы тұтынушылық артықшылық құрылымын анықтайды.

Тұтынушылардың нарықтағы мінез-құлқының себептерін зерттеу тұтынушылардың нарықтағы белгілі бір топтарының мінез-құлқын болжауды мақсат етіп қояды.

Нарықты талдау шығарылатын өнім үшін нарықтың әлеуетті сыйымдылығын айқындау, тұтыну сұранысының сипатын айқындау, сұранысты әртүрлі өңірлер бойынша бөлу мақсатын көздейді.

Маркетинг тұрғысынан өнімдерді сату жүйелері мен әдістеріне жүргізілген талдау осы компанияның өнімін нақты нарық жағдайында, кім сауда делдал бола алатындай етіп, қалай жақсы және тиімді өткізетінін анықтауға мүмкіндік береді.

Неғұрлым үнемді жолдарды және тауар айналымы көлемін арттыру тәсілдерін анықтау мақсатында сату серпініне, кәсіпорын шығындары мен пайдасына зерттеу жүргізіледі.

Бәсекелестерді зерттеу бойынша жүргізілетін маркетингтік қызмет компанияның нарықтағы басты бәсекелестерін белгілеуді, олардың әлсіз және күшті жақтарын анықтауды, бәсекелестердің қаржылық жағдайы, өндірістік қызметтің, басқарудың ерекшеліктері туралы ақпарат алуды мақсат етеді.

Жарнаманы зерттеу компания басшылығына тұтынушыға әсер етудің ең тиімді тәсілдерін анықтауға, оның өнімге деген қызығушылығын арттыруға көмектеседі.

Нарықта тауарларды жылжытудың ең тиімді тәсілдерін іздеу бойынша маркетингтік зерттеулер жүргізу кезінде компания басшылығы өнімнің неғұрлым ірі партиясын сатып алуда көтерме саудашыларды ынталандырудың қандай жүйесі қызықтыратынын анықтайды.

**Негізгі әдебиет**

1. Стратегическое планирование: Учебник/Под ред. Уткина З.А., 2015 г.

2 Ковалева А.М. Финансы фирмы. Учебник для вузов/Ковалева А.М., Лапуста М.Г., Скамай Л.Г., 2016 г.

3 Грузинов В.П., Грибов В.Д. Экономика предприятий: Учебное пособие для вузов, 2016 г.

4 Прокопчук Л.О. Козырев А.А. Стратегическое планирование: Конспект лекций, 2014 г.

5 Бухалков, М. И. Планирование на предприятии:учебник для студвузов, обучающихся по эконом. спец./М. И. Бухалков.-3-е изд.-М.:Инфра-М,2016.-416 с.-(Высшее образование),

6. Фартхутдинов Г.А. Производственный менеджмент: учебник/ Р.А. Фатхутдинов, 2016

7. Экономика предприятия /Под ред. В.Я Горфинкеля, В.А. Швандера, 2003. – 431 с.

8. Лапуста М.Г. Финансы фирмы: учеб. пособие / М.Г. Лапуста, 2015. – 264с

9. Концепция контролинга: управленческий учет, система отчетности, бюджетирование. пер. с нем., 2015 – 268

10. Насырова Г.Т. Экономика предприятия: учеб. пособие/ Г.А. Насырова, 2005 – 121 с.

11. Экономика предприятия: учеб. для вузов: Пер. с нем./ ред Беа Ф.К., ред. Дихта Э., 2016. – 928 с

12. Жалимбетова Р.Б. Организационно-экономические основы предпринимательства в системе обеспечения конкурентоспособной экономики: учеб. пособие/ Р.Б. Жалимбетова. – Алматы: Жетi Жаргы, 2011 – 279 с.

**Қосымша әдебиеттер**

1. Аникеев С. Методика разработки плана маркетинга. – М.: Информ-студио, 2017 – 128с.
2. Швандер В.А., Базилевич В.И. Управление инвестиционными проектами. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014 - 208 с
3. Коссов В.В. Бизнес-план. Обоснование решений. 2-е изд. испр. и доп. – М.:ГУВШЭ, 2017- 272 с.
4. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. – СПб: Питер, 2016– 400с
5. Жилкина А.Н. Финансовое планирование на предприятии. – М.: Благовест, 2018 – 248с
6. Экономика отрасли: Торговля и общественное питание: учеб. пособие для студ. образоват. учреждения среда проф. образов./ Е.А. Корпенко, 2016. – 221 с.
7. Сабден О. Логистика (экономика и управления): Учебник/ О. Сабден, Ж. Раимбеков, 2016 – 910 с.
8. Ковалев В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник/В.В. Ковалев. – М.: Проспект, 2016 – 421 с.
9. Елиазаров Ю.Ф. Экономика организации: Учебник/ Ю.Ф. Елизарова, 2015 – 495 с.
10. Чечевицин Л.Н. Экономика фирмы: учебное пособие для магистрантов/ Л.Н. Чечевицын, 2016 – 390 с.
11. Кузмина Е.Е. Планирование маркетинга: учеб. пособие /Е.Е. Кузьмина, 2007. – 367 с.
12. Шаповалов В. А. Управление маркетингом и маркетинговый анализ: учеб. пособие/ В.А. Шаповалов, 2008
13. Ковалев В.В. Финансы предприятия: учебник/ Ковалев В.В., 2003. – 352 с.

**10 тақырып.Өндірістік қуатты жоспарлау**

**1. Өндірістік қуатты жоспарлаудың экономикалық мазмұны**

**2. Кәсіпорынның өндірістік бағдарламасын әзірлеу**

Өндірістік қуаттарды жоспарлау ұйымның ұзақ мерзімді жетістігіне қол жеткізуде өте маңызды. Тәжірибе көрсеткендей, тым үлкен өндірістік қуаттар тым аздан кем емес зиянды болуы мүмкін.

Өндірістік қуат қорының мөлшерін таңдау. Өндірістік қуатты пайдаланудың орташа деңгейі 100 пайызға тым жақын болмауы керек. Мұндай жағдай пайда болған кезде-бұл өндірістік қуатты ұлғайту немесе қабылданатын тапсырыстардың көлемін азайту қажеттілігін білдіреді. Өндірістік қуат қоры-бұл қосымша өндірістік қуат мөлшері, ол фирма сұраныстың кенеттен ұлғаюын немесе өнімділіктегі уақытша шығындарды жеңе алады; ол пайдаланудың орташа деңгейін (нақты өндірістік қуат терминдерінде) 100 пайыздан аз өлшейді. Өндірістік қуат қоры (Жмзап) мынадай формула бойынша анықталады:

 ПМзап = 100 % - ПМисп,

 мұнда, ПМисп – өндірістік қуатты пайдалану деңгейі, пайызбен (%).

 Бизнесте сұраныс айтарлықтай өзгерістерге ұшыраған кезде өндірістік қуаттың үлкен қорын пайдаланады. Өндірістік қуаттың үлкен қоры, сондай-ақ, болашақ сұраныс нақты анықталмаса, әсіресе ресурстардың икемділігі төмен болса қажет. Жалпы сұраныс тұрақты болуы мүмкін болса да, ауырлық орталығы бір комбинациялардан екіншісіне ауыса алады. Жеткізу уақтылығында сенімсіздік өндірістік қуаттың үлкен қорларын пайдалану қажеттігіне әкеледі. Өндірістік қуаттылықты тек үлкен фрагменттермен арттыруға болады және оны ең төменгі деңгейге кеңейту қажеттілігі өндірістік қуаттың үлкен қорын құруы мүмкін.

 Өндірістік қуаттың шағын қорлары басқа да артықшылықтарға ие – олар өндірістік қуаттың артығымен жасырынуы мүмкін тиімсіз екендігін көрсетеді, мысалы – үрлеумен немесе сенімсіз жеткізушілермен проблемалар. Менеджерлер мен жұмысшылар мұндай мәселелерді анықтай алады.

 Уақытты және кеңейту мөлшерін таңдау. Өндірістік қуат стратегиясының екінші мәселесі: оны қашан және қаншалықты кеңейтуді анықтау. Екі шеткі стратегиялар бар: үлкен, бірақ сирек үлестермен өндірістік қуатты қосатын экспансионистік стратегия, және wait-and-see стратегиясы, бұл қоспалар аз үлестермен, бірақ жиі жасайды. Бірінші жағдайда өндірістік қуат алдын ала (оның қоры аяқталған кезде), ал екінші жағдайда – оның тапшылығы белгілі бір шегіне жеткен кезде ұлғаяды.

 Уақыт пен кеңейту мөлшерін таңдау өзара байланысты. Егер өндірістік қуат өсуінің арасындағы сұраныс пен уақыт өссе, өсім мөлшері де өсуі тиіс. Сұраныс алда келе жатқан экспансионистік стратегия өндірістік қуаттың жеткіліксіздігінен сатылымдағы шығындарды азайтады. Wait-and-see стратегиясы қысқа мерзімді опцияларға сүйене отырып, сұраныстан кейін қажет: артық уақытты пайдалану, уақытша жұмысшылар, қосалқы мердігерлер, кез келген жетіспеушіліктерді өтеу үшін сыртқы қоймалар.

 Орналасқан жері мен өндірістік қуаты туралы шешімдер арасындағы байланыс маңызды. Кеңейтілетін Фирма өндірістің жаңа учаскелерін қосып, ескі қуаттардың бір бөлігін жоюға тура келетіндігін назарға ала отырып, олар үшін қолайлы орындарды табу керек.

 Соңында, өндірістік қуаттың өзгеруі туралы шешімнің басқа функционалды салалармен байланысты жоспарлардың абайлап интеграциясы талап етіледі. Нарықтық сегменттердің ерекшеліктерін білу және сұранысты болжау үшін маркетингті пайдалану керек. Қаржылық талдау қажет, себебі кеңейту таза пайдадан алынуы немесе сыртқы көздерден алынуы тиіс елеулі капитал салымдарын талап етеді. Адам ресурстарын талдау талап етіледі, себебі өндірістік қуаттың өзгеруі жаңа жұмысшыларды жалдау мен оқытуға алып келеді және өндірістің ауыр қысқаруы мен оның көлемінің төмендеуін білдіреді.

 Қосымша өндірістік қуаттарды енгізуді жоспарлауды келесі кезеңдер бойынша жүзеге асыру ұсынылады.

 1. Қажетті өндірістік қуатты бағалау.

 2. Қажетті және қол жетімді өндірістік қуаттың арасындағы айырмашылықты есептеу.

 3. Алшақтықты жою жоспарларының нұсқаларын құру.

 4. Сапалы және сандық бағалау әрбір балама және түпкілікті таңдау.

**2. Кәсіпорынның өндірістік бағдарламасын әзірлеу**

Өндірістік бағдарлама фирманың келесі мақсаттарын келісу нәтижесі болып табылады:

\* максималды пайда алу;

\* нақты қаржылық және өзге де ресурстық мүмкіндіктерді есепке алу;

• мүмкіндігінше толық қанағаттандыру өткізу нарығын;

\* өндірістік шығындарды барынша төмендету, соның ішінде жабдықты барынша мүмкін жүктеу.

Демек, өнім нарығы әзірлеу кезінде нақты өндірістік бағдарламаның мерзімдері мен көлемдерін және барынша біркелкі жүктелуін өндірістік қуаттарды ескеру керек.

Өндірістік бағдарлама өткізу жоспарына сүйене отырып, күнтізбелік кезеңдер бойынша бөле отырып, көлемдік көрсеткіштер (білік, тауар, сату), номенклатура, ассортименті және сапасы бойынша өнімді өндіру және өткізу жөніндегі деректерді қамтиды.

Жоспарды оңтайландыру тұтынушымен шарттар бойынша жеткізудің күнтізбелік мерзімдерін орындаудың қарама-қайшы талаптарын келісуден және ресурстар бойынша өзгеретін шектеулерді ескере отырып, өндірістік шығындарды (бірінші кезекте, жабдықты толық жүктеуден) азайтудан тұрады. Өндірістік бағдарламаны мұндай оңтайландыру сызықты бағдарламалау әдісімен орындалады.

**Негізгі әдебиет**

1. Стратегическое планирование: Учебник/Под ред. Уткина З.А., 2015 г.

2 Ковалева А.М. Финансы фирмы. Учебник для вузов/Ковалева А.М., Лапуста М.Г., Скамай Л.Г., 2016 г.

3 Грузинов В.П., Грибов В.Д. Экономика предприятий: Учебное пособие для вузов, 2016 г.

4 Прокопчук Л.О. Козырев А.А. Стратегическое планирование: Конспект лекций, 2014 г.

5 Бухалков, М. И. Планирование на предприятии:учебник для студвузов, обучающихся по эконом. спец./М. И. Бухалков.-3-е изд.-М.:Инфра-М,2016.-416 с.-(Высшее образование),

6. Фартхутдинов Г.А. Производственный менеджмент: учебник/ Р.А. Фатхутдинов, 2016

7. Экономика предприятия /Под ред. В.Я Горфинкеля, В.А. Швандера, 2003. – 431 с.

8. Лапуста М.Г. Финансы фирмы: учеб. пособие / М.Г. Лапуста, 2015. – 264с

9. Концепция контролинга: управленческий учет, система отчетности, бюджетирование. пер. с нем., 2015 – 268

10. Насырова Г.Т. Экономика предприятия: учеб. пособие/ Г.А. Насырова, 2005 – 121 с.

