

ТЕМА № 7
(одна
лекция – 2
часа)

РАЗМЕЩЕНИЕ И РАЗМЕРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

План лекции:

- 1. Принципы размещения предприятий
- 2. Факторы размещения предприятий
- 3. Факторы, влияющие на размеры предприятий
- 4. Обоснование масштабов деятельности организации

1. Принципы размещения предприятий

Цель предпринимательства и предприятия при организации бизнеса – получение и максимизация прибыли.

На успешность и прибыльность предприятия **влияют**:

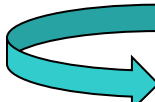
- **вид экономической деятельности (отрасль)**
- **состояние конкуренции на отраслевом рынке**
- **местоположение организации**
- **масштабы (размеры и объёмы) производства.**


1. Принципы размещения предприятий

Размещение предприятия или бизнеса

- это выбор его местоположения –
географического рынка.

- **Задача местоположения предприятия решается в двух аспектах: 1 -**


Намечается
**географический
регион,**
государство
или определённая
территория

2 -

Производится
**привязка внутри
выбранного
региона**
к конкретной
местности

1. Принципы размещения предприятий

Общие принципы размещения

- 1. Максимальное приближение производства к источникам сырья, энергии и районам потребления;
- 2. Рациональное территориальное разделение труда;
- 3. Учет международного разделения труда;
- 4. Учет обороноспособности страны;
- 5. Учет экономической безопасности государства;
- 6. Максимальное использование природных и трудовых ресурсов.

1. Принципы размещения предприятий

Исходные **принципы размещения**
предприятия:

1. **минимизация общих затрат** на производство и реализацию продукции
2. **характер выпускаемой продукции;**
3. **характер производственных процессов**
4. **характер потребления**

1. Принципы размещения предприятий

1 - минимизация производственно-
сбытовых издержек
для производственного или личного

2 → потребления, возможность и сроки
хранения,
транспортировки на значительные
расстояния, энерго-, трудо-,
ресурсоемкости

3 → экологичность, необходимость
специальных технологий, сырья,
источников электроэнергии и т.п.

4 → массовые или единичные продажи;
наличие одного крупного потребителя
или разветвлённая сеть мелких

1. Принципы размещения предприятий

Критерий выбора варианта размещения предприятия

- **минимум общих затрат за весь жизненный цикл предприятия (Т)** по соответствующему варианту на :
 - создание предприятия (капитальных вложений – КВ),
 - производство и реализацию продукции (себестоимость производства и реализации продукции – С)

1. Принципы размещения предприятий

Критерий:

$$Z_{ov} = \sum_i KB_{vi} + T \cdot \sum_j C_{vj} \rightarrow \min$$

- где Z_{ov} – общие затраты на создание и производственную эксплуатацию предприятия за весь его жизненный цикл по варианту размещения (в), р.;
- $\sum KB_{vi}$ – сумма капитальных вложений по варианту размещения, р. (i – вид KB);
- $\sum C_{vj}$ – полная себестоимость производства и реализации продукции по варианту размещения, р. (j – вид затрат)

1. Принципы размещения предприятий

При определении суммы капитальных (единовременных) вложений в их состав включают затраты (i), ($i = 1, 2, \dots, 5$):

