

Тема 1.6. Формы общественной организации производства: концентрация, специализация, кооперирование и комбинирование.

1. Концентрация производства: сущность, формы, эффективность.
2. Специализация производства: сущность, формы, эффективность.
3. Кооперирование производства: сущность, формы, эффективность.
4. Комбинирование производства. Сущность, формы, эффективность.

Концентрация производства – сосредоточение, скопление, насыщенность, объединение в бизнесе означает сосредоточение производства товаров или услуг на крупных и крупнейших предприятиях на основе увеличения капитала в результате роста капитализации доходов предпринимательской деятельности, либо объединение капитала двух и более предпринимателей.

Концентрация производства **позволяет применять высокоэффективные технологии**, инструмент и оборудование, специализированные и специальные технологические машины, **современные методы организации производства**, комплексно использовать сырье и материалы, **оптимизировать число управленческих работников**, а также реализовывать крупные проекты по совершенствованию и модернизации выпускаемой продукции.

Факторы концентрации производства:

- рост потребности в определенных видах продукции;
- научно-технического прогресса в отрасли, открывающего возможность повышения качества продукции и снижения ее цены.

В условиях роста конкуренции, международной интеграции и глобализации мировой экономики предприниматель располагает следующими способами достигать позитивных экономических результатов:

- самостоятельное или совместное продуцирования конкурентных преимуществ и их эффективной реализации;
- достижение доминирующего положения на соответствующем рынке товаров и услуг.

Оба способа инициируют рост концентрации бизнеса на рынке.

Абсолютная концентрация – проявляется в укрупнении размеров предприятий.

Показатели :

- объем выпуска продукции;
- среднегодовая стоимость основных производственных фондов;
- среднесписочная численность работающих и др.

Относительная концентрация – в распределении общего объема производства отраслей экономики между предприятиями разного размера.

Показатели :

- доля отдельного предприятия в выпуске какой-либо продукции в объеме ее выпуска в целом по отрасли;
- доля предприятия на рынке продаж и др.

Формы концентрации производства:

- увеличение мощности универсальных предприятий;
- концентрация специализированного производства;
- концентрация комбинированных производств;
- кооперирование.

Способы концентрации:

- собственная концентрация (рост промышленности за счет капитализации доходов, создание новых крупных предприятий и реконструкцию, и расширение действующих);
- объединение.

Виды собственной концентрации:

Агрегатная концентрация – увеличение единичной мощности оборудования, т.е. рост максимальной для данного уровня развития техники производительности машин и агрегатов.

Агрегатная концентрация базируется на основе научно-технического процесса, развивается преимущественно интенсивным путем на основе инноваций.

Технологическая концентрация - выражает укрупнение цехов, участков и других подразделений в составе предприятий, достигаемое как за счет качественного совершенствования техники (т.е. агрегатной концентрации), так и путем увеличения количества однотипного оборудования.

Виды собственной концентрации:

Фирменная концентрация - осуществляется за счет технологической концентрации объединений предприятий в одно без существенных изменений в технике и организации производства.

Правовая концентрация - осуществляется на основе использования правовых институтов в процессе увеличения рыночного влияния предприятия на соответствующем рынке товаров и услуг. На практике это проявляется в создании крупных корпораций (холдингов, финансово-промышленных групп, консорциумов и т.д.).

Направления увеличения масштабов производства в процессе объединения предприятий:

- горизонтальная интеграция – слияние двух или более предприятий, занятых в одной сфере производства;
- вертикальная интеграция – комбинация разноотраслевых предприятий, производство которых связано одной технологической целью;
- комбинация разноотраслевых предприятий, технологически не связанных между собой.

Показатели уровня концентрации производства:

- объем выпущенной продукции за год, приходящийся в среднем на одно предприятие;
- удельный вес продукции крупных предприятий в общем объеме производства валовой продукции;
- удельный вес численности персонала или работников крупных предприятий в общей их численности;
- удельный вес ресурсов сосредоточенных на крупных предприятиях;
- удельный вес числа крупных предприятий в общей численности в целом;
- удельный вес потребления ресурсов крупными предприятиями в общем их потреблении отраслью промышленности.

Экономический эффект концентрации заключается в создании предпосылок для сокращения транзакционных издержек, улучшении технико-экономических показателей изготавливаемой продукции в результате увеличения размеров производства и предприятий.

Основной критерий концентрации – удельный вес товаров, услуг предприятия на товарном рынке.