11. Экономика предприятия: учеб. для вузов: Пер. с нем./ ред Беа Ф.К., ред. Дихта Э., 2016. – 928 с

12. Жалимбетова Р.Б. Организационно-экономические основы предпринимательства в системе обеспечения конкурентоспособной экономики: учеб. пособие/ Р.Б. Жалимбетова. – Алматы: Жетi Жаргы, 2011 – 279 с.

**Қосымша әдебиеттер**

1. Аникеев С. Методика разработки плана маркетинга. – М.: Информ-студио, 2017 – 128с.
2. Швандер В.А., Базилевич В.И. Управление инвестиционными проектами. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014 - 208 с
3. Коссов В.В. Бизнес-план. Обоснование решений. 2-е изд. испр. и доп. – М.:ГУВШЭ, 2017- 272 с.
4. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. – СПб: Питер, 2016– 400с
5. Жилкина А.Н. Финансовое планирование на предприятии. – М.: Благовест, 2018 – 248с
6. Экономика отрасли: Торговля и общественное питание: учеб. пособие для студ. образоват. учреждения среда проф. образов./ Е.А. Корпенко, 2016. – 221 с.
7. Сабден О. Логистика (экономика и управления): Учебник/ О. Сабден, Ж. Раимбеков, 2016 – 910 с.
8. Ковалев В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник/В.В. Ковалев. – М.: Проспект, 2016 – 421 с.
9. Елиазаров Ю.Ф. Экономика организации: Учебник/ Ю.Ф. Елизарова, 2015 – 495 с.
10. Чечевицин Л.Н. Экономика фирмы: учебное пособие для магистрантов/ Л.Н. Чечевицын, 2016 – 390 с.
11. Кузмина Е.Е. Планирование маркетинга: учеб. пособие /Е.Е. Кузьмина, 2007. – 367 с.
12. Шаповалов В. А. Управление маркетингом и маркетинговый анализ: учеб. пособие/ В.А. Шаповалов, 2008
13. Ковалев В.В. Финансы предприятия: учебник/ Ковалев В.В., 2003. – 352 с.

**11 тақырып. Еңбек өнімділігін жоспарлау**

1. **Еңбек өнімділігін жоспарлау**

**2. Персоналдың еңбегіне ақы төлеу қорын жоспарлау**

Макродеңгейде еңбек өнімділігін жоспарлау кезінде әдетте жалпы ұлттық өнімнің емес, жалпы ішкі өнімнің көлемі пайдаланылады. Олардың арасындағы айырмашылық ІЖӨ халықаралық операциялардан түсетін түсімдерді қамтымайды және сондықтан жекелеген елдердегі шаруашылықтың даму деңгейлерін салыстыру үшін қолданылуы мүмкін. Одан басқа, өнімділіктің өсу деңгейі мен қарқынын, сондай-ақ үрдістерді, секторларды және шаруашылық салаларын сипаттайтын бірнеше көрсеткіштер бар. Деңгей белгілі бір уақыт кезеңінде немесе басқа елдерде қол жеткізілген өнімділік жағдайын білдіреді. Мысалы, Ресейде еңбек өнімділігі қазір АҚШ-қа қарағанда 3 есе төмен. Өнімділіктің өсу қарқыны оның деңгейінің белгілі бір кезеңдерде өзгеруін көрсетеді, айталық, жылына 2,5%. Үрдістер немесе трендтер ұзақ уақыт бойы өнімділіктің өзгеру қарқынын сипаттайды, әдетте, 10 жылдан астам.

 Өнеркәсіптің секторлары мен салалары еңбек бөлінісінің және фирмалардың немесе кәсіпорындардың мамандануының қазіргі түрлерін және өнімділіктің тиісті көрсеткіштерін, мысалы материалдық өндіріс немесе қызмет көрсету саласын айқындайды. Өндіріс саласы негізінен өнеркәсіпті, құрылысты, Ауыл шаруашылығын және өндіруші салаларды қамтиды. Қызмет көрсету саласына барлық басқа қызмет түрлері жатады: көлік, байланыс, сауда, қаржы, сақтандыру, жылжымайтын мүлік, Іскерлік қызметтер, қоғамдық ұйымдар және т. б.

 Микродеңгейде еңбек өнімділігін жоспарлау соңында "шығарылым" және "шығындар" арақатынасын немесе еңбек нәтижелері мен шығындарын сипаттайтын көрсеткіштер жүйесін пайдалануды болжайды.

 Белгілі болғандай, белгілі болғандай, қандай да бір кәсіпорындардағы қызметкерлердің еңбек нәтижелері жеке орындаушылардың немесе барлық қызметкерлер ұжымының еңбек жетістіктерін сипаттайтын әр түрлі көрсеткіштермен көрсетілуі мүмкін.

Барлық кәсіпорынның немесе фирманың мақсатты экономикалық қызметі ретінде персоналдың еңбегі жиынтық табыстың немесе жалпы пайданың шамасын көрсетуге болады. Персоналдың түрлі санаттарының еңбек нәтижелері өнімнің еңбек сыйымдылығы немесе жалақы сыйымдылығы, еңбек өнімділігі немесе тиімділігі, өндірістің рентабельділігі немесе қор сыйымдылығы, тауардың материал сыйымдылығы немесе капитал сыйымдылығы, өнімді өндіру немесе сату көлемі, ресурстардың шығыны немесе уақытты жоғалту, жұмыс сапасы немесе еңбек жағдайлары және т. б. сияқты белгілі экономикалық көрсеткіштермен анықталады.

 Отандық және шетелдік экономикалық ғылымда және практикада қазіргі уақытта қызметкерлердің еңбек нәтижелерін бағалау үшін еңбек шығындары мен нәтижелерінің шамасын немесе олардың арасындағы өнім бірлігіне, бір қызметкерге және т.б. арақатынасын сипаттайтын еңбек көрсеткіштерінің жүйесі кеңінен таралған.

Жалпы түрдегі еңбек өнімділігі өндірілген өнім көлемінің және еңбек ресурстары шығындарының арақатынасымен сипатталады. Бұл көрсеткіш кез келген экономикалық ресурстардың — жердің, капиталдың, жабдықтардың, құрал-саймандардың, материалдардың және т. б. өнімділігін анықтай алады.

 Қолданыстағы бастапқы деректерге байланысты, еңбек өнімділігінің немесе еңбек берудің көрсеткіштерінен басқа, тәжірибеде капитал беру және материал беру көрсеткіштері де пайдаланылуы мүмкін. Еңбек, күрделі және материалдық ресурстарды пайдаланудың өнімділігін сипаттайтын барлық үш көрсеткіш үшін өнім көлемін өлшеуіш ретінде орындалған жұмыстардың немесе қызметтердің мынадай мәндері болуы мүмкін:

- толық құны бойынша өндірілген өнім;

- таза өнім немесе қосылған өңдеу құны;

- нарықтық бағадағы сатылған өнім;

- тауарлар өндірісінің заттай көрсеткіштері;

- құндық мәнде ұсынылған қызметтер;

 - тауарлар мен қызметтерді шығарудың жиынтық көлемі.

Еңбек өнімділігін жоспарлау барысында кәсіпорында бір жұмыс істеген немесе төленген сағатқа, бір жұмыс істейтін қызметкерге және т. б. өнім шығару көрсеткіштері қолданылуы мүмкін.

Жобалауда көп факторлы еңбек өнімділігінің көрсеткіштерін пайдалану кезінде қандай да бір фирманың жоспарланған қызмет түрі, шығару көлемі, негізгі капитал мен тірі еңбек шығындары және олардың салмақтық сипаттамалары анықталады.

 Негізгі капиталдың құрамына жабдықтың, құрылыстардың, жердің және тауарлық-материалдық қорлардың құны кіреді. Тірі еңбек шығындарына кәсіпорынның барлық өнеркәсіптік-өндірістік персоналының төленген сағаттарының жалпы саны жатады. Еңбек және капитал шығындарының салмақты арақатынасы меншік нысанына және кәсіпорындардың немесе фирмалардың салалық тиістілігіне байланысты. Американдық өнеркәсіпте еңбек шығындарының үлесі 75%, ал капитал үлесі-25%, кәсіпкерлік секторда-тиісінше 65 және 35%.

 Жоспарлы практикалық қызметте отандық кәсіпорындардағы еңбек өнімділігі жалпы түрде жұмыс уақытының бірлігіне өндірілген өнім санымен (жұмыс көлемімен) немесе өнім (жұмыс) бірлігін дайындауға жұмсалған жұмыс уақытының санымен өлшенеді. Дамушы нарықтық экономикада еңбек өнімділігін өлшеудің осы әдістерін пайдалану кезінде ең үлкен қиындық екі мәселені білдіреді: өнімнің қандай түрін өндіріс көлеміне қосу (жалпы, сатылған, таза); еңбек шығындарын қалай толық ескеру керек.

 Нарықтық экономикада өнімділікті материалдық өндірісте да, мемлекеттік мекемелерді қоса алғанда, қызметтер көрсету саласында да айқындау қабылданған. Сондықтан біз бұл көрсеткішті жоспарлау тәжірибесінде қолдануды айтарлықтай кеңейтуіміз керек. Жұмыстар мен қызметтерді орындау көлемін өлшеу үшін заттай, еңбек және құндық көрсеткіштер пайдаланылуы мүмкін. Машина жасау кәсіпорындарында еңбек өнімділігінің өсу деңгейі мен қарқынын жоспарлау кезінде қазіргі жағдайда әртүрлі көрсеткіштер мен формулалар, сондай-ақ есептеу тәсілдері мен әдістері қолданылуы мүмкін.

 Кәсіпорындар мен фирмаларда еңбек өнімділігін жоспарлау процесінде әртүрлі факторлардың алдағы кезеңде оның өсу қарқынына әсерін анықтау қажет. Өнімділіктің өсуінің негізгі өндірістік факторларына өндірістің техникасы мен технологиясын жақсартумен, еңбекті ұйымдастыруды, өндірісті, жоспарлауды және басқаруды жетілдірумен тікелей байланысты техникалық және ұйымдастырушылық факторлар жатады.

 Нарықтық жағдайларда еңбек өнімділігін жоспарлау азаю қайтарымы заңының қолданылуын есепке алуды болжайды, ол белгілі бір сәттен бастап ауыспалы еңбек бірліктерінің капиталдың өзгермейтін ресурсына біртіндеп қосылуы әрбір келесі еңбек бірлігіне есептегенде азайтылатын қосымша немесе шекті өнім береді деп бекітеді. Әйтпесе, егер осы технологиялық жабдыққа қызмет көрсететін жұмысшылар саны ұлғаятын болса, онда өнім шығару көлемінің өсуі баяу жүреді, жұмысшылар тауарлар мен қызметтерді өндіруге тартылатын болады.

**2. Персоналдың еңбегіне ақы төлеу қорын жоспарлау**

Жалақыны жоспарлау персоналдың санаттары бойынша еңбекақы төлеу қоры мен орташа жалақыны айқындауды қамтиды. Еңбекақы төлеу қорын жоспарлау персоналдың жеке еңбек нәтижелерін және кәсіпорын қызметінің түпкілікті нәтижелерін жақсартуға мүдделілігін арттыруды қамтамасыз етуге тиіс.

Еңбекақы төлеу қорын жоспарлау үшін бастапқы деректер:

- өндірістік бағдарлама;

- өнімнің еңбек сыйымдылығы, бағалары туралы деректер;

- жұмыс уақытының жылдық балансы;

- жұмысшылардың кәсіби және біліктілік құрамын көрсете отырып, санаттар бойынша жұмыс істейтіндердің саны;

- тарифтік жүйе;

- басшы қызметкерлердің, мамандар мен қызметшілердің штаттық кестесі;

- қолданылатын жалақы түрлері мен жүйелері;

- қызмет көрсету нормативтері;

- еңбек және жалақы бойынша заңнамалық актілер.

Еңбекақы төлеу қорын жоспарлау процесінде мынадай міндеттерді шешу қажет:

1. Стратегиялық және тактикалық жоспарға сәйкес келетін ең көп мөлшерде жалақы нысандары мен жүйелерін таңдау.

2. Еңбекақы төлеудің жоспарлы қорын анықтау әдістерін таңдау.

Қазіргі практикада еңбекақы төлеудің әртүрлі нысандары қолданылады:

- еңбекке уақыт бойынша ақы төлеу нысаны;

- еңбекке сыйақы төлеу нысаны;

- еңбекақының кесімді жүйесі – сапалы орындалған жұмыстың немесе дайындалған өнімнің әрбір бірлігі үшін еңбекақы есептеледі. Кесімді еңбекақы мынадай түрлері бар:

а) еңбекке ақы төлеудің тікелей кесімді жүйесі – жалақы тиісті сападағы өндірілген өнімнің әрбір бірлігі үшін алдын ала белгіленген баға бойынша айқындалады;

б) еңбекақы төлеудің кесімді-прогрессивті нысаны – қызметкердің белгіленген бастапқы норманың (базаның) шегінде өндірілуі негізгі (өзгермеген) бағалар бойынша, ал бастапқы нормадан тыс барлық өндірілуі – жоғары кесімді бағалар бойынша төленеді;

в) еңбекақы төлеудің кесімді-сыйлықақы нысаны – қызметкердің жалақысы нақты өндірілу үшін есептелген негізгі кесімді бағалар бойынша жалақыдан және белгіленген еңбек көрсеткіштерін орындау және асыра орындау үшін сыйақыдан құралады;

- еңбекке ақы төлеудің бірегей нысаны – орындалған жұмыстарға ақы төлеу мөлшері әрбір жүргізілген операция үшін жеке емес, барлық жұмыс кешені үшін белгіленеді;

- еңбекке ақы төлеудің тарифсіз жүйесі кәсіпорында әр түрлі коэффициенттерін қолдануға негізделеді (мысалы, еңбекке қатысу коэффициенті).