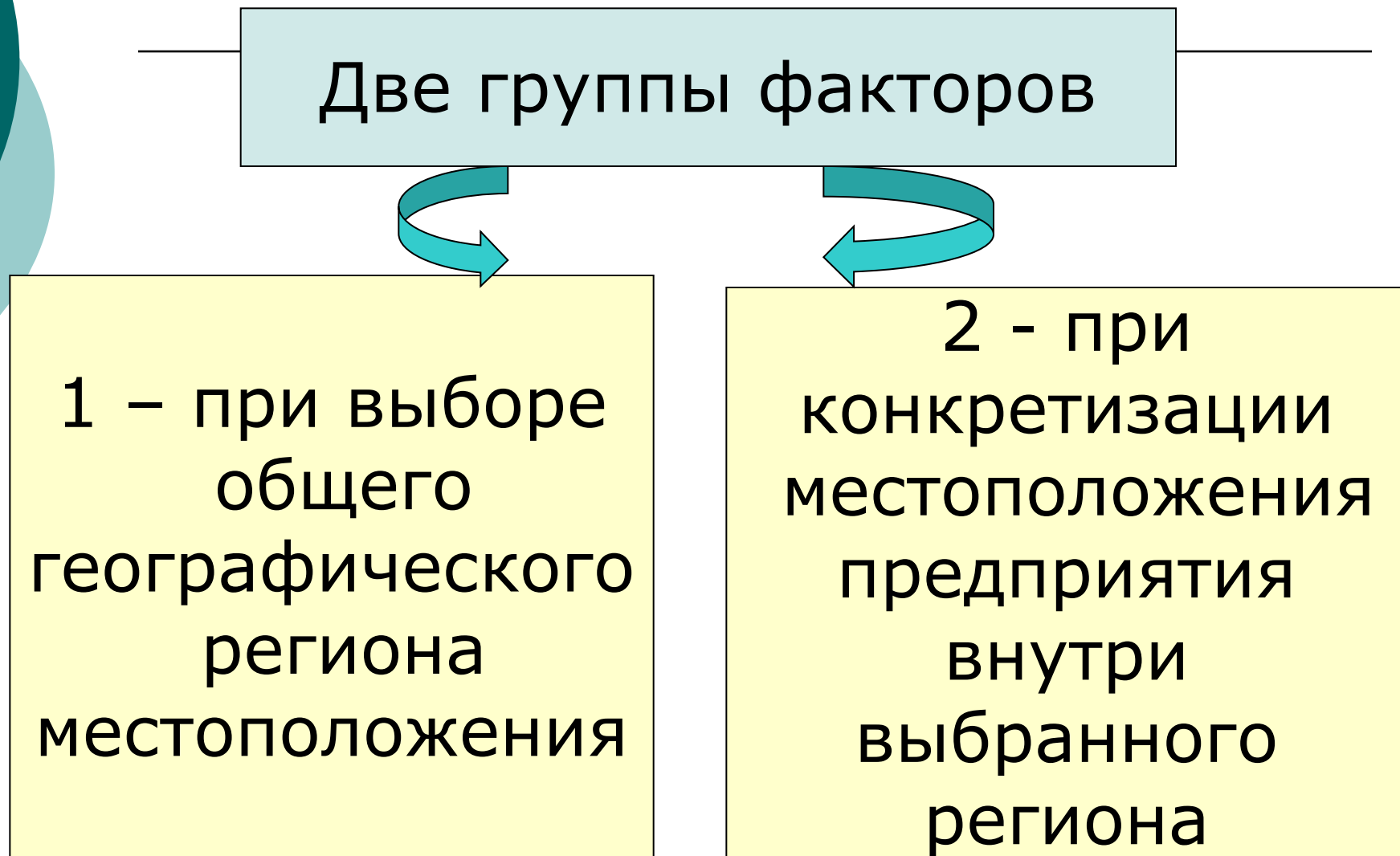
- 1 - на создание основных фондов,
- 2 - на пополнение оборотных средств,
- 3 - на развитие транспорта,
- 4 - на развитие социальной инфраструктуры,
- 5 - на развитие производств сопряжённых отраслей и др.

1. Принципы размещения предприятий

При расчете полной себестоимости производства и реализации продукции (текущих затрат) в их составе учитывают - j , ($j = 1, 2, 3, 4$):

- 1.- полные производственные затраты,
- 2.- затраты на транспортировку продукции к потребителям,
- 3.- сбытовые издержки
- 4.- и др.

2. Факторы размещения предприятий



2. Факторы размещения предприятий

Факторы выбора общего географического региона местоположения:

- а) возможность обеспечения созданного предприятия рабочей силой;
- б) возможности обеспечения организуемого производства сырьём и материалами;
- в) наличие транспортных возможностей;
- г) возможности обслуживания или условия обеспечения нормального производственного процесса;

2. Факторы размещения предприятий

- д) близость к рынку сбыта и географические границы рынка.;
- е) наличие и возможность получения правительственных льгот;
- ж) активность общественных движений и организаций на данной территории;
- з) перспективы развития региона, проводимая социальная государственная политика.