- **Предельное значение для предприятий, которые производят товары и услуги для реализации непосредственным потребителям:**
для одного предприятия – 30 %, два предприятия – 54 %, три предприятия – 78 %, четыре – 95 %.
- **Предельное значение для предприятий, которые производят продукцию или услуги производственно-технического назначения:**
одно предприятие – 45 %, два предприятия – 67 %, три предприятия – 86 % и четыре предприятия – 100 %.

Оценка состояния концентрации на товарных рынках:

CR 3 – доля на товарном рынке или в отрасли трех крупнейших предприятий (показывает влияние крупных компаний на состояние рынка)

Индекс Герфиндаля Гиршмана K_r , рассчитывается как сумма квадратов долей всех действующих на рынке (в отрасли) предприятий:

$$K_r = \sum_{i=1}^n x_i^2,$$

где n – число предприятий, действующих на рынке (в отрасли);

x_i^2 – доля i -го предприятия (%) в объеме реализованной продукции на рынке (в отрасли).

Оценка состояния концентрации на товарных рынках:

Величина K_r варьируется в пределах от 0 (полная деконцентрация) до 10 000 (абсолютная монополия).

1. Нормальная концентрация $CR3 < 45\%$; $K_r < 1000$ – неконцентрированный рынок.
2. Средняя степень концентрации $45 \% < CR3 < 70\%$;
 $1000 < K_r < 2000$ – умеренно концентрированный рынок.
3. Высокая степень концентрации $CR3 > 70\%$, $K_r > 2000$ – слабая конкурентная среда.

Коэффициент относительной концентрации

$$K_{ок} = \frac{25 + 3\beta}{\alpha},$$

где $K_{ок}$ – коэффициент, относительной концентрации производства;

β – доля крупнейших предприятий в общей сумме предприятий, выраженная в процентах;

α – доля продукции предприятий в общем объеме выпускаемой продукции, %.

Коэффициент относительной концентрации

- Если коэффициент относительной концентрации производства меньше или равен единице, то степень концентрации высокая.
- Если же коэффициент больше единицы, то высокая концентрация в отрасли отсутствует.
- О воздействии крупнейших предприятий на рынок можно говорить тогда, когда их производство составляет 25 % от общего объема выпуска данной продукции.
- При коэффициенте $K_{ок} = 1$ между и существует линейная зависимость: 1/30 часть предприятий выпускает 30 %, а 1/10 часть – 50 %.

Годовые объемы валовой, товарной, реализуемой продукции.

- При оценке концентрации в отрасли рассматриваются предприятия, производящие один и тот же продукт, поскольку именно тогда коэффициент относительной концентрации будет отражать ситуацию на рынке, а не соотношение крупных и мелких предприятий.
- Учитывая, что такая дифференциация предприятий по ассортименту выпускаемой продукции в ряде отраслей трудно выполнима, к значениям коэффициента следует относиться взвешенно.

Дополнительные коэффициенты, где вместо оценки концентрации в отрасли по доле реализации продукции используется доля основных производственных фондов или доля рабочей силы, занятой на крупнейших предприятиях.

Определяется минимально возможный коэффициент, поскольку могут иметь место такие варианты, при которых крупнейшие предприятия не имеют необходимой доли, но вместе с другими предприятиями у них коэффициент становится не выше единицы.

Группировка предприятий по среднегодовой стоимости основных производственных фондов (используется для характеристики распределения предприятий по крупным и мелким).

По результатам анализа количественных и качественных показателей, характеризующих структуру товарного рынка, устанавливается его принадлежность к высоко-, средне- и низкоконтцентрированному рынку, оцениваются наличие и степень развитости конкуренции.

2. Специализация производства: сущность, формы, эффективность.

Специализация производства - выражается в том, что каждое производство ограничивается изготовлением определённого вида конструктивной и технологически однородной продукции.

Однородность производственной продукции обеспечивается:

технологической схожестью продукции, предназначенной к непосредственному использованию потребителем;

изготовлением отдельных узлов, блоков и деталей сложной продукции;

выполнением отдельных, обособленных стадий технологического процесса;

оказанием услуг вспомогательных производств.

Преимущества специализации:

повышает производительность труда;

сокращает длительность производственного цикла изготовления деталей, их качество;

ускоряет оборачиваемость оборотных средств предприятия, снижает себестоимость продукции;

повышает рентабельность производства.