Еңбекақы төлеу қорын жоспарлау кезінде төрт негізгі әдіс бөлінеді:

1. элементтік жоспарлау әдісі;

2. ірілендірілген әдіс

3. экстраполяция әдісі;

4. нормативтік әдіс.

**Негізгі әдебиет**

1. Стратегическое планирование: Учебник/Под ред. Уткина З.А., 2015 г.

2 Ковалева А.М. Финансы фирмы. Учебник для вузов/Ковалева А.М., Лапуста М.Г., Скамай Л.Г., 2016 г.

3 Грузинов В.П., Грибов В.Д. Экономика предприятий: Учебное пособие для вузов, 2016 г.

4 Прокопчук Л.О. Козырев А.А. Стратегическое планирование: Конспект лекций, 2014 г.

5 Бухалков, М. И. Планирование на предприятии:учебник для студвузов, обучающихся по эконом. спец./М. И. Бухалков.-3-е изд.-М.:Инфра-М,2016.-416 с.-(Высшее образование),

6. Фартхутдинов Г.А. Производственный менеджмент: учебник/ Р.А. Фатхутдинов, 2016

7. Экономика предприятия /Под ред. В.Я Горфинкеля, В.А. Швандера, 2003. – 431 с.

8. Лапуста М.Г. Финансы фирмы: учеб. пособие / М.Г. Лапуста, 2015. – 264с

9. Концепция контролинга: управленческий учет, система отчетности, бюджетирование. пер. с нем., 2015 – 268

10. Насырова Г.Т. Экономика предприятия: учеб. пособие/ Г.А. Насырова, 2005 – 121 с.

11. Экономика предприятия: учеб. для вузов: Пер. с нем./ ред Беа Ф.К., ред. Дихта Э., 2016. – 928 с

12. Жалимбетова Р.Б. Организационно-экономические основы предпринимательства в системе обеспечения конкурентоспособной экономики: учеб. пособие/ Р.Б. Жалимбетова. – Алматы: Жетi Жаргы, 2011 – 279 с.

**Қосымша әдебиеттер**

1. Аникеев С. Методика разработки плана маркетинга. – М.: Информ-студио, 2017 – 128с.
2. Швандер В.А., Базилевич В.И. Управление инвестиционными проектами. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014 - 208 с
3. Коссов В.В. Бизнес-план. Обоснование решений. 2-е изд. испр. и доп. – М.:ГУВШЭ, 2017- 272 с.
4. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. – СПб: Питер, 2016– 400с
5. Жилкина А.Н. Финансовое планирование на предприятии. – М.: Благовест, 2018 – 248с
6. Экономика отрасли: Торговля и общественное питание: учеб. пособие для студ. образоват. учреждения среда проф. образов./ Е.А. Корпенко, 2016. – 221 с.
7. Сабден О. Логистика (экономика и управления): Учебник/ О. Сабден, Ж. Раимбеков, 2016 – 910 с.
8. Ковалев В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник/В.В. Ковалев. – М.: Проспект, 2016 – 421 с.
9. Елиазаров Ю.Ф. Экономика организации: Учебник/ Ю.Ф. Елизарова, 2015 – 495 с.
10. Чечевицин Л.Н. Экономика фирмы: учебное пособие для магистрантов/ Л.Н. Чечевицын, 2016 – 390 с.
11. Кузмина Е.Е. Планирование маркетинга: учеб. пособие /Е.Е. Кузьмина, 2007. – 367 с.
12. Шаповалов В. А. Управление маркетингом и маркетинговый анализ: учеб. пособие/ В.А. Шаповалов, 2008
13. Ковалев В.В. Финансы предприятия: учебник/ Ковалев В.В., 2003. – 352 с.

**12 тақырып. Өнімнің өзіндік құнын жоспарлау**

1. Өнімнің өзіндік құнын жоспарлаудың экономикалық мазмұны

2. Фирмаішілік шығындарды жіктеу

3. Өндіріске арналған шығындар сметасы

Өнімнің жекелеген түрлерінің жоспарлы өзіндік құнын айқындау өндіріске арналған шығындарды жоспарлаудың негізі болып табылады. Барлық тауар өнімінің жоспарлы өзіндік құны тауар өнімін шығару көлемі және бұйымдардың жекелеген түрлерінің жоспарлы өзіндік құны туралы деректер негізінде есептеледі.

Өзіндік құнды жоспарлаудың негізгі мақсаты өндіріс шығындарын азайтудың қолда бар резервтерін анықтау және пайдалану және ішкі шаруашылық жинақтарын ұлғайту болып табылады. Өткен және тірі еңбекті сақтау нәтижесінде өндіріс шығындарын төмендетіп, өнеркәсіп өнім шығару көлемінің ұлғаюымен қатар, өндірілуде. Өзіндік құн жөніндегі жоспарлар басқа кәсіпорындардың озық тәжірибесін ескере отырып, еңбек шығындарының, жабдықтарды пайдаланудың, шикізат, материалдар, отын және энергия шығысының прогрессивті нормаларын негізге алуға тиіс. Тек ғылыми ұйымдастырылған шығындарды нормалау кезінде ғана өнімнің өзіндік құнын одан әрі төмендету резервтерін анықтауға және пайдалануға болады.

Жоспарлы өзіндік құн барлық тауар өнімін және бұйымдардың әрбір түрін өндіру мен өткізуге арналған шығындардың шамасын техникалық-экономикалық есептеу жолымен анықталады. Өндірістің сипатына байланысты өнімнің өзіндік құнын сипаттайтын бірқатар көрсеткіштер қолданылады.

Өнеркәсіптік өнімнің өзіндік құны бойынша жоспар өнеркәсіптік өнімнің өзіндік құнын жоспарлау, есепке алу және калькуляциялау жөніндегі нұсқаулықтарда белгіленген барлық кәсіпорындар үшін бірыңғай ережелер бойынша жасалады. Бұл нұсқаулықтарда өнімнің өзіндік құнына кіретін шығындар тізбесі бар және өзіндік құнды калькуляциялау тәсілдері айқындалады.

Шығындарды (өзіндік құнды) жоспарлаудың мақсаты ақшалай, еңбек және материалдық ресурстарды ұтымды пайдалану негізінде пайда мен рентабельділіктің қажетті өсу қарқынын қамтамасыз ететін кәсіпорынның ағымдағы шығындарын оңтайландыру болып табылады.

Өзіндік құн бойынша жоспарды әзірлеу кезінде мынадай міндеттер шешілуі тиіс:

кәсіпорынның жалпы және оның жекелеген бөлімшелерінің өндірістік қызметінің құндық көрсеткіштеріне талдау жүргізілді;

алдағы кезеңмен салыстырғанда жоспарланған жылы өнімнің өзіндік құнын төмендету мүмкіндіктері анықталды және мөлшерлері нақтыланды;

шығарылатын өнімнің негізгі түрлерінің өзіндік құнының калькуляциясы жасалды;

мақсатты шығындар анықталды және оларды жою жөніндегі шаралар әзірленді;

шығарылатын өнім мен өндіріс түрлерінің рентабельділігі анықталды;

жаңа өнім өндірісін игеруге жұмсалған шығындарды ұлғайтудың өзіндік құнына, пайдасына және рентабельділігіне әсері бағаланды;

көтерме немесе бөлшек сауда бағаларын әзірлеу үшін база құрылды;

кәсіпорынның өндірістік бөлімшелері арасындағы шаруашылық-есептік өзара қарым-қатынасты жетілдіру бойынша шаралар әзірленді.

Жоспар жасау кезінде шығындарға назар аудару қажет.

Кәсіпорын шығындары бойынша жоспар келесі бөлімдерден тұрады:

1) Техникалық-экономикалық факторлардың оған әсері есебінен өнімнің өзіндік құнының төмендеуін есептеу;

2) өнім түрлерінің өзіндік құнын калькуляциялау;

3) өндіріске арналған шығындар сметасы.

Шығындар бойынша жоспарды әзірлеу үшін бастапқы деректер:

тактикалық жоспарда белгіленген пайданың мөлшері, сондай-ақ өндірістің рентабельділік деңгейі немесе өнімнің өзіндік құнын төмендету бойынша тапсырма;

өнімді өндіру және өткізу көрсеткіштері;

инновациялардың тактикалық жоспарының бөлімі бойынша іс-шаралардың тиімділігі;

тактикалық жоспардың тиісті бөлімінің прогрессивті нормалары мен нормативтері;

өндірісті материалдық-техникалық қамтамасыз ету жоспарының көрсеткіштері;

баға прейскуранты;

негізгі қорларды пайдалану және амортизациялық аударымдардың мөлшері туралы деректер;

Еңбек және кадрлар бойынша жоспардың көрсеткіштері;

өндірісті дайындау, жаңа техниканы игеру және енгізу бойынша жұмыс көлемі, жаңа техниканы өндіру көлемі.

Өнімнің өзіндік құнын жоспарлау кезінде мынадай әдістер қолданылады.

1. Факторлық әдіс. Оның мәні өткен жылмен салыстырғанда жоспарланған жылы өндірістің шығасыларына техникалық-экономикалық факторлардың әсерін анықтау болып табылады. Өзіндік құнды жоспарлау кезінде бұл әдіс:

жоспар көрсеткіштерінің басқа кезеңдердің ұқсас көрсеткіштерімен салыстырмалылығын қамтамасыз ету;

өндіріс көлемі бойынша ұсыныстар нұсқаларын дайындау және салыстыру сатысында өндірістік-шаруашылық қызметтің негізгі техникалық-экономикалық көрсеткіштерінің ірілендірілген есебін жүзеге асыру;

өндіріс тиімділігін арттыру жоспары бойынша іс-шараларды енгізу тиімділігін неғұрлым толық есепке алу;

жекелеген қызметтердің, бөлімдердің және өндірістік бөлімшелердің шығындарды азайтуға және өндірістің тиімділігін арттыруға қатысуын, осы қатысқаны үшін материалдық көтермелеуді, кәсіпорын, бірлестік, сала бойынша және тұтастай өңір бойынша көрсеткіштердің жинақталуын айқындау;

әртүрлі кәсіпорындар мен бірлестіктерде өндіріс шығындарын салыстыру және талдау.

2. Сметалық әдіс. Ол арнайы шығындар сметасының көмегімен өзіндік құнның әрбір бабын негіздеуді көздейді. Смета шығыстардың жекелеген кешенді баптарына да, жалпы, тауарлық және сатылатын өнімнің көлеміне да жасалуы мүмкін. Өзіндік құнды жоспарлау кезінде жекелеген сметалар ретінде жоспардың жекелеген бөлімдері, мысалы, материалдық-техникалық қамтамасыз ету жоспары, еңбек және персонал жөніндегі жоспар, тиісті ресурстардың шығындары негізделетін кәсіпорынның техникалық және ұйымдық даму жоспары пайдаланылуы мүмкін.

Сметалық әдіс тактикалық жоспардың жеке бөлімдерін өзара байланыстыруға және оларды өндіріс ішіндегі бөлімшелердің жоспарларымен келісуге мүмкіндік береді. Негізінде шығындар сметасын өнімінің өндірісіне жұмсалған шығындарды тұтас кәсіпорын жинақтау бойынша жасайды. Бұл жағдайда кәсіпорын бойынша шығындар жиынтығы құрылымдық бөлімшелердің сметаларында есептелген шығындар сомасын білдіреді. Бұл әдіс еңбек сыйымдылығы жеткілікті және жоспарды түпкілікті жасау сатысында қолданылады. Шетелдік жоспарлау тәжірибесінде бұл әдіс бюджеттеу атауын алды, ал шығындар сметасы бюджет деп аталады.

3. Калькуляция әдісі. Бұл әдістің көмегімен өнім, жұмыс, қызмет бірліктерін немесе олардың құрылымдық элементтерін, мысалы бөлшектер, түйіндерді өндіруге жұмсалатын шығындардың шамасы негізделеді. Өзіндік құнды жоспарлау кезінде осы әдіспен калькуляция объектілерін дұрыс анықтау маңызды. Одан әрі калькуляциялар жалпы, тауарлық және сатылған өнімнің өзіндік құнын, шығындар сметасын және кәсіпорын бойынша шығындар жиынтығын жоспарлау кезінде қолданылады.

4. Нормативтік әдіс. Мұнда өнімді, жұмыстарды, қызметтерді өндіру мен өткізуге арналған шығындар деңгейі алдын ала жасалған нормалар мен нормативтер негізінде есептеледі. Бұл әдіс жоспарлы калькуляция мен шығындар сметасын жасау кезінде кеңінен қолданылады. Өнімнің өзіндік құнын жоспарлаудың нормативтік әдісінің аса маңызды құндылығы – қолданыстағы (ағымдағы) нормалардан ауытқуларды және олардың себептерін оқшауланған есепке алу мүмкіндігі. Бұл шығындардың өзгеруіне қандай факторлар әкелгенін және кәсіпорын жұмысының экономикалық көрсеткіштерін жақсартуға бағытталған оңтайлы шешімдерді уақтылы қабылдауға мүмкіндік береді.

