

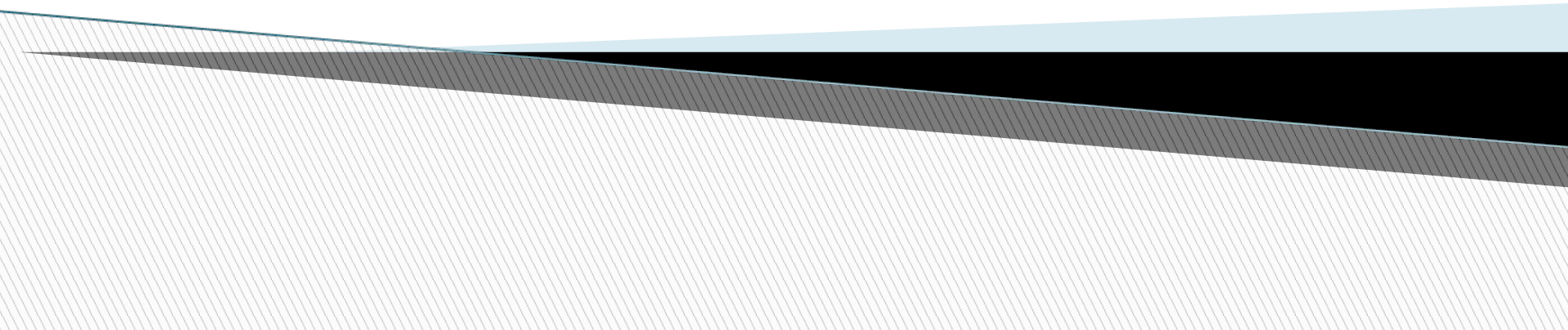
Экономика предприятия

К.э.н., ст.препод. Юсупова С.А.



Лекции №1

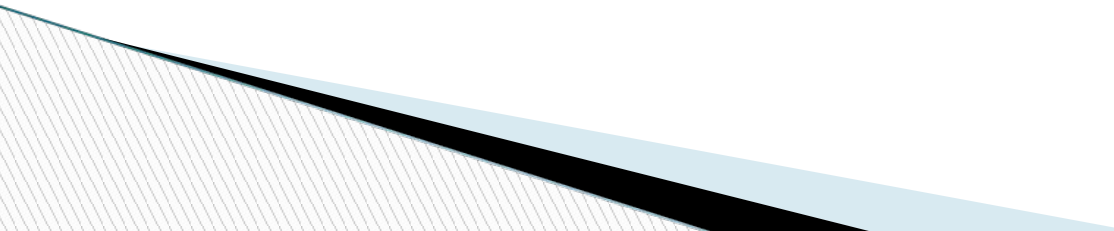
*Предприятие как объект
хозяйствования, основное
звено экономической системы*



Цель:

закрепление основных знаний по видам, сущности и содержанию предприятия, его основным целям и задачам в условиях рыночной экономики, определить причины банкротства предприятий и управление предприятием в условиях кризиса

Основные вопросы:

- ▣ Характерные черты, задачи и функции предприятия.*
 - ▣ Классификация предприятия.*
 - ▣ Предприятия с коллективной собственностью.*
 - ▣ Организационные формы объединений предприятий.*
 - ▣ Организационная и производственная структура предприятия.*
 - ▣ Антикризисное управление предприятием.*
- 