Специализация предприятия с позиции макроэкономики представляет собой форму разделения рынка товаров, услуг между субъектами бизнеса, при которой рост концентрации однородного производства осуществляется на основе дифференциации предпринимательской деятельности, с целью повышения эффективности использования их конкурентных преимуществ и ресурсов.

На уровне отдельного предприятия специализацию можно интерпретировать как процесс принятия решений по сосредоточению его экономической деятельности на производстве и реализации товаров, выполнении услуг, обеспечивающих достижение наибольшего уровня ее доходности.

Эффективность специализации может быть фактором более рационального использования ресурсов, оптимального сочетания технологических, технических аспектов той или иной экономической деятельности, максимального использования существующих налоговых льгот и других мер государственного регулирования предпринимательской деятельности.

Диверсификация производства – одна из самых сложных современных форм развития специализации предприятий. Она означает одновременное развитие не связанных друг с другом видов производства, расширение номенклатуры и ассортимента производимой продукции в рамках одной компании, концерна, предприятия.

Диверсификация выражает процесс расширения активности предприятия, которая использует собственные накопления не только для поддержания и развития основного бизнеса, но и направления их на освоение новых видов продукции, создание новых производств и оказание всевозможных услуг.

Диверсифицированным считается предприятие, когда более 30 % объема продаж приходится на товары и услуги, не связанные с основной деятельностью предприятия.

Диверсификация производства способствует:

- большей конкурентоспособности в условиях рынка;
- более полному насыщению рынка необходимыми товарами и услугами;
- осуществлению антимонопольной политики.

Типы специализации предприятий:

1. Территориальная специализация развивается под влиянием комплекса особенностей, присущих тому или иному региону (природных, климатических, исторических и т.д.).

Территориальная специализация предприятий может быть классифицирована на региональную, национальную и транснациональную. В территориальном аспекте предприятие может специализироваться на производстве товаров, услуг для удовлетворения потребностей региона, страны, поставок на экспорт. И, как следствие, предприятия могут быть отнесены к предприятиям муниципального, национального, транснационального уровня. С переходом экономики на рыночные отношения территориальная специализация обуславливается, в основном, экономическими факторами.

Типы специализации предприятий:

2. Организационно-технологическая специализация предприятия осуществляется по следующим направлениям:

- производство однородной продукции (услуг);
- выпуск деталей, узлов, комплектующих изделий;
- выполнение отдельных технических, технологических операций производственного процесса;
- организация технологического взаимодействия между предприятиями и их подразделениями.

Формы организационно-технологической специализации предприятий:

Предметная специализация – это производство на предприятии готовой для реализации продукции или ее ограниченного ассортимента. Наиболее широкое распространение данная форма специализации получила в сырьевых отраслях, отраслях перерабатывающей промышленности и т.д.

Поэлементная специализация заключается в изготовлении отдельных элементов, деталей или узлов на различных предприятиях и сборке их на головном предприятии. Эта форма присуща в большей мере машиностроительным отраслям.

Формы организационно-технологической специализации предприятий:

Технологическая (стадийная) специализация

основывается на выделении технологических, стадий производства на отдельных предприятиях. Позволяет более рационально размещать предприятия по отношению к сырьевой базе, к потребителю.

Межфирменная специализация характеризует процесс формирования технологических, экономических взаимоотношений между отдельными предприятиями, направлениями на увеличение производства однородной продукции (услуг) с целью повышения ее конкурентоспособности. Позволяет более эффективно реализовывать сравнительные конкурентные преимущества предприятий, достижения НТП, объединять ресурсы и т.д.

Формы организационно-технологической специализации предприятий:

Внутрифирменная (внутрихозяйственная) специализация – это процесс сосредоточения ресурсов экономической деятельности внутри предприятия: специализация цехов, участков, бригад, подразделений, филиалов, дочерних предприятий и т. д.

Все выше указанные формы специализации предприятий экономически и технологически взаимосвязаны. Развитие каждой из них одновременно обуславливает наличие предыдущей и наоборот, их комплексное развитие является условием повышения эффективности предприятия.

Показатели специализации:

Коэффициент сосредоточения бизнеса (K):

$$K = \frac{\sum_{i=1}^n Q_i}{\sum_{i=1}^n Q_i \cdot x_i}, \quad K = \frac{1}{\sum_{i=1}^n U_i \cdot x_i},$$

где K – обобщающий уровень специализации;

i – порядковый (ранговый) номер товарной продукции (услуги);

Q_i – объем i-й товарной продукции (услуги);

U_i – удельный вес i-й отрасли в структуре общего объема продаж товарной продукции (услуги);

n – количество товарных отраслей.