Өнімнің өзіндік құнын жоспарлау кезінде көрсетілген әдістер, әдетте, бір мезгілде, кешенде қолданылады, бұл шығындарды жоспарлаудың бірқатар өзара байланысты міндеттерін шешуге мүмкіндік береді. Олар бір-бірін толықтырады және шығындарды жоспарлау процесін тура жасайды.

2. Фирмаішілік шығындарды жіктеу

Өнімнің өзіндік құнын жоспарлау негізін қолданыстағы нормативтік-техникалық құжаттарға сәйкес шығындарға жатқызылуы мүмкін шығындар құрайды.

Өнімнің өзіндік құны өндіріс процесінде пайдаланылатын табиғи ресурстарды, шикізатты, материалдарды, отынды, негізгі қорларды, материалдық емес активтерді, еңбек ресурстарын, сондай-ақ оны өндіру мен сатуға арналған басқа да шығындарды құндық бағалауды білдіреді.

Өнімнің өзіндік құнына келесілер қосылады:

1. Өндірістік процестерді және шығарылатын өнімнің сапасын бақылау жөніндегі шығыстарды қоса алғанда, өндірісті технологиямен және ұйымдастырумен байланысты өнім өндірумен тікелей байланысты шығындар.

2. Жерді рекультивациялау шығындары, түбірімен босатылатын сүрек үшін төлем, сондай-ақ белгіленген лимиттер шегінде өнеркәсіп кәсіпорындары су шаруашылығы жүйелерінен алатын су үшін төлем бөлігінде табиғи шикізатты пайдалануға байланысты шығындар.

3. Өндірісті дайындау және игеру шығындары. Мұнда келесілер кіреді:

өндіру салаларындағы дайындық жұмыстары бойынша шығындар: кен орындарын жете барлау; Ашық тау-кен жұмыстары аймағындағы және топырақтың құнарлы қабатын сақтау үшін алаңдарды тазарту; уақытша кірме жолдарды орналастыру және басқа да жұмыс түрлері;

жаңа кәсіпорындарды, өндірістерді, цехтар мен агрегаттарды игеруге арналған шығындар: жобада көзделген өнімді сынамалы шығару және жабдықтарды баптаумен барлық машиналар мен механизмдердің жүктемесімен кешенді сынау жолымен дайындығын тексеру;

ғылыми-зерттеу және тәжірибелік-конструкторлық жұмыстарға арналған шығындарды қоса алғанда, өнімнің жаңа түрлері мен технологиялық процестердің өндірісін дайындауға және игеруге арналған шығындар.

4. Технологияны жетілдіруге және өндірісті ұйымдастыруға, сондай-ақ өнім сапасын жақсартуға, оның сенімділігін, ұзақ мерзімділігін және өндірістік процесс барысында жүзеге асырылатын басқа да пайдалану қасиеттерін арттыруға байланысты күрделі емес сипаттағы шығындар.

5. Оңтайландыру және өнертапқыштыққа байланысты шығындар.

6. Өндірістік процеске қызмет көрсетуге арналған шығындар.

Оларға жатады:

өндірісті шикізатпен, материалдармен, энергиямен, аспаптармен және басқа да еңбек құралдары мен заттарымен қамтамасыз ету жөніндегі шығындар;

негізгі өндірістік қорларды жұмыс жағдайында ұстау бойынша шығындар (техникалық байқау және күтім, ағымдағы, орташа және күрделі жөндеу жүргізуге арналған шығыстар);

кәсіпорындармен тікелей кәсіпорын аумағындағы медициналық пункттерге берілетін үй-жайлар мен ғимараттарды ұстауға, өндірісте тазалық пен тәртіпті сақтауға, өртке қарсы және күзет күзетін қамтамасыз етуге арналған шығындарды, сондай-ақ кәсіпорындарды техникалық пайдалану, олардың қызметін қадағалау және бақылау ережелерінде көзделген басқа да талаптарды қоса алғанда, санитарлық-гигиеналық талаптарды қамтамасыз ету жөніндегі шығындар.

7. Қалыпты еңбек жағдайларын және қауіпсіздік техникасын қамтамасыз ету бойынша шығындар.

8. Табиғат қорғау мақсатындағы қорларды: тазарту құрылыстарын, күл аулағыштарды, сүзгілерді және басқа да табиғат қорғау объектілерін күтіп-ұстауға және пайдалануға байланысты ағымдағы шығындар, экологиялық қауіпті қалдықтарды көму, экологиялық қауіпті қалдықтарды қабылдау, сақтау және жою, сарқынды суларды тазарту үшін Бөгде ұйымдардың қызметтеріне ақы төлеу жөніндегі шығыстар, ағымдағы табиғи шығындардың басқа да түрлері.

9. Табиғи ресурстарды өндіру және ластанған заттарды белгіленген лимиттер шегінде қоршаған ортаға шығарғаны (тастағаны) үшін кәсіпорындардың төлемдері.

10. Өндірісті басқаруға байланысты шығындар:

басқарма аппаратының қызметкерлерін ұстау;

заңнамада белгіленген нормаларға сәйкес өндірістік қызметке байланысты іссапарларға арналған шығындар;

техникалық басқару құралдарын ұстау және оларға қызмет көрсету;

өнімді, тауарларды, жұмыстарды, қызметтерді сертификаттау жөніндегі жұмыстарға ақы төлеу;

консультациялық, ақпараттық және аудиторлық қызметтерге ақы төлеу;

банк мекемелері арқылы қызметкерлерге жалақы беру бойынша банктердің қызметтеріне ақы төлеу;

шетелдік делегациялар мен жекелеген адамдарды қабылдауға және оларға қызмет көрсетуге арналған өкілдік шығыстар.

11. Кадрларды даярлау және қайта даярлау және жұмыс күшін жинаумен байланысты шығындар.

12. Жалпы пайдаланымдағы жолаушылар көлігімен қызмет көрсетілмейтін бағыттарда қызметкерлерді жұмыс орнына және кері тасымалдау жөніндегі шығындар, сондай-ақ жұмыстарды вахталық әдіспен жүзеге асыруға байланысты қосымша шығындар.

13. Өндірісте жұмыс істемеген (келмеген) уақыт үшін еңбек туралы заңдарда көзделген төлемдер.

14. Еңбекақы төлеудің барлық түрлерінен міндетті аударымдар.

15. Міндетті медициналық сақтандыру бойынша аударымдар.

16. Меншікті айналым қаражатының жетіспеушілігін толықтыруға және негізгі құралдар мен материалдық емес активтерді сатып алуға алынған мерзімі өткен және кейінге қалдырылған несиелер бойынша проценттерден басқа, несие үшін проценттер бойынша төлем.

17. Арнайы салалық және салааралық қорларға аударымдар.

18. Өнімді өткізуге байланысты шығындар.

19. Еңбек ұжымдарына қызмет көрсететін қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындарына тегін ұсынылатын үй-жайларды ұстауға байланысты шығындар.

20. Белгіленген тәртіпке сәйкес жүргізілетін индекстеуді қоса алғанда, негізгі қорларды толық қалпына келтіруге амортизациялық аударымдар, сондай-ақ материалдық емес активтер бойынша тозу.

21. Заңдарда белгіленген тәртіпке сәйкес жүргізілетін салықтар, алымдар, Төлемдер және басқа да міндетті аударымдар, сондай-ақ заңнамада белгіленген тәртіпке сәйкес өзіндік құнға енгізілетін шығындардың басқа да түрлері.

Өнімнің (жұмыстардың, қызметтердің) нақты өзіндік құнында сондай-ақ:

бұйымдарға кепілдік жөндеу және кепілдік қызмет көрсету шығындары;

өндірістік себептер бойынша тоқтап қалудан болған шығындар;

қайта құрылуына және санының қысқаруына байланысты кәсіпорындардан босатылатын қызметкерлерге төленетін төлемдер.

1. **Өндіріске арналған шығындар сметасы**

Кәсіпорынның барлық жоспарлы (нақты) шығындарының жалпы сомасын анықтау мақсатында өзінің тіршілік әрекетінің барлық түрлері бойынша шығындар сметасын әзірлейді, олар бойынша қорытынды соманы экономикалық элементтер бөлінісінде (қайтарымды қалдықтардың құнын шегергендегі материалдық шығындар; еңбекақы төлеу шығындары; әлеуметтік мұқтаждарға аударымдар; негізгі қорлардың амортизациясы; өзге шығындар) кәсіпорын қызметінің нәтижелерін жоспарлау кезінде де, талдау кезінде де маңызды практикалық мәні болады.

Сметаны жасау кезінде мыналарды ескеру қажет.

1) "өнімді өндіруге және сатуға арналған шығындар" сметасының бірінші бөліміне өнеркәсіп өнімін өндіруге қатысатын кәсіпорынның барлық құрылымдық бөлімшелерінің шығыстары енгізіледі: а) нормативтер шегінде; б) нормативтен тыс. Осылайша, 1-бөлім бойынша шығындар жиынтығы-өнім өндіруге арналған барлық шығындар сомасы, ал 1 және 2 – тармақшалар бойынша қорытынды-салық салу мақсаттары үшін есептелген өнім өндіруге арналған шығындар

2) сметаның екінші бөлімінде" Өндірістік емес және өнімнің өзіндік құнына енгізілмейтін шығыстар " өнімді өндіруге және сатуға байланысты емес кәсіпорынның шығындары қосылады.

3) шамасы шығарылатын өнім көлемінің өзгеруіне тікелей пропорционалды түрде өзгеретін ауыспалы шығындар өнім бірлігіне жұмсалатын шығындардың және шығарылатын өнім санының көбейтіндісі ретінде есептеледі (салық салу базасы мен ставкалары үшін).

4) шамасы шығарылатын өнімнің көлеміне байланысты емес шартты-тұрақты шығыстар тізбесі мен құрылымын кәсіпорынның өзі айқындайтын тиісті сметалар бойынша есептеледі.

5) материалдық шығындар.

**Негізгі әдебиет**

1. Стратегическое планирование: Учебник/Под ред. Уткина З.А., 2015 г.

2 Ковалева А.М. Финансы фирмы. Учебник для вузов/Ковалева А.М., Лапуста М.Г., Скамай Л.Г., 2016 г.

3 Грузинов В.П., Грибов В.Д. Экономика предприятий: Учебное пособие для вузов, 2016 г.

4 Прокопчук Л.О. Козырев А.А. Стратегическое планирование: Конспект лекций, 2014 г.

5 Бухалков, М. И. Планирование на предприятии:учебник для студвузов, обучающихся по эконом. спец./М. И. Бухалков.-3-е изд.-М.:Инфра-М,2016.-416 с.-(Высшее образование),

6. Фартхутдинов Г.А. Производственный менеджмент: учебник/ Р.А. Фатхутдинов, 2016

7. Экономика предприятия /Под ред. В.Я Горфинкеля, В.А. Швандера, 2003. – 431 с.

8. Лапуста М.Г. Финансы фирмы: учеб. пособие / М.Г. Лапуста, 2015. – 264с

9. Концепция контролинга: управленческий учет, система отчетности, бюджетирование. пер. с нем., 2015 – 268

10. Насырова Г.Т. Экономика предприятия: учеб. пособие/ Г.А. Насырова, 2005 – 121 с.

11. Экономика предприятия: учеб. для вузов: Пер. с нем./ ред Беа Ф.К., ред. Дихта Э., 2016. – 928 с

12. Жалимбетова Р.Б. Организационно-экономические основы предпринимательства в системе обеспечения конкурентоспособной экономики: учеб. пособие/ Р.Б. Жалимбетова. – Алматы: Жетi Жаргы, 2011 – 279 с.

**Қосымша әдебиеттер**

1. Аникеев С. Методика разработки плана маркетинга. – М.: Информ-студио, 2017 – 128с.
2. Швандер В.А., Базилевич В.И. Управление инвестиционными проектами. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014 - 208 с
3. Коссов В.В. Бизнес-план. Обоснование решений. 2-е изд. испр. и доп. – М.:ГУВШЭ, 2017- 272 с.
4. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. – СПб: Питер, 2016– 400с
5. Жилкина А.Н. Финансовое планирование на предприятии. – М.: Благовест, 2018 – 248с
6. Экономика отрасли: Торговля и общественное питание: учеб. пособие для студ. образоват. учреждения среда проф. образов./ Е.А. Корпенко, 2016. – 221 с.
7. Сабден О. Логистика (экономика и управления): Учебник/ О. Сабден, Ж. Раимбеков, 2016 – 910 с.
8. Ковалев В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник/В.В. Ковалев. – М.: Проспект, 2016 – 421 с.
9. Елиазаров Ю.Ф. Экономика организации: Учебник/ Ю.Ф. Елизарова, 2015 – 495 с.
10. Чечевицин Л.Н. Экономика фирмы: учебное пособие для магистрантов/ Л.Н. Чечевицын, 2016 – 390 с.
11. Кузмина Е.Е. Планирование маркетинга: учеб. пособие /Е.Е. Кузьмина, 2007. – 367 с.
12. Шаповалов В. А. Управление маркетингом и маркетинговый анализ: учеб. пособие/ В.А. Шаповалов, 2008
13. Ковалев В.В. Финансы предприятия: учебник/ Ковалев В.В., 2003. – 352 с.