2. Факторы размещения предприятий

Факторы конкретизации

местоположения предприятия внутри выбранного региона:

1. возможность и стоимость приобретения или аренды **земельного участка,**
2. возможность получения **разрешения на строительство,**
3. **цены всех применяемых ресурсов** (рабочей силы, сырья, материалов, транспорта, услуг инфраструктуры).

3. Факторы, влияющие на размеры предприятий

При определении размеров предприятия и организации в целом руководствуются – **критерием:**

**экономия или минимизация
удельных затрат на
производство и реализацию
единицы продукции:**

Суд → min

3. Факторы, влияющие на размеры предприятий

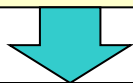
Анализируют и количественно оценивают различные факторы, определяющие величину затрат на производство и реализацию продукции:

- **объём производства продукции (работ, услуг);**
- **менеджмент и структура аппарата управления и самой организации;**
- **персонал предприятия его и заинтересованность в делах фирмы;**
- **применяемые формы маркетинга и рекламы;**
- **другие.**

3. Факторы, влияющие на размеры предприятий

При анализе факторов все затраты делят на две группы:

*1 -
производительные*

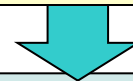


переменные



зависят от
объёмов
производимой
продукции

*2 - непроиз-
водительные*



***условно-
постоянные***



связаны с
функционированием
организации как
хозяйствующего
субъекта

3. Факторы, влияющие на размеры предприятий

1 - производительные –

непосредственно связаны с производством продукции (работ, услуг). Это стоимостные затраты ресурсов на выпуск определённой продукции :

- **рабочей силы (ЗП),**
- **материалов, сырья (МЗ),**
- **машин, оборудования (А)**

3. Факторы, влияющие на размеры предприятий

2 - непроизводительные –
включают в себя затраты на:

- управление,
- содержание офиса,
- рекламу,
- транзакционные издержки
- и др.

Эти затраты **от объёмов производства не зависят** и пока организация функционирует как хозяйствующий субъект, производя при этом продукцию или нет, – **УПР у неё всегда будут.**

4. Обоснование масштабов деятельности организации

Вновь создаваемые организации и вступающие на новые для них товарные рынки, должны определять **по каждому виду продукции** минимальные объёмы производства, обеспечивающие им безубыточность.

Для этого рассчитывают **точку безубыточности** (ТБУ) – минимальный объём производства продукции (**в натуральных единицах**), при котором организация обеспечивает себе «нулевую прибыль».

4. Обоснование масштабов деятельности организации

При достижении **ТОЧКИ**

безубыточности выручка от реализации произведённой продукции равна издержкам на её производство и сбыт:

$$ВР = С = И_{\text{пост}} + ОН * И1_{\text{перем}}$$

Рассчитывают **точку безубыточности (ОН)** по формуле:

$$ТБУ = И_{\text{пост}} / (Ц - И1_{\text{перем}})$$

4. Обоснование масштабов деятельности организации

где _____

Ипост - постоянные издержки на производство продукции (УПР), р.;