Коэффициент специализации (позволяет более полно учитывать степень развития производства той или иной продукции (услуги) на предприятии):

$$K_c = \frac{\sum_{i=1}^n Q_i}{n \sum_{i=1}^n Q_i \times (2i-1)},$$

$$K_c = \frac{1}{n \sum_{i=1}^n U_i \times (2i-1)},$$

Значение коэффициента до 0,2 характеризует низкий уровень специализации; 0,2–0,4 – средний; 0,4–0,6 – высокий и более 0,6 – глубокую специализацию предприятия.

отношение издержек производства той или иной продукции (услуги) к общей их сумме.

Исходя из совокупности удельных весов каждой товарной продукции (услуги) в структуре издержек, поскольку уровень специализации предприятия зависит от ассортимента производимой продукции и их долей в структуре затрат

$$a = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n U_i^2}{n}}$$

где U – коэффициент специализации;

U_i – удельный вес продукции (услуги) в структуре затрат, %;

i – индекс продукции (услуги) из n ассортимента продукции (услуги).

Предприятия классифицируются по уровню специализации:

узкоспециализированные – удельный вес того или иного вида экономической деятельности (производство товаров, выполнение услуг и т.д.) в общем объеме доходов занимает 75–100 %;

средний уровень специализации предприятия определяется удельным весом 50–75 %;

мультиспециализированные – удельный вес любого вида экономической деятельности предприятия в общем объеме его доходов составляет 50–25 %, то такой вид специализации называется.

предприятия, у которого значение данного показателя составляет менее 25 %, относят к предприятиям с *неустойчивой специализацией* (универсальным).

Индекс специализации:

$$I_c = \frac{J_n}{J_p} \cdot \frac{J_{n_1}}{J_{p_1}}$$

где I_c – индекс специализации;

J_{n_2} , J_{n_1} – стоимость конкурентоспособной продукции соответственно в базовый и отчетный периоды;

J_{p_2} , J_{p_1} – общая стоимость товарной продукции соответственно в базовый и отчетный периоды.

- Определение уровня и происходящих сдвигов в специализации предприятия позволяет выявить влияние ее на экономическую эффективность его функционирования.
- Поскольку углубление специализации являются одним из многих факторов, определяющих результативность бизнеса, ее следует определять не одним показателем, а системой.
- Обоснованность и достоверность расчетов в этом случае зависит от того, насколько полно и достоверно учитываются другие факторы и методы учета влияния их на результаты бизнеса.

Кооперирование производства – представляет собой длительные производственные связи между предприятиями по совместному изготовлению продукции.

Кооперирование может быть отраслевым, региональным или международным. Критериями выбора вида кооперирования служат качество и цена поставляемой продукции, имидж, надежность и миссия поставщика, качество сервиса, оказываемого поставщиком, затраты на эксплуатацию продукции поставщика.

Кооперирование производства – представляет собой длительные производственные связи между предприятиями по совместному изготовлению продукции.

Кооперирование может быть отраслевым, региональным или международным. Критериями выбора вида кооперирования служат качество и цена поставляемой продукции, имидж, надежность и миссия поставщика, качество сервиса, оказываемого поставщиком, затраты на эксплуатацию продукции поставщика.

Уровень кооперации производства характеризуют:

- коэффициент кооперирования, определяемый делением стоимости комплектующих и покупных изделий, полуфабрикатов, поступающих от заводов-поставщиков, кооперирующихся с данным предприятием, на себестоимость товарной продукции;
- количество предприятий, кооперирующихся с данным предприятием;
- число заказов, выполняемых в порядке кооперирования для других предприятий.

Кооперация считается оправданной, если она подтверждается технологической и экономической целесообразностью.

Показатели оценки уровня кооперирования:

- удельный вес кооперированных поставок в себестоимости готовых изделий;
- количество предприятий, кооперирующихся с данным предприятием;
- удельный вес, в общем объёме кооперации, поставок по внутрирайонному и межрайонному кооперированию.

Экономическая эффективность кооперирования достигается улучшением показателей работы предприятий за счёт прекращения производства на них небольших партий деталей и узлов и передачи их изготовления на специализированные предприятия.

Кооперативное предприятие представляет собой коммерческую организационно-правовую структуру, позволяющую в рамках существующего законодательства реализовать цели и задачи кооперативного объединения и кооперативного общества.