**13 тақырып. Нарықтық бағаларды жоспарлау және реттеу**

1. Нарықтық бағаларды жоспарлаудың экономикалық мазмұны

2. Баға белгілеу әдістері

3. Бағаны жоспарлауға әсер ететін факторлар

Өнімнің, жұмыстар мен қызметтердің әртүрлі түрлеріне оңтайлы нарықтық бағаларды жоспарлау оларды жүзеге асыруға жалпы және шекті шығындарды салыстыруға негізделеді. Шығындар мен бағаларды оңтайландыру әдісінің негізінде бірқатар жорамалдар жатыр.

1) кәсіпорын бір тауарды немесе қызмет түрін өндіреді және өткізеді;

2) кәсіпорынның негізгі мақсаты пайданы барынша көбейту немесе шығындарды азайту болып табылады;

3) өндіріс көлемінің және баға деңгейінің өзара іс-қимылы пайда мөлшеріне барынша әсер етеді;

4) жоспарланып отырған кезеңде тауарлар мен қызметтер өндірісінің көлемі өткізу көлеміне тең;

5) оңтайландырылатындардан басқа, кәсіпорын қызметінің барлық көрсеткіштері өзгеріссіз қалады.

Өнімнің нарықтық бағасын жоспарлау және реттеу, дамыған нарықтық экономикасы бар елдердің тәжірибесі растағандай, өте икемді ағымдағы саясатты және баға белгілеудің ұзақ мерзімді стратегиясын кеңінен пайдалануға негізделуі тиіс, оның негізінде өндіруші фирмаларға әділ пайданы қамтамасыз ететін қоғамдық оңтайлы бағаларды белгілеу әдістемесі көзделеді.

Кәсіпорындарда нарықтық бағалар деңгейін жоспарлау мен реттеудің шетелдік озық тәжірибесін қолдану төлем қабілеті бар сұранысты арттыруға, отандық өнеркәсіп өндірісін дамытуға және кәсіпорындар қызметкерлерінің сапасы мен өмір сүру деңгейінің өсуіне ықпал ететін болады.

**2. Баға белгілеу әдістері**

Баға белгілеудің барлық әдістері өндіруші-фирма немесе сатушы қандай да бір әдісті таңдау кезінде не үшін көбірек бағдарланатынына байланысты негізгі үш топқа бөлінуі мүмкін.

1) өндіріс шығындарына — шығын әдістері;

2) нарық конъюнктурасына — нарықтық әдістер;

3) өнімнің техникалық-экономикалық параметрлеріне арналған шығындар нормативтеріне — параметрлік әдістер қолданылады.

Өз кезегінде баға белгілеудің нарықтық әдістерінің тобы баға белгілеудің нарықтық әдістерінің тобына байланысты тағы екі топқа бөлінуі мүмкін:

1) тұтынушының тауарға қатынасы-тұтынушыға бағдарланатын әдістер;

2) нарықтағы бәсекелестік жағдай-бәсекелестерге бағдарланатын әдістер.

Тұтынушыға бағдарланған әдістердің кіші тобы, сондай-ақ мынадай әдістермен жіктеуге болатын бірқатар әдістерді қамтиды:

1) тұтынушы тауардың қабылдайтын құндылықтары — тауардың қабылданатын құндылығы негізіндегі әдістер;

2) нарықта қалыптасқан сұранысқа — сұранысқа бағдарланған әдістер.

Бұдан әрі жоғарыда ұсынылған жіктемеге сүйене отырып, топтар мен кіші топтардың әрқайсысына кіретін баға белгілеу әдістері неғұрлым егжей-тегжейлі қарастырылады; олардың артықшылықтары мен кемшіліктері, сондай-ақ өзгеретін нарықтық жағдайларда қандай да бір әдісті қолдану мүмкіндіктері сипатталады.

Баға белгілеудің шығындық әдістері белгілі бір шаманы өндіру шығындарына қосу жолымен өнімді сату бағасын есептеуді болжайды. Оларға келесі әдістерді жатқызуға болады:

1) толық шығындар әдісі;

2) тікелей шығындар әдісі;

3) шекті шығындар әдісі;

4) шығынсыздықты талдау негізіндегі әдіс;

5) инвестициялардың рентабельділігін есепке алу әдісі;

6) бағаға үстеме төлеу әдісі.

Толық шығындарды анықтауға негізделген әдістің мәні ("шығындар плюс" әдісі) жиынтық шығындарды (ауыспалы (тікелей) қосу тұрақты (үстеме) шығындарды және фирма алуды есептейтін пайданы жиынтықтан тұрады.

**3. Бағаны жоспарлауға әсер ететін факторлар**

Кәсіпорынның практикалық қызметінде жоспарлаудың әртүрлі түрлерін, көбінесе олардың комбинациясын қолданады. Нақты шаруашылық жүргізуші субъектіде бір мезгілде қолданылатын жоспарлаудың әртүрлі түрлерінің жиынтығы жоспарлау нысаны деп аталады.

Жоспарлаудың қандай да бір түрін таңдау көптеген факторларға байланысты. Олардың ішінде фирманың ерекшелігі басым жағдайға ие. Мысалы, киім дайындаумен айналысатын фирма өз өнімін бір-екі жыл, ал кеме жасау верфі - кемінде 5-10 жыл мерзімге жоспарлайды.

Жоспарлау нысанына әсер ететін көптеген факторлар арасында негізгі факторлардың үш тобын бөліп көрсетуге болады:

а) фирманың ерекшелігіне байланысты факторлар, мысалы, капиталдың шоғырлануы, фирманы басқаруды механикаландыру және автоматтандыру деңгейі, фирманың географиялық орналасуы және т. б.

б) сыртқы орта факторлары, мысалы, экономиканы мемлекеттік реттеу сипаты, бәсекелестік деңгейі мен сипаты және т. б.

в) жоспарлау процесінің өзіндік ерекшелігіне негізделген критерийлер, мысалы, жоспарлау және т. б. толықтығы, нақтылануы, дәлдігі, айқындығы, икемділігі, үнемділігі мен пайдалылығы.

Көрсетілген факторлар топтарын қарастырайық.

1. Фирманың ерекшелігіне байланысты факторлар.

Жоспардың әлеуметтік және экономикалық мазмұны өндірістің жалпы шарттарына, ғылыми-технологиялық дамуға, фирманы басқару әдістері мен ерекшеліктеріне байланысты әр түрлі нысандарды қабылдайды.

Фирмаішілік жоспарлаудың нысандарын анықтайтын факторлардың ең маңыздысы капиталдың шоғырлануы болып табылады. Мысалы, Америка өнеркәсібінің бірқатар салаларында негізгі өндірістік қорлардың ең аз мөлшері жүздеген миллион долларды құрайды. Капиталдың шоғырлануы капиталды әртараптандыру және интернационалдандыру процестері есебінен күшейеді. Ірі шетелдік фирмалар-бұл капиталдарды түрлі салаларға салатын және әлемнің ондаған елдерінде өз кәсіпорындары бар алып халықаралық концерндер. Капиталдың шоғырлануы жоспарлау көкжиегін ондаған жыл алға қарай кеңейту қажеттігіне себепші болды.

Ғылыми-техникалық прогрестің өндірістік үдеріске және оны басқаруға әсері еңбек пен шығарылатын бұйымның бөлінуінің күрделенуінен және нәтижесінде кәсіпорын мен бірлестіктің ұйымдық-техникалық құрылымының күрделенуінен көрінеді. Ірі компаниялардың құрылымында ондаған ғылыми зертханалар, жүздеген өндірістік бөлімшелер, өткізу жөніндегі көптеген агенттерді және олардың өнімдерін тұтынушыларға техникалық қызмет көрсету кәсіпорындарын қамтитын дайын өнімді материалдық-техникалық қамтамасыз ету мен өткізудің күрделі жүйесі бар. Жоғарыда айтылғандар өндіріске қатысушыларды үйлестіруге, олардың бірлескен күш-жігерін жоспарлау қажеттігіне қатаң талаптар қояды.

Ғылыми-технологиялық революция ғылыми-техникалық бәсекелестіктің төтенше өрлеуіне себеп болды, өнімнің моральдық қартаю процесін тездетіп, шығарылатын өнімнің ассортименті мен номенклатурасын жаңарту қарқынын арттырды. Мысалы, америкалық зерттеушілердің мәліметтері бойынша, өнімнің 30% - ы 5 жыл бойы жаңартылады. Сонымен қатар, жаңа өнімді игеру оның ғылыми-техникалық деңгейі мен күрделілігінің өсуі жағдайында ұзақ процесс болып табылады, жиі 7-10 жыл жалғасатын, бұл тиімді жоспарлау жүйесінсіз мүмкін емес.

Соңғы уақытта көптеген елдердің экономикасында халықтың төлем қабілеттілігінің өсу қарқынының өндірістік қуаттардың өсу қарқынынан айтарлықтай артта қалуы байқалады. Бұл жағдай компаниялардың қызметінде өткізу рөлінің күшеюіне алып келеді. Компаниялардың құрылымы, өткізу мен өндірістің өзара байланысы нысандары қайта бағдарлануда. Маркетинг кәсіпорында жоспарлаудың маңызды нысаны болып табылады.

2. Сыртқы орта факторлары.

Сыртқы орта факторлардың екі тобы: тікелей және жанама әсер ету арқылы жоспарлау нысанына әсер етеді.

Тікелей әсер ету факторларының тобы әртүрлі шарттар мен шектеулер нысанында қабылданатын жоспарлы шешімдерге тікелей әсер ететін факторларды қамтиды. Мұндай ықпал ету субъектілері жеткізушілер мен тұтынушылар, бәсекелестер, кәсіби одақтар, мемлекеттік биліктің орталық және жергілікті органдары және т. б. болуы мүмкін.

Жанама әсер ету тобына жоспарлы шешімге бір мәнді әсер етпейтін факторлар кіреді. Соған қарамастан, олар шешімді орындауға қатысушылардың мүдделеріне жанама әсер ету, оны іске асыру шарттарының өзгеруі және т. б. арқылы шешімді іске асыруға әсер етуі мүмкін.

3. Жоспарлау процесінің ерекшелігіне негізделген критерийлер. Қандай шаруашылық жүргізуші субъектілерде жоспарлау процесі жүзеге асырылмаса, ол әрдайым бірдей құрылымы бар, үлгілік талаптарға сәйкес болуы тиіс, бұл да жоспарлаудың нақты нысандарын таңдауға әсер етеді. Мысалы, жоспарлау нысанын таңдау кезінде шешуші рөл келесі өлшемдер болуы мүмкін:

а) жоспарды жасау кезінде шешім қабылдау үшін маңызы бар барлық оқиғалар мен факторлар ескерілуі тиіс деп болжайтын жоспарлаудың толықтығы. Мұндай шарттардың болуы жеке жоспарлар жүйесімен ұштасқан толық жоспарды жасауға мүмкіндік береді;

б) барлық жоспарланған көрсеткіштердің егжей-тегжейін жеткілікті дәрежеде анықтау қажеттілігін білдіретін жоспарлауды нақтылау;

в) жоспарлау дәлдігі қойылған мақсатқа жету үшін жеткілікті жоғары болуы тиіс;

г) жоспарлаудың икемділігі. Бұл талаптар жоспардың шарттардың өзгеруіне бейімделу мүмкіндігін білдіреді. Әйтпесе, жоспарды іске асыру жүріп жатқан нақты шарттардан оның үзілуі қаупі пайда болады. Жоспардың икемділік принципі:

\* жоспарлы резервтердің болуы;

\* қажет болған жағдайда қолданысқа енгізілуі мүмкін жоспарлы шешімдердің балама нұсқаларының болуы;

\* шұғыл жағдайларда эвентуалды жоспарлау аппаратының болуы және іске қосылуы;

\* жабылатын жоспарлауды қолдану;

• белгілі бір уақыт өткеннен кейін ақпараттық айқындылық және т. б. болмаған жағдайларда жоспарлау мерзімін кейінге қалдыруды пайдалану.

д) жоспарлау үнемділігі. Осы талаптарға сәйкес жоспарлау шығындары алынатын әсермен мөлшерлес қатынаста болуы тиіс. Фирмада қаражаттың болуы оған шығындардың әртүрлі деңгейімен сипатталатын жоспарлаудың барабар нысандарын таңдауға мүмкіндік береді;

е) қабылданатын фирмаішілік шешімдердің сапасын жақсартуды білдіретін жоспарлаудың пайдалылығы.

Фирмаішілік жоспарлау тиімділігінің өлшемі оны іс-әрекетке басшылық ретінде практикада пайдалану дәрежесі болып табылады. Көптеген басшылар мен мамандар кәсіпорындардың жоспарлары "жұмыс істемейді"деп жиі айтады. Мұқият талдау кезінде, олар жұмыс істей алмайды және бұл негізінен, өйткені бұл жоспарлар тым ұзақ мерзімді қамтиды, өте үлкен жүйелерге таралады және кездейсоқ процестер мен оқиғалардың үлкен санымен кездеседі. Сондықтан фирмаішілік жоспарлау жүйесінде сыртқы орта мен ішкі жағдайлардың өзгеруіне сәйкес жоспарлардың тұрақты түзетілуін қамтамасыз ететін ұйымдық құрылым болуы қажет. Осы мақсатта жоспарларды түзету рәсімдерін автоматтандыратын және шаруашылық қызметтің нәтижелілігіне белгісіздіктің әсерін әлсірететін кәсіпорындар мен бірлестіктерді басқарудың автоматтандырылған жүйелері әзірленуі мүмкін.