Основные понятия по теме

предприятие

*максимизация
прибыли*

*государственное
предприятие*

*хозяйственные
товарищества*

*акционерное
общество*

*общая структура
предприятия*

банкротство

*производственный
кооператив*

*производственная
структура
предприятия*

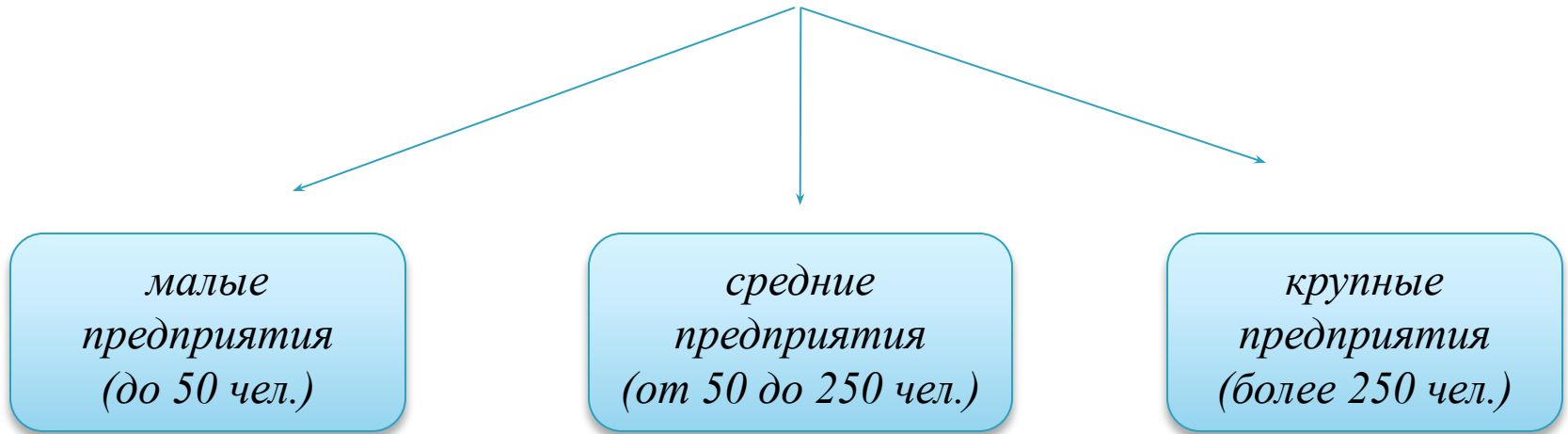
*структура
управления
предприятием*

Предприятие - самостоятельно хозяйствующий субъект, обладающий правами юридического лица, который, используя имущество, производит и реализует продукцию, выполняет работы, оказывает услуги.

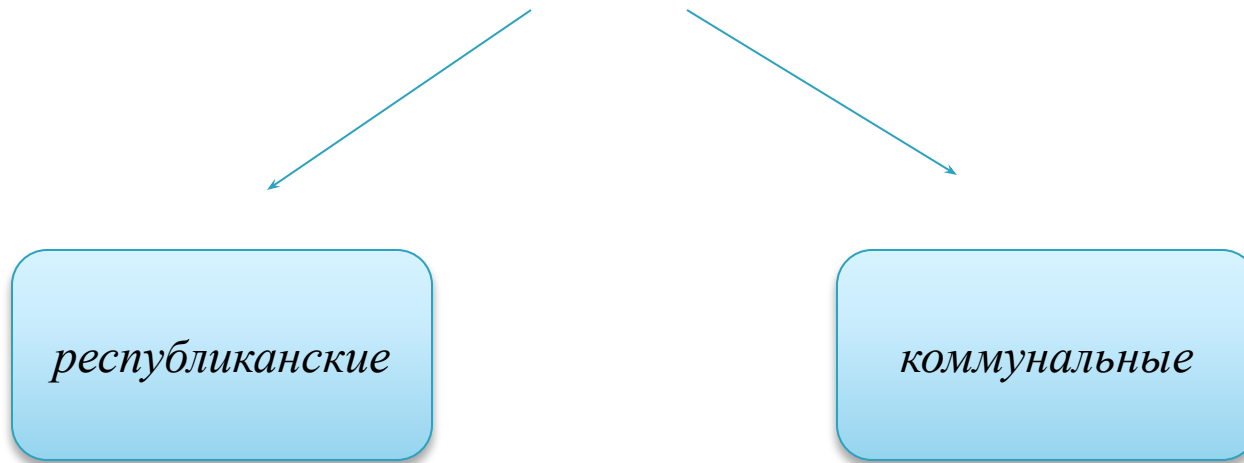
Характерные черты предприятия:

- организационное единство;*
- определенный комплекс средств производства;*
- обособленное имущество;*
- основано на административных формах управления;*
- выступает от собственного имени;*
- оперативно