В Гражданском кодексе Республики Беларусь понятие "производственный кооператив" в большей степени соответствует термину "кооперативное предприятие".

Тенденция предприятий объединяться обусловлена тем, что крупные рынки имеют больше конкурентных преимуществ в условиях более жесткой конкуренции.

Продавцы одинаковой продукции реагируют на это путем горизонтальных объединений потому, что они могут рассчитывать на низкие производственные издержки благодаря крупносерийному производству или специализации предприятий, являющихся частью этих объединений.

Кооперация обеспечивает решение следующих задач:

наращивание конкурентных преимуществ посредством применения прорывных технологий и объединения инновационных усилий;

преодоление барьеров для вхождения на зарубежные рынки;

полное использование налоговых и других преимуществ непрямой государственной поддержки.

В Беларуси процессы концентрации предприятий подлежат законодательному регулированию и прямому государственному контролю.

предварительное согласование предприятиями партнерами в договорном порядке условий совместной деятельности;

- координация экономической деятельности предприятий партнеров в определенной взаимосогласованной сфере сотрудничества;
- наличие совместного капитала;
- закрепление в договорном порядке в качестве главных объектов кооперирования определенных видов бизнеса;
- распределение между партнерами заданий в рамках согласованной программы, закрепление за ними производственной специализации, исходя из основных целей кооперационных соглашений;
- непосредственная связь осуществляемых услуг партнерами взаимных или односторонних поставок товаров в рамках кооперирования, выполнения других видов деятельности.

• односторонние поставки предприятиями совместных

Виды кооперирования производства:

по территориальному признаку:

- внутрирайонное кооперирование (в одном экономическом районе);
- межрайонная;

по характеру использования производственной базы:

- кооперирование на базе специализации;
- кооперирование на базе свободных производственных мощностей;

Виды кооперирования производства:

- *по видам:*
- экономическая кооперация;
- инвестиционная кооперация;
- производственное кооперирование;
- научно-техническое кооперирование;
- кооперирование в области проектирования и строительства объектов;
- кооперирование в сфере сбыта;
- кооперационное сотрудничество в других областях экономической деятельности;

Виды кооперирования производства:

по стадиям:

инвестиционная;
производственная;
коммерческая;
финансовая;

по использованным методам:

выполнение совместных программ;
договорная кооперация;
создание совместных предприятий;

по структуре связей: внутри - и межфирменная;
внутри - и межотраслевая; горизонтальная;
вертикальная и смешанная;

по числу субъектов (сторон): двух- и многосторонняя;
по числу объектов: одно- и многопредметная.

Организационные формы кооперации предприятий:

Холдинг – холдинг-компания (корпорация) – головное предприятие, управляющее деятельностью или контролирующее деятельность других предприятий, компаний.

В зарубежной практике холдинговая компания занимает ведущее положение благодаря обладанию пакетом акций контролируемых предприятий, фирм. При этом сама холдинговая компания может не владеть собственным производственным потенциалом и не заниматься производственной деятельностью.

Организационные формы кооперации предприятий:

Корпорация – форма организации предпринимательской деятельности, предусматривающая долевую собственность, юридический статус и сосредоточение функций управления в руках верхнего эшелона профессиональных управляющих (менеджеров), работающих по найму.

Организационные формы кооперации предприятий:

Франчайзинг (объединение) – смешанная форма крупного и мелкого предпринимательства, при которой *крупные корпорации, "родительские" компании (франчайзеры)* заключают договор с мелкими фирмами, "дочерними" компаниями, бизнесменами (франчайзи) на право, привилегию действовать от имени франчайзера. Мелкая фирма обязана осуществлять свой бизнес только в форме, предписанной большой фирмой, в течение определенного времени и в определенном месте. Франчайзер обязуется снабжать франчайзи товарами, технологией, оказывать всяческое содействие в бизнесе.

Основным экономическим инструментом реализации франчайзинга выступает франшиза.

Промышленное сотрудничество может включать:

- предоставление лицензий;
- создание предприятий или производственных линий;
- развитие новых видов технологий и предоставление информации, относящейся к этим видам технологий;
- производство, маркетинг, совместные проекты.

- поставка комплексных предприятий и оборудования с последующей оплатой их стоимости продукцией, которую предстоит изготовить на их основе;
- предоставление лицензии и (или) производственного опыта, а также знаний с последующей оплатой их стоимости поставками продукции, полученной с их использованием;
- подряд;
- совместное производство, включая научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР);
- совместные предприятия;
- совместные проекты;

Транснациональная кооперация – основанное на договоре (соглашении) долговременное добровольное сотрудничество между юридически и экономически самостоятельными предприятиями, которые размещены в разных странах, для достижения общей цели путем сознательного согласованного поведения партнеров, число которых не ограничивается.