**Негізгі әдебиет**

1. Стратегическое планирование: Учебник/Под ред. Уткина З.А., 2015 г.

2 Ковалева А.М. Финансы фирмы. Учебник для вузов/Ковалева А.М., Лапуста М.Г., Скамай Л.Г., 2016 г.

3 Грузинов В.П., Грибов В.Д. Экономика предприятий: Учебное пособие для вузов, 2016 г.

4 Прокопчук Л.О. Козырев А.А. Стратегическое планирование: Конспект лекций, 2014 г.

5 Бухалков, М. И. Планирование на предприятии:учебник для студвузов, обучающихся по эконом. спец./М. И. Бухалков.-3-е изд.-М.:Инфра-М,2016.-416 с.-(Высшее образование),

6. Фартхутдинов Г.А. Производственный менеджмент: учебник/ Р.А. Фатхутдинов, 2016

7. Экономика предприятия /Под ред. В.Я Горфинкеля, В.А. Швандера, 2003. – 431 с.

8. Лапуста М.Г. Финансы фирмы: учеб. пособие / М.Г. Лапуста, 2015. – 264с

9. Концепция контролинга: управленческий учет, система отчетности, бюджетирование. пер. с нем., 2015 – 268

10. Насырова Г.Т. Экономика предприятия: учеб. пособие/ Г.А. Насырова, 2005 – 121 с.

11. Экономика предприятия: учеб. для вузов: Пер. с нем./ ред Беа Ф.К., ред. Дихта Э., 2016. – 928 с

12. Жалимбетова Р.Б. Организационно-экономические основы предпринимательства в системе обеспечения конкурентоспособной экономики: учеб. пособие/ Р.Б. Жалимбетова. – Алматы: Жетi Жаргы, 2011 – 279 с.

**Қосымша әдебиеттер**

1. Аникеев С. Методика разработки плана маркетинга. – М.: Информ-студио, 2017 – 128с.
2. Швандер В.А., Базилевич В.И. Управление инвестиционными проектами. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014 - 208 с
3. Коссов В.В. Бизнес-план. Обоснование решений. 2-е изд. испр. и доп. – М.:ГУВШЭ, 2017- 272 с.
4. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. – СПб: Питер, 2016– 400с
5. Жилкина А.Н. Финансовое планирование на предприятии. – М.: Благовест, 2018 – 248с
6. Экономика отрасли: Торговля и общественное питание: учеб. пособие для студ. образоват. учреждения среда проф. образов./ Е.А. Корпенко, 2016. – 221 с.
7. Сабден О. Логистика (экономика и управления): Учебник/ О. Сабден, Ж. Раимбеков, 2016 – 910 с.
8. Ковалев В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник/В.В. Ковалев. – М.: Проспект, 2016 – 421 с.
9. Елиазаров Ю.Ф. Экономика организации: Учебник/ Ю.Ф. Елизарова, 2015 – 495 с.
10. Чечевицин Л.Н. Экономика фирмы: учебное пособие для магистрантов/ Л.Н. Чечевицын, 2016 – 390 с.
11. Кузмина Е.Е. Планирование маркетинга: учеб. пособие /Е.Е. Кузьмина, 2007. – 367 с.
12. Шаповалов В. А. Управление маркетингом и маркетинговый анализ: учеб. пособие/ В.А. Шаповалов, 2008
13. Ковалев В.В. Финансы предприятия: учебник/ Ковалев В.В., 2003. – 352 с.

**14 тақырып. Қаржылық жоспарлау**

1. Қаржылық жоспарлаудың мәні мен міндеттері

2. Қаржылық жоспарлау принциптері

3. Қаржылық жоспарлар жүйесі

4. Кәсіпорынның кірістері мен шығыстарын жоспарлау, оны жасау әдістемесі

5. Өндіріс рентабельділігін жоспарлау

Басқару-болжай білу, яғни болжау, жоспарлау. Сондықтан кәсіпкерлік шаруашылық қызметтің және кәсіпорынды басқарудың маңызды элементі жоспарлау, соның ішінде қаржылық жоспарлау болып табылады.

Қаржылық жоспарлау-бұл кәсіпорынның дамуын қамтамасыз ету үшін ақша қаражатын жұмсаудың барлық табыстары мен бағыттарын жоспарлау. Қаржылық жоспарлау міндеттері мен жоспарлау объектілеріне байланысты әр түрлі мазмұны мен тағайындаудың қаржылық жоспарларын жасау арқылы жүзеге асырылады.

Қаржылық жоспарлау корпоративтік жоспарлы процестің маңызды элементі болып табылады.

Қаржылық жоспарлаудың негізгі міндеттері:

1. Қажетті қаржыландыру көздерімен қалыпты өсімін молайту процесін қамтамасыз ету. Бұл ретте мақсатты қаржыландыру көздері, оларды қалыптастыру және пайдаланудың маңызы зор;

2. Акционерлер мен басқа да инвесторлардың мүдделерін сақтау. Инвестициялық жобаның осындай негіздемесін қамтитын бизнес-жоспар инвесторлар үшін капитал салуды ынталандыратын негізгі құжаты болып табылады;

3. Кәсіпорынның бюджет және бюджеттен тыс қорлар, банктер және басқа да несие берушілер алдындағы міндеттемелерін орындау кепілдігі. Осы кәсіпорын үшін оңтайлы капитал құрылымы барынша пайда әкеледі және берілген параметрлерде бюджетке төлемдерді барынша арттырады;

4. Пайданы және басқа да кірістерді тиімді пайдалану мақсатында резервтерді анықтау және ресурстарды жұмылдыру;

5. Кәсіпорынның қаржылық жағдайын, төлем қабілеттілігін және кредит қабілеттілігін бақылау.

Қаржылық жоспарлаудың мақсаты кірістерді қажетті шығыстармен байланыстырудан тұрады. Кірістер шығыстардан асып кеткен кезде асып кету сомасы резервтік қорға жіберіледі. Шығыстар кірістерден асып кеткен кезде қаржы қаражатының жетіспеуі сомасы бағалы қағаздар шығару, кредиттер алу, қайырымдылық жарналарын алу және т. б. есебінен толықтырылады.

Кез келген кәсіпорынның басшылығы оның түрі мен шамасына қарамастан, ол экономикалық қызмет саласындағы қандай тапсырмаларды келесі кезеңге жоспарлай алатынын білуге міндетті. Кәсіпорын қызметіне мүдделі тұлғалар тобы оның жұмысының нәтижелеріне белгілі бір минималды талаптар қояды. Сонымен қатар, қызметтің кейбір түрлерін жоспарлау кезінде қойылған міндеттерді орындау үшін қандай экономикалық ресурстар қажет екенін білу қажет. Бұл, мысалы, капиталды тарту (кредиттер сатып алу, акционерлік капиталды ұлғайту және т.б.) және инвестициялар көлемін айқындау саласындағы жоспарлауға жатады.

Бюджетте салынған жоспарлардың іске асырылуына қарай кәсіпорын қызметінің нақты нәтижелерін тіркеу қажет. Нақты көрсеткіштерді жоспарланғандармен салыстыра отырып, бюджеттік бақылауды жүзеге асыруға болады. Бұл мағынада негізгі назар жоспарлы көрсеткіштен ауытқитын көрсеткіштерге бөлінеді және осы ауытқулардың себептері талданады. Осылайша, кәсіпорын қызметінің барлық тараптары туралы ақпарат толықтырылуда. Бюджеттік бақылау, мысалы, кәсіпорын қызметінің қандай да бір салаларында белгіленген жоспарлар қанағаттанғысыз орындалатынын анықтауға мүмкіндік береді. Бірақ, әрине, бюджеттің өзі сәтсіз бастапқы ережелер негізінде құрастырылды деп болжауға болады. Екі жағдайда да басшылық қажетті іс-әрекеттер жасау үшін, яғни жоспарларды орындау тәсілін өзгерту немесе бюджет негізделетін ережелерді тексеру үшін бұл туралы ақпарат алуға мүдделі. Келесі кезеңге арналған қаржы жоспарын әзірлей отырып, осы кезеңде қызмет басталғанға дейін алдын ала шешім қабылдау қажет. Мұндай жағдайда жоспарды әзірлеушілерге шешім ең соңғы сәтте қабылданған жағдайға қарағанда балама ұсыныстарды ұсыну және талдау үшін уақыт жеткілікті болуы ықтималдығы бар. Қысқа мерзімді және ұзақ мерзімді жоспарлау.

Әдетте, қысқа мерзімді және ұзақ мерзімді жоспарлау бар. Қабылданатын шешімдердің кейбірінің мәні өте ұзақ перспективаға таралады. Бұл, мысалы, негізгі капитал элементтерін сатып алу, кадр саясаты, шығарылатын өнімнің ассортиментін анықтау сияқты салалардағы шешімдерге қатысты. Мұндай шешім кәсіпорынның бірнеше жыл бұрын қызметін анықтайды және ұзақ мерзімді жоспарларда (бюджеттерде) көрініс табуы тиіс, онда нақтылылық дәрежесі әдетте айтарлықтай жоғары емес. Ұзақ мерзімді жоспарлар құрамдас элементтері қысқа мерзімді жоспарлар болып табылатын шеңберлі конструкцияны білдіруі тиіс.

Негізінен кәсіпорындарда қысқа мерзімді жоспарлау қолданылады және бір жылға тең жоспарлы кезеңмен іске асырылады. Бұл мұндай ұзындық кезеңінде кәсіпорынның өміріне тән барлық оқиғалар орын алып жатқандығымен түсіндіріледі, өйткені осы мерзім ішінде конъюнктураның маусымдық ауытқулары теңестіріледі. Уақыт бойынша жылдық бюджетті (жоспарды) айлық немесе тоқсандық бюджеттерге бөлуге болады.

**2. Қаржылық жоспарлау принциптері**

Қаржылық жоспарлау капиталды тиімді салу нұсқаларын таңдау үшін компания қызметін қажетті қаржылық ресурстармен қамтамасыз ету үшін қажет; ақша қаражатын үнемді пайдалану есебінен пайданы ұлғайтудың ішкі шаруашылық резервтерін анықтау. Ол кәсіпорынның қаржылық жағдайын, төлем қабілеттілігін және несие қабілеттілігін бақылауға ықпал етеді.

Қаржылық жоспарлаудың негізгі қағидаттары:

ұйымның жалпы даму стратегиясы мен миссиясын жоспарлау мен бағындырудың жалпы жүйесіне интеграциялану принципі;

жоспарланған уақыт аралығы бойынша кәсіпорынның төлем қабілеттілігін қамтамасыз ету принципі;

нарықтың қажеттіліктерін, оның конъюнктурасын, бәсекелестердің сыйымдылығы мен қызметін есепке алу қағидаты;

шекті рентабельділік принципі.

**3. Қаржылық жоспарлар жүйесі**

Қаржылық жоспарлаудың негізгі құжаты шаруашылық жүргізуші субъектілердің, салалардың, жүйелердің, өңірлер мен жалпы мемлекеттің ақша кірістері мен жинақтарын құру және пайдалану жоспарын ұсынатын қаржылық жоспар болып табылады. Қаржы жоспарлары ұлттық шаруашылықтың қаржы ресурстарымен қамтамасыз етілуін көрсетеді.

 Жоспар мен жоспарлау оқшауланған емес, шаруашылық жүргізудің бірыңғай тұтас тетігінің құрамында әрекет етеді. Өзі алған және тиісті іске асыру тетігімен толықтырылмаған жоспар басқарудың пәрменді құралы бола алмайды. Жоспарды іске асыру тетігі - басқарудың ұйымдық нысандары, экономикалық тетіктер мен ынталандыру жүйесі, ұлттық шаруашылық ресурстарының айналымын ұйымдастыру тәсілдері, шаруашылық жүргізудің құқықтық режимі.

Қаржылық жоспарлар (баланстар) жүйесі қамтылатын қатынастардың кеңдігімен, демек, келіп түсу мен пайдалануға жоспарланған ресурстардың көлемімен ерекшеленетін жоспарлардың әртүрлі түрлерін қамтиды. Бұл белгі бойынша бастапқы және жиынтық қаржы жоспарлары бар.

Алғашқысына материалдық өндіріс саласындағы шаруашылық жүргізуші субъектілердің қаржылары; өндірістік емес саладағы коммерциялық және коммерциялық емес ұйымдардың жоспарлары; шығыстары толық немесе негізгі бөлігінде бюджет қаражаты есебінен қаржыландырылатын мемлекеттік мекемелер мен ұйымдардың сметалары жатады.

 Жиынтық қаржылық жоспарлар жалпы мемлекеттік, салалық, аумақтық жоспарлардан тұрады. Жалпы мемлекеттік: мемлекеттің жиынтық қаржы балансы, мемлекеттік бюджет, республикалық бюджет болып табылады.

Салалық (ведомстволық) қаржы жоспарларының жүйесі: министрліктердің (ведомстволардың), материалдық өндіріс салаларының кірістері мен шығыстарының теңгерімдерін, өндірістік емес салалар министрліктерінің (ведомстволарының) шығыстарының жиынтық сметаларын, қоғамдық ұйымдардың қаржыландырылуын қамтиды.