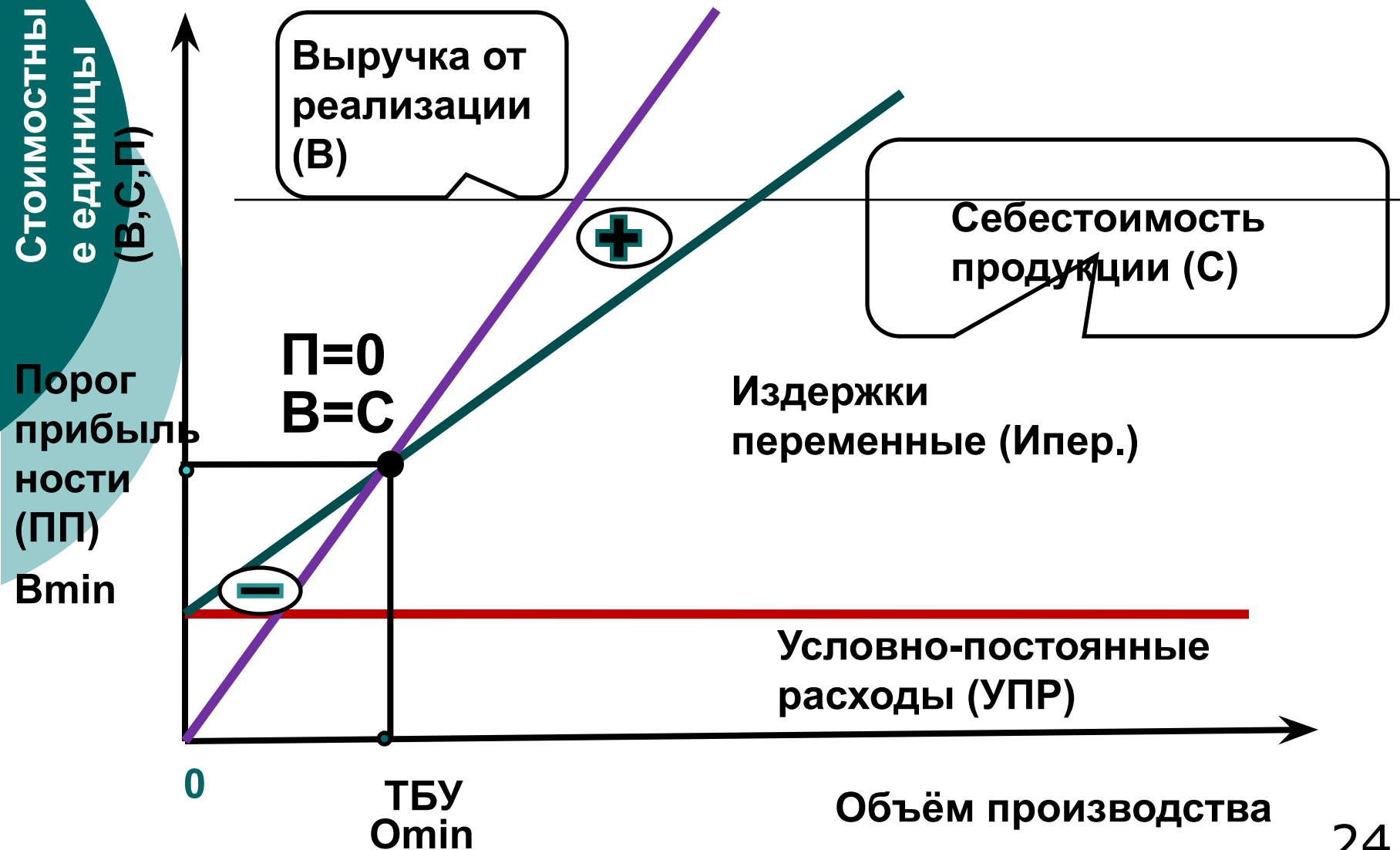
Ц - цена единицы продукции, р.;

И1перем - переменные издержки на производство единицы продукции, р.

Кроме ТБУ в качестве критической точки часто оценивают «**порог прибыльности**» или «**порог рентабельности**» - проекция точки нулевой прибыли на вертикальную ось:

$$\mathbf{ПП = ВР_{min} = ТБУ * Ц}$$

4. Обоснование масштабов деятельности организации



4. Обоснование масштабов деятельности организации

При обосновании масштабов деятельности оценивают также и такие показатели:

«**эффективный объем производства**» - объем, который обеспечивает заданную (плановую) величину прибыли

$$O_{эф} = (I_{пост} + П_{пл}) / (Ц - I_{1перем})$$

и «**запас финансовой прочности**» - разница между плановой выручкой и порогом прибыльности

$$Z_{фп} = ВР_{пл} - ПП$$