Формы подобного предпринимательского сотрудничества в первую очередь определяются родственностью производственной деятельности предприятий и технологических процессов, которые на них осуществляются, наличием или отсутствием механизма акционерного соучредительства.

Дополнительные формы кооперации:

- лицензионный договор на использование авторского права, товарного знака, ноу-хау, патента;
- совместное производство (когда продукт или отдельные его части изготавливаются одним из иностранных партнеров);
- контракт-менеджмент (когда одно из кооперированных предприятий предоставляет партнерам достижения в сфере развития персонала).

Для обеспечения экономической безопасности при кооперации необходимо соблюдать следующие принципы:

- равноправный и долговременный характер отношений между партнерами по сотрудничеству;
- экономически обоснованное распределение рисков и дохода между участниками кооперирования;
- совместная заинтересованность партнеров в достижении конечных результатов сотрудничества.

Интеграция (лат. integratio – восстановление, восполнение, объединение в неразрывно связанное, единое целое каких-либо частей, элементов) – представляет собой процесс взаимного приспособления, расширения экономического, технологического, технического сотрудничества, объединения двух и более предприятий, выражающийся в создании определенной единой организационно-правовой, технической структуры с целью сокращения трансакционных издержек, достижение синергетического эффекта от совместной экономической деятельности.

Все большее распространение получает горизонтальная и вертикальная (или комбинированная) интеграция.

Формы вертикальной интеграции:

Концерн – крупная многоотраслевая корпорация, объединяющая несколько последовательных, взаимосвязанных производств различных отраслей.

Концерн является горизонтальным, вертикальным или диверсификационным объединением предприятий, которые сохраняют свою юридическую самостоятельность, но финансовый контроль и определенные функции по снабжению, производству и маркетингу предприятия находятся под единым управлением.

Интеграция предприятий обеспечивает следующие преимущества:

научно-технические – приоритетное использование научно-технической продукции, оказание консультаций и интеллектуальной помощи производителям по собственным и другим разработкам;

производственные – возможность централизации функций технического оснащения, оказание производственной помощи, увеличение капитальных вложений в техническое перевооружение и реорганизацию, повышение квалификационного уровня через систему обучения концерна;

Интеграция предприятий обеспечивает следующие преимущества:

финансовые – аккумулярование на центральном счете отчислений для совместной деятельности и оказание помощи в научно-производственном и социальном развитии, внутренние налоговые, кредитные льготы, внедрение прогрессивных форм организации и оплаты труда;

социальные – развитие единой социальной базы концерна, высокие темпы и объемы строительства жилья и социальных объемов для каждого предприятия, комплексная программа социальной защиты в условиях перехода к рынку.

юридических лиц (участников группы), которые выполняют следующие условия:

- одному участнику группы (головной организации) принадлежит в имущество каждого из иных участников группы или другие допускаемые законодательством права таким образом, что эта доля или эти права обеспечивают головной организации возможность принятия или отклонения решений в высшем органе каждого иного участника группы;
- один участник группы (доверительный управляющий) осуществляет доверительное управление имуществом иных участников группы (вверителей) на основании договора доверительного управления имуществом;
- каждый участник группы входит в состав высшего органа управления иных участников группы, но не может единолично обеспечить принятие или отклонение решений этого органа;

Формы вертикальной интеграции:

Хозяйственная группа *не является юридическим лицом.*

Статус юридического лица могут иметь организации и учреждения, создаваемые участниками группы для координации их предпринимательской деятельности.

Хозяйственные группы подлежат регистрации Министерством экономики. Хозяйственная группа считается существующей и приобретает соответствующие правомочия и льготы с момента регистрации. Хозяйственные группы с участием юридических лиц создаются с согласия президента Республики Беларусь.

Формы вертикальной интеграции:

Финансово-промышленная группа (ФПГ) – это объединение юридических лиц (участников групп), осуществляющих экономическую деятельность на основе договора о создании финансово-промышленной группы. Финансово-промышленная группа не является юридическим лицом.