Аумақтық қаржы жоспарларына: өңірлердің жиынтық қаржы теңгерімдері, жергілікті бюджеттер, тиісті аумақтағы қоғамдық ұйымдардың жоспарлары және т. б. жатады.

 Қаржылық жоспарлардың әртүрлі түрлері өзара байланысты: салалық ведомстволық бағынысты ұйымдардың жоспарларын біріктіреді; аумақтық, әдетте, жалпымемлекеттік немесе салалық бөліктер болып табылады.

Кезеңге қарай қаржылық жоспарлау жылдық, орта мерзімді (үш-, бесжылдық) және перспективалы болып бөлінеді. Қазіргі уақытта бір жылдық кезеңге жоғарыда аталған жоспарлардың барлық түрлері жасалады.

**4. Кәсіпорынның кірістері мен шығыстарын жоспарлау, оны жасау әдістемесі**

Қаржылық жоспарлау кәсіпорын қызметінің маңызды жақтарын қамтиды; ол материалдық, еңбек және ақшалай ресурстардың пайда болуы мен пайдаланылуына қажетті алдын ала бақылауды қамтамасыз етеді, кәсіпорынның қаржылық жағдайын жақсарту үшін қажетті жағдайлар жасайды.

Кәсіпорында қаржылық жоспарлау шаруашылық қызметті жоспарлаумен өзара байланысты және жоспардың басқа көрсеткіштерінің (өндіріс және іске асыру көлемінің, өндіріске арналған шығындар сметасының, күрделі салымдар жоспарының және т.б.) негізінде құрылады, алайда қаржылық жоспарды жасау өндіріс көрсеткіштерін қаржылық көрсеткіштерге қарапайым арифметикалық қайта есептеу болып табылмайды.

Қаржылық жоспар жобасын жасау процесінде өндірістік жоспар көрсеткіштеріне сыни көзқарас жүзеге асырылады, оларда ескерілмеген шаруашылық ішіндегі резервтер анықталады және пайдаланылады, кәсіпорынның өндірістік әлеуетін неғұрлым тиімді пайдалану, материалдық және ақша ресурстарын неғұрлым ұтымды жұмсау, шығарылатын өнімнің тұтынушылық қасиеттерін арттыру және т. б. әдістері бар.

Қаржы жоспарын әзірлеу процесінде мыналар айқындалады: сатылатын өнімге арналған шығындар, сатудан түскен түсім, ақшалай жинақтау, амортизация, жоспарланған кезеңге белгіленген инвестициялардың көлемі мен қаржыландыру көздері, айналым қаражатына қажеттілік және оны жабу көздері, пайданы бөлу және пайдалану, бюджетпен, бюджеттен тыс қорлармен, банктермен өзара қарым-қатынас.

Кәсіпорындағы қаржылық жоспарлау келесі мақсатты бағытқа ие:

Кәсіпорын қызметінің қаржылық ресурстарымен және ақшалай қаражатымен қамтамасыз ету.

Бюджетпен, бюджеттен тыс қорлармен, банктермен, кредиторлармен және дебиторлармен қаржылық өзара қарым-қатынасты ұйымдастыру.

Жоспарланған кірістер мен шығыстардың нақты теңгерімділігін қамтамасыз ету.

Кәсіпорынның төлем қабілеттілігі мен қаржылық тұрақтылығын қамтамасыз ету.

Қаржы жоспарының дәстүрлі нысаны кірістер мен шығыстар балансы болып табылады. Қаржы жоспарын жасау бойынша жұмыс бірнеше кезеңде жүргізіледі:

бірінші кезең-алдыңғы кезеңдегі қаржылық жоспардың орындалуын бағалау;

екінші кезең-олардың негізінде қаржылық жоспар жасалатын жобаланатын өндірістік көрсеткіштерді қарау;

үшінші кезең-қаржылық жоспар жобасын әзірлеу.

Үлкен жеделділік мақсатында және инфляцияны ескере отырып, жоспарланатын жылдың тоқсандары бойынша кірістер мен шығыстар балансын жасау орынды.

Кірістер мен шығыстар балансын жасау үшін база ретінде мынадай есептер болуы қажет: сатудан түскен түсім; оны жұмсаудың пайдасы мен бағыттары; меншікті айналым қаражатына қажеттілік; амортизацияның көлемі мен пайдаланылуы; жөндеу қорын пайдаланудың мөлшері мен бағыттары және т. б.

Кірістер мен шығыстар балансы мынадай баптар бойынша жасалуы мүмкін.

**5. Өндіріс рентабельділігін жоспарлау**

Нарықтық қатынастарда кәсіпорындар мен фирмалар қызметінің түрлі салаларын бағалау үшін рентабельділік көрсеткіштерін қолдану айтарлықтай кеңеюде. Пайда мен шығындардың пайдаланылатын бастапқы көрсеткіштерінің міндеттері мен мазмұны бойынша әртүрлі рентабельділікті есептеудің бірнеше ондық түрлері мен тәсілдері бар. Мысалы, француз өнеркәсіп фирмалары мен компанияларында рентабельділікті жоспарлау кезінде қолданылатын пайданы есепке алудың ықтимал әдістерін келтіреміз.

Белгіленген дивидендтер бойынша акционерлер арасында бөлінгенге дейін баланстық пайдадан салықтарды шегеру жолымен акционерлік компаниялардың таза пайдасын айқындау. Бұл көрсеткіш негізінен жоғары менеджерлердің бөлу саясатының тиімділігін және акционерлік капиталдың табыстылық немесе рентабельділік дәрежесін сипаттайды.

Амортизациялық аударымдар мен басқа да жинақтар сомасын таза пайдаға қосу жолымен қолма-қол ақша ағынын есептеу қажет етіледі. Қолма-қол ақша ағынының нақты сомасы компания өз иелігінде қалатын пайданың бөлігіне сәйкес келеді. Ол фирманың өтімділігі мен кірістілігін бағалауда үлкен маңызға ие.

Бөлінген пайданың қолма-қол ақша ағынын шегеру арқылы өзін-өзі қаржыландыру қабілетін бағалау. Алынған пайда сомасы өндірісті кеңейтуге пайдаланылады және фирманың инвестициялық саясаты мен күрделі салымдарды қаржыландырудың маңызды көрсеткіші болып табылады.

Корпорацияда қолма-қол ақша ағынына салықты және басқа да резервтік аударымдарды қосу және қайта жүзеге асырудан тыс операциялардан өзге де кірістерді шегеру жолымен кәсіпкерлік табысты есептеу. Кәсіпкерлік табыс теңгерімдік пайдаға қарағанда фирманың негізгі қызметінің тиімділігі туралы нақты түсінік береді.

 Қазіргі нарықтық жағдайларда рентабельділіктің негізгі көрсеткіштері ретінде отандық және шетелдік кәсіпорындарда мынадай коэффициенттер пайдаланылуы мүмкін.

Өнімді сатудан түскен пайданың оны өндіру мен өткізуге арналған шығындарға қатынасын сипаттайтын тауар айналымының немесе сатудың рентабельділігі.

Компанияның таза пайдасының және акционерлік капиталдың резервтермен арақатынасын анықтайтын меншікті қаражаттың немесе капиталдың рентабельділігі. Бұл көрсеткіш барлық акционерлер мен жоғары басшылық үшін компания тиімділігінің басты өлшемдерінің бірі болып табылады.

Кәсіпорынның жалпы пайдасының негізгі капиталдың орташа жылдық құнына қатынасын көрсететін негізгі өндірістік қорлардың рентабельділігі. Бұл көрсеткіш өнеркәсіптің жекелеген корпорациялары мен салаларында негізгі капиталды немесе өндірістік қорларды пайдаланудың тиімділігін салыстыру үшін қызмет етеді.

Жалпы пайданың компанияның экономикалық ресурстарының құнына қатынасын көрсететін барлық активтердің рентабельділігі. Бұл коэффициент фирманың немесе кәсіпорынның өз иелігіндегі барлық жиынтық активтерден пайда алу қабілетін сипаттайды.

Отандық кәсіпорындардың рентабельділігін жоспарлау кезінде, қаралған коэффициенттерден басқа, белсенділік, кірістілік, жабу, айналымдылық, өтімділік, тәуекел, төлем қабілеттілігі көрсеткіштері және басқа да қаржылық нормативтер мен экономикалық өлшемдер қолданылуы мүмкін. Фирмалар мен кәсіпорындар қызметінің негізгі қаржылық көрсеткіштерін жоспарлау өз кезегінде экономист-менеджердің келесі қаржылық және басқару мәселелерін белсенді және шығармашылық шешімін болжайды:

 - стратегиялық және ағымдағы міндеттерді жүзеге асыру үшін қажетті көрсеткіштерді таңдау;

 - өндіріс тиімділігінің дәрежесін және кәсіпорын қаржысының жай-күйін сипаттайтын негізгі қаржылық көрсеткіштерді есептеу;

- есептік көрсеткіштерді тиісті корпоративтік, салалық, ұлттық және әлемдік мәндермен ағымдағы, есепті немесе жоспарлы кезеңде және басқа жылдар ішінде салыстыру;

 - кәсіпорынның және оның бөлімшелерінің қаржылық жоспарларын жасау және болашақ Даму стратегиясы мен тактикасын таңдау кезінде алынған көрсеткіштерді пайдалану.

**Негізгі әдебиет**

1. Стратегическое планирование: Учебник/Под ред. Уткина З.А., 2015 г.

2 Ковалева А.М. Финансы фирмы. Учебник для вузов/Ковалева А.М., Лапуста М.Г., Скамай Л.Г., 2016 г.

3 Грузинов В.П., Грибов В.Д. Экономика предприятий: Учебное пособие для вузов, 2016 г.

4 Прокопчук Л.О. Козырев А.А. Стратегическое планирование: Конспект лекций, 2014 г.

5 Бухалков, М. И. Планирование на предприятии:учебник для студвузов, обучающихся по эконом. спец./М. И. Бухалков.-3-е изд.-М.:Инфра-М,2016.-416 с.-(Высшее образование),

6. Фартхутдинов Г.А. Производственный менеджмент: учебник/ Р.А. Фатхутдинов, 2016

7. Экономика предприятия /Под ред. В.Я Горфинкеля, В.А. Швандера, 2003. – 431 с.

8. Лапуста М.Г. Финансы фирмы: учеб. пособие / М.Г. Лапуста, 2015. – 264с

9. Концепция контролинга: управленческий учет, система отчетности, бюджетирование. пер. с нем., 2015 – 268

10. Насырова Г.Т. Экономика предприятия: учеб. пособие/ Г.А. Насырова, 2005 – 121 с.

11. Экономика предприятия: учеб. для вузов: Пер. с нем./ ред Беа Ф.К., ред. Дихта Э., 2016. – 928 с

12. Жалимбетова Р.Б. Организационно-экономические основы предпринимательства в системе обеспечения конкурентоспособной экономики: учеб. пособие/ Р.Б. Жалимбетова. – Алматы: Жетi Жаргы, 2011 – 279 с.

**Қосымша әдебиеттер**

1. Аникеев С. Методика разработки плана маркетинга. – М.: Информ-студио, 2017 – 128с.
2. Швандер В.А., Базилевич В.И. Управление инвестиционными проектами. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014 - 208 с
3. Коссов В.В. Бизнес-план. Обоснование решений. 2-е изд. испр. и доп. – М.:ГУВШЭ, 2017- 272 с.
4. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. – СПб: Питер, 2016– 400с
5. Жилкина А.Н. Финансовое планирование на предприятии. – М.: Благовест, 2018 – 248с
6. Экономика отрасли: Торговля и общественное питание: учеб. пособие для студ. образоват. учреждения среда проф. образов./ Е.А. Корпенко, 2016. – 221 с.
7. Сабден О. Логистика (экономика и управления): Учебник/ О. Сабден, Ж. Раимбеков, 2016 – 910 с.
8. Ковалев В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник/В.В. Ковалев. – М.: Проспект, 2016 – 421 с.
9. Елиазаров Ю.Ф. Экономика организации: Учебник/ Ю.Ф. Елизарова, 2015 – 495 с.
10. Чечевицин Л.Н. Экономика фирмы: учебное пособие для магистрантов/ Л.Н. Чечевицын, 2016 – 390 с.
11. Кузмина Е.Е. Планирование маркетинга: учеб. пособие /Е.Е. Кузьмина, 2007. – 367 с.
12. Шаповалов В. А. Управление маркетингом и маркетинговый анализ: учеб. пособие/ В.А. Шаповалов, 2008
13. Ковалев В.В. Финансы предприятия: учебник/ Ковалев В.В., 2003. – 352 с.

**15 тақырып. Кәсіпорынды бюджеттеу**

1. Бюджеттеу қаржылық жоспарлаудың түрі ретінде

2. Кәсіпорынның бюджеті, оның түрлері

3. Қолма-қол ақша бюджетін жоспарлау

Бюджеттеу деп сыртқы және ішкі параметрлердің өзгеру болжамдарын кешенді талдауға және кәсіпорын қызметінің экономикалық және қаржылық индикаторларын есептеу арқылы алуға негізделген ұйымның барлық бөлімшелері немесе функциялары бойынша үйлестірілген жұмыс жоспарын, сондай-ақ туындайтын проблемаларды шешуді және берілген мақсаттарға қол жеткізуді қамтамасыз ететін жедел-тактикалық басқару тетігін жасау технологиясын түсіну керек.