Участниками финансово-промышленной группы признаются юридические лица любых организационно-правовых форм и форм собственности – резиденты и нерезиденты Республики Беларусь, подписавшие договор о создании финансово-промышленной группы, и учрежденная ими центральная компания, которую все участники ФПГ создают в форме акционерного общества для координации своей экономической деятельности и ведения дел ФПГ.

Формы вертикальной интеграции

Предпосылки создания ФПГ:

- потребность в создании новой системы инвестирования;
- наличие финансовой инвестиционной стагнации в сфере научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ;
- необходимость укрепления и обновления сложившихся технологических цепочек и кооперированных;
- сложность выхода отечественных предприятий на внешний рынок.

Высший орган управления ФПГ – совет управляющих, который включает представителей всех ее участников.

Позитивные результаты интеграции:

- разработка общей экономической стратегии и политики;
- взаимная ответственность и доверие;
- сбытовая, ценовая и маркетинговая политика;
- объединения юридически самостоятельных субъектов бизнеса, консолидация капиталов;
- повышение устойчивости функционирования, связанное с концентрацией ресурсов;
- возможность диверсификации производства;
- общее налоговое планирование;
- совместное проведение научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ.

- ## **Возможные негативные результаты интеграции:**
- монопольное положение на рынке либо на его отдельных сегментах;
 - проблемы с определением доли капитала участников в корпоративной структуре;
 - излишняя диверсификация, приводящая к увеличению затрат и не способствующая росту конкурентоспособности.

Комбинирование производства – форма концентрации производства, основанная на объединении предприятий различных отраслей, либо представляющих собой последовательные ступени обработки сырья, либо играющих вспомогательную роль одна по отношению к другой.

Комбинирование производства заключается в технологическом сочетании взаимосвязанных, но разнородных производств одной или различных отраслей промышленности в рамках одного предприятия, комбинатов.

Признаки комбинирования производства:

- объединение разнородных процессов;
- пропорциональность между ними;
- технологического-экономического единство между этими производствами;
- производственное единство, заключающееся в том, что все части комбината располагаются на одной территории и связаны между собой общими коммуникациями;
- единое энергетическое хозяйство и общие вспомогательные и обслуживающие производства.

Формы комбинирования производства:

- 1) последовательная переработка сырья вплоть до получения готовой продукции;
- 2) изготовление отходов производства для выработки видов продукции;
- 3) комплексная переработка сырья (выработка из одного вида сырья различных видов продукции)

Существует типы вертикального, горизонтального и смешанного комбинирования.

Вертикальное - когда осуществляется последовательная переработка сырья в полуфабрикаты или готовые изделия.

Горизонтальное - из одного вида сырья последовательно перерабатывая его, получают основные полуфабрикаты (готовую продукцию, а из образовавшихся отходов — побочные полуфабрикаты или готовую продукцию).

Показатели уровня комбинирования:

- удельный вес продукции (в действующих ценах, выпускаемый комбинатом в общем объёме выпуска продукции) отраслью;
- удельный вес сырья и полуфабрикатов, которые перерабатываются в последующий продукт на месте их получения в общем количестве тех же видов сырья и полуфабрикатов, произведённых на комбинате;
- доля побочной продукции, полученной в результате комбинирования в общем объёме выпускаемой продукции;

Показатели уровня комбинирования:

- количество рабочих, занятых на комбинированных производствах в отрасли;
- доля основных средств, находящихся в комбинированных производствах в общей стоимости средств в отрасли;
- количество сырья, перерабатываемых в комбинированных производствах;
- количество продуктов, получаемое из перерабатываемого на комбинате сырья и их стоимость;
- процент извлечения полезных компонентов из сырья, применяемого на комбинате (17 % сахара из свеклы).

Экономическая **эффективность**
комбинирования обусловлена рациональным
использованием инвестированного капитала
(основные и оборотные средства), рабочей силы и
предметов труда.

Интегрированному использованию орудий труда в комбинированных производствах способствуют:

высокий уровень непрерывности производственных процессов;

использование части оборудования на комбинатах для производства нескольких видов продуктов;

рациональное использование предметов труда за счёт комплексного использования сырья, а также переработки отходов производства;

рациональное использование живого труда (рост производительности труда);

труда в комбинированных производствах способствуют:

возможность сокращать удельные капитальные вложения в общекомбинатские вспомогательные производства и обслуживающие хозяйства;

снижение себестоимости продукции;

ускорение оборачиваемости оборотных средств;

более рациональное размещение предприятий промышленности;

охрана окружающей среды.

Оптимальным является тот вариант комбинирования, при котором осуществлённые затраты в результате комбинирования

предполагать предварительную оценку следующих требований рынка:

наличие реального рынка сбыта тех товаров (услуг), которые планируется производить;
наиболее вероятную их цену;
географию рынка сбыта и его емкость;
процент покупателей, которые могут стать потенциальными клиентами;
инфраструктуру рынка того или иного товара (услуги) и т. д.

- Поскольку углубление специализации является одним из многих факторов, определяющих результативность бизнеса, ее следует определять не одним показателем, а системой.
- Обоснованность и достоверность расчетов в этом случае зависит от того, насколько полно и достоверно учитываются другие факторы и методы учета влияния их на результаты бизнеса

В настоящее время существует три способа создания предприятия:

начать с нуля (самому открыть свое предприятие, подготовив необходимые для регистрации документы и сформировав требуемый уставный фонд);

купить действующие предприятия;
купить франшизу.

- уровня и происходящих сдвигов в специализации предприятия позволяет выявить влияние ее на экономическую эффективность его функционирования.
- Поскольку углубление специализации является одним из многих факторов, определяющих результативность бизнеса, ее следует определять не одним показателем, а системой.
- Обоснованность и достоверность расчетов в этом случае зависит от того, насколько полно и достоверно учитываются другие факторы и методы учета влияния их на результаты бизнеса.

С нуля начинают, как правило, те, кто имеет практический опыт работы в схожем небольшом предприятии. Большинство людей, когда выбирают вид бизнеса, стремятся или использовать имеющиеся навыки, или подыскивают и устраиваются на работу в такое предприятие, где можно легко приобрести необходимый опыт и соответствующую квалификацию. Например, специализированные продовольственные магазины и кафе быстрого обслуживания требуют особой квалификации, магазинами модной одежды, товарами повседневного спроса можно успешно управлять на основе общей подготовки.

Приобретение успешно работающего предприятия относится к дорогостоящим мероприятиям, однако считается проектом менее рисковым. Действующий бизнес уже имеет свою нишу с налаженными устойчивыми связями с поставщиками, потребителями, кредитно-финансовыми учреждениями. Он располагает своей долей на рынке, которая позволяет ему эффективно функционировать и развиваться. Кроме того, продаваемое предприятие, как правило, укомплектовано профессиональными рабочими и служащими, которые и составляют основной ресурс любого бизнеса.

После получения оценки активов продаваемого предприятия ее необходимо сопоставить с запрашиваемой ценой. Как правило, запрашиваемая цена превышает оценку покупателя стоимости активов предприятия. Это справедливо, так как продается не пустое помещение, а функционирующий бизнес.

Справедливая цена неизбежно будет компромиссом между оценкой стоимости предприятия покупателем и запрашиваемой ценой. Компромисс будет

определяться одним или сочетанием следующих факторов: *балансовой стоимостью предприятия, эффективностью функционирования бизнеса, дополнительными затратами будущего владельца на ремонт, обновление и перепланировку помещения, ожидаемой рентабельностью бизнеса, оценкой делового потенциала фирмы, состоянием рынка недвижимости коммерческого назначения.*

Третий способ создания предприятия является покупка франшизы. Типичная франшиза представляет собой договор между продавцом и покупателем, т.е. договор, который позволяет покупателю (франчайзи) покупать товар или услугу продавца (франчайзера). Международная франшизная ассоциация дает следующее определение:

Франшиза представляет собой непрерывное взаимоотношение между франчайзером и франчайзи, при котором все знания, образ, успех, производственные и маркетинговые методы предоставляют франчайзи за встречное удовлетворение интересов.

предприятие. И именно в этом *главная привлекательность франчайзинга. Франчайзи не нужно создавать предприятие шаг за шагом, как должен это делать предприниматель, начинающий с нуля.*

За фиксированную плату франчайзи получает квалифицированную помощь по следующим направлениям:

- стратегия маркетинга с акцентом на рекламу;
- первоначальное обучение работников и подготовка в области управления;
- дизайн помещения и закупка оборудования;
- унифицированная политика и процедуры;
- централизованные закупки по пониженным ценам;
- постоянное консультирование по вопросам управления;
- выбор места и рекомендации по размещению предприятия;
- предоставление аренды;
- финансирование

Тема 5. «Труд и его эффективность».

1. Персонал организации (предприятия):
сущность, состав, структура.
2. Планирование численности работающих в организации.
3. Производительность труда как показатель,
методы измерения.
4. Резервы роста производительности труда.