Кәсіпорын бюджетін есептеуді ұйымдастыру үшін барлық деректер жиынтығын бизнес-болжамдарға бөлу орынды, олар кәсіпорынның болашақ кезеңдегі сыртқы және ішкі ортасының ерекшеліктерін көрсететін болжамды деректер массивін білдіреді; бизнес-болжамдар негізінде есептелетін және кәсіпорын қызметінің көрсеткіштер кешенін айқындауға арналған бизнес-тапсырмалар.

Тек бұл жағдайда ғана кәсіпорынның бюджетін қалыптастыру процесінде жүзеге асырылатын есеп айырысулар өткізу, өндірістік, жабдықтау құрамдастарының ерекшелігін толық көлемде ескеруге және нәтижесінде кәсіпорынға қажетті ақша қаражатының сомасын, сондай-ақ осы қаражаттың түсу көздерін (меншікті, кредиттік, бюджеттік немесе инвестордың қаражаты) уақтылы айқындауға мүмкіндік береді. Өнеркәсіптегі қаржы циклінің (айналым капиталының айналым айналымының) негізгі ерекшелігі өндіріс сатысының болуы (материалдық ресурстардың дайын өнімге ауысуы) болып табылады. Бұл экономиканың басқа салаларымен салыстырғанда өнеркәсіптік компания үшін шығындарды жоспарлау жүйесін қиындатады. Банк саласында және саудада қосылған құнның көп бөлігі-бұл бизнесті қолдаудың жалпы шарттарымен (офистік үй-жайдың, персоналдың және т.б. болуы) айқындалатын операциялық шығындар. Бұл ретте осы салалар компанияларының негізгі міндеті "шығыс" және "кіріс" құн ағындарының айырмашылығы, яғни маржа (саудадағы тауарлардың сатып алу және сату құнының айырмашылығы, не банк саласындағы қаржы ресурстарын тарту және орналастыру айырмасы болсын) операциялық шығындарды жабу. Операциялық шығындарды оңтайландыру жалпы ерекшеліктерде жұмсалған ресурстарды "кіріс" тауар немесе қаржы ағындарын қайта бөлетін делдал рөлін орындауға барынша аз шығындалады.

Бюджеттік процестің "Шығыс" нәтижелері жиынтық қаржылық есептіліктің жоспарлы нысандары болып табылады:

– қаржылық нәтижелер (кірістер мен шығындар) туралы есеп-операциялық бюджеттің "шығыс" нысаны;

– ақша қаражатының қозғалысы туралы және қаржылық жай-күйінің өзгеруі туралы есептер-қаржы бюджетінің "шығыс" нысандары;

- инвестициялар туралы есеп-инвестициялық бюджеттің" шығыс " нысаны;

- баланс - кәсіпорынның жиынтық бюджетін құрайтын барлық үш негізгі бюджеттердің нәтижелерін біріктіретін интегралдық "шығу" нысаны.

 **2. Кәсіпорынның бюджеті, оның түрлері**

Осы деректердің негізінде бюджеттердің мынадай түрлері әзірленеді:

- сату бюджеті-өнім түрлері бойынша және тұтастай алғанда компания бойынша бюджеттік кезең ішінде заттай және құндық көрсеткіштерде айлық және тоқсандық сату көлемін көрсетеді;

- өндірістік бюджет - өнім түрлері бойынша және тұтастай алғанда компания бойынша бюджет кезеңінің басына және соңына дайын өнім қорларын ескере отырып, заттай көрсеткіштерде ай сайынғы және тоқсан сайынғы өндіріс (шығару) көлемін көрсетеді;

- дайын өнім қорының бюджеті (осы бюджет өндіріс бюджетімен біріктірілуі, оның құрамына кіруі мүмкін) - өнімнің түрлері бойынша қорлар туралы, тұтастай алғанда компания бойынша және заттай және құндық көрсеткіштердегі жеке бизнес бойынша ақпаратты қамтиды;

- тікелей материалдық шығындар бюджеті (негізгі материалдар мен тауар-материалдық құндылықтар қорлары) - өнімнің түрлері бойынша дайын өнімнің бірлігіне есептелген шикізат пен материалдардың, сатып алынатын бұйымдар мен жинақтаушылардың шығындары туралы және тұтастай алғанда компания бойынша заттай және құндық көрсеткіштерде ақпарат, сондай-ақ бюджеттік кезеңнің басындағы құндық негізгі материалдардың қорлары туралы ақпарат болады.;

- еңбектің тікелей шығындарының бюджеті-өнімнің түрлері бойынша дайын өнімнің бірлігіне есептелген бюджеттік кезең ішінде негізгі өндірістік персоналдың жалақысына және тұтастай алғанда компания бойынша заттай және құндық көрсеткіштерде, яғни адам-сағаттарда жұмыс уақытының шығындарын және тарифтік ставкаларды ескере отырып, шығындарды көрсетеді;

– тікелей өндірістік (операциялық) шығындардың бюджеті – тікелей (ауыспалы) шығындар санатына жатқызылуы мүмкін өндірістік (операциялық – сауда фирмалары мен қызмет көрсету саласының кәсіпорындары үшін) шығыстардың неғұрлым дәл есебі талап етілетін кезде жасалуы мүмкін;

– жалпы өндірістік үстеме шығыстар бюджеті – осы бизнесте (цехта, құрылымдық бөлімшеде) тікелей жұмыс істейтін әкімшілік-басқару, инженерлік-техникалық және қосалқы персоналдың еңбекақысына арналған шығыстарды, жалдау төлемдерін, коммуналдық және іссапар шығыстарын, ағымдағы жөндеуге арналған шығындарды, арзан құнды және тез тозатын құрал-саймандардың құнын және бюджеттік кезең ішінде осы бизнестің жұмыс істеуіне байланысты басқа да шығындарды (негізінен, жалпы цехтық шығыстар) көрсетеді;

– басқару шығыстарының бюджеті-кәсіпорынның немесе фирманың басқару аппаратындағы әкімшілік-басқару, инженерлік-техникалық және қосалқы персоналдың жалақысына, жалдау төлемдеріне, коммуналдық және іссапар шығыстарына, ағымдағы жөндеуге арналған шығындарға, арзан бағалы және тез тозатын құрал-саймандардың құнына және бюджеттік кезең ішіндегі басқа да (негізінен жалпы ұйымдастыру) шығыстарға арналған шығындар туралы ақпаратты қамтиды;

– коммерциялық шығыстар бюджеті-жарнамаға, комиссиялық өткізу делдалдарына, көлік қызметтеріне және кәсіпорынның немесе фирманың өнімдерін сату жөніндегі өзге де шығыстарды көрсетеді;

- үстеме шығыстар бюджеті-кәсіпорынның өзге шығыстары туралы, мысалы амортизация, кредит үшін пайыздарды төлеу және бюджеттік кезең ішіндегі басқа да жалпы зауыттық шығыстар туралы ақпаратты қамтиды.

3. **Қолма-қол ақша бюджетін жоспарлау**

Ақша қаражатының ағынының болжамын жасау үшін қаржы менеджері бухгалтерлік есептің деректерін - пайда мен шығындар туралы есепті және бухгалтерлік балансты пайдаланады.

 Ақша ағындарының болжамын дайындау көрсетілген уақытта қол жетімді жеткілікті қаржы ресурстарын анықтаудан басталады, өйткені, егер оны іске асыру үшін ақша жоқ болса, қандай да бір жоспарлар құрудың мағынасы жоқ. Бастапқы балансқа түсімдерді қосып, қолда бар ақшаның жалпы санына шығамыз. Осыдан кейін шығындарды шегеріп, талдау басталатын қорытынды балансты аламыз.

 Талдау кезінде жеке элементтерді ("айнымалылар") алу және олардың жылдың қорытынды нәтижелеріне қандай әсер ететінін тексеру қажет. Мұндай жұмыс "сезімталдықты талдау" деп аталады.

 Жағдайды модельдеу және кейіннен оңтайлы нұсқаларды таңдау үшін әдетте компьютерлік техника қолданылады. Үлгілер кестелер, графиктер және әртүрлі диаграммалар түрінде бейнеленуі мүмкін.

 Қолма - қол ақшаны басқару кезінде пайдаланылатын негізгі үлгі -шикізатты сатып алу үшін кәсіпорынның қолма-қол ақшаны бөлу күні мен өнімді өткізу үшін қолма-қол ақшаны алу күні арасындағы күндердегі мерзімді көрсететін конверсия циклдарының үлгісі. Үлгіні анықтау кезінде келесі позицияларды таңдау:

 1. Қорларды конверсиялау кезеңі-сатып алынған материалдардан дайын өнімді өндіру және осы өнімді сату үшін қажетті уақыттың орташа кезеңі. Конверсия кезеңі қорлардың шамасын күніне сату шамасына бөлу жолымен есептеледі.

 2. Тиесілі сомаларды (дебиторлық берешекті) инкассациялау кезеңі - бұл кәсіпорынға тиесілі соманы ақша қаражатына айырбастау үшін қажетті орташа уақыт кезеңі, басқаша айтқанда - сатудан кейін ақша қаражатын инкассациялау. Дебиторлық берешектің 1 күн үшін сату көлеміне қатынасы ретінде есептеледі.

3. Кредиторлық берешекті кейінге қалдыру кезеңі-материалдар мен жұмыс күшін сатып алу және олар үшін ақша қаражатын төлеу сәтінің арасындағы орташа уақыт аралығы.

 4. Қолма - қол ақшаны айырбастау циклы-алдыңғы үш кезеңдердің негізінде конверсия күндерінің санын анықтайды және кәсіпорынның ресурстарды (шикізат пен жұмыс күшін) сатып алуға нақты ақшалай шығындары мен дайын өнімді сатудан түскен түсімдер арасындағы уақыт кезеңін теңдестіреді (яғни еңбекақы мен материалдарды төлеу мен тиесілі сомаларды инкассациялау арасындағы уақыт кезеңі).

**Негізгі әдебиет**

1. Стратегическое планирование: Учебник/Под ред. Уткина З.А., 2015 г.

2 Ковалева А.М. Финансы фирмы. Учебник для вузов/Ковалева А.М., Лапуста М.Г., Скамай Л.Г., 2016 г.

3 Грузинов В.П., Грибов В.Д. Экономика предприятий: Учебное пособие для вузов, 2016 г.

4 Прокопчук Л.О. Козырев А.А. Стратегическое планирование: Конспект лекций, 2014 г.

5 Бухалков, М. И. Планирование на предприятии:учебник для студвузов, обучающихся по эконом. спец./М. И. Бухалков.-3-е изд.-М.:Инфра-М,2016.-416 с.-(Высшее образование),

6. Фартхутдинов Г.А. Производственный менеджмент: учебник/ Р.А. Фатхутдинов, 2016

7. Экономика предприятия /Под ред. В.Я Горфинкеля, В.А. Швандера, 2003. – 431 с.

8. Лапуста М.Г. Финансы фирмы: учеб. пособие / М.Г. Лапуста, 2015. – 264с

9. Концепция контролинга: управленческий учет, система отчетности, бюджетирование. пер. с нем., 2015 – 268

10. Насырова Г.Т. Экономика предприятия: учеб. пособие/ Г.А. Насырова, 2005 – 121 с.

11. Экономика предприятия: учеб. для вузов: Пер. с нем./ ред Беа Ф.К., ред. Дихта Э., 2016. – 928 с

12. Жалимбетова Р.Б. Организационно-экономические основы предпринимательства в системе обеспечения конкурентоспособной экономики: учеб. пособие/ Р.Б. Жалимбетова. – Алматы: Жетi Жаргы, 2011 – 279 с.

**Қосымша әдебиеттер**

1. Аникеев С. Методика разработки плана маркетинга. – М.: Информ-студио, 2017 – 128с.
2. Швандер В.А., Базилевич В.И. Управление инвестиционными проектами. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014 - 208 с
3. Коссов В.В. Бизнес-план. Обоснование решений. 2-е изд. испр. и доп. – М.:ГУВШЭ, 2017- 272 с.
4. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. – СПб: Питер, 2016– 400с
5. Жилкина А.Н. Финансовое планирование на предприятии. – М.: Благовест, 2018 – 248с
6. Экономика отрасли: Торговля и общественное питание: учеб. пособие для студ. образоват. учреждения среда проф. образов./ Е.А. Корпенко, 2016. – 221 с.
7. Сабден О. Логистика (экономика и управления): Учебник/ О. Сабден, Ж. Раимбеков, 2016 – 910 с.
8. Ковалев В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник/В.В. Ковалев. – М.: Проспект, 2016 – 421 с.
9. Елиазаров Ю.Ф. Экономика организации: Учебник/ Ю.Ф. Елизарова, 2015 – 495 с.
10. Чечевицин Л.Н. Экономика фирмы: учебное пособие для магистрантов/ Л.Н. Чечевицын, 2016 – 390 с.
11. Кузмина Е.Е. Планирование маркетинга: учеб. пособие /Е.Е. Кузьмина, 2007. – 367 с.
12. Шаповалов В. А. Управление маркетингом и маркетинговый анализ: учеб. пособие/ В.А. Шаповалов, 2008
13. Ковалев В.В. Финансы предприятия: учебник/ Ковалев В.В., 2003. – 352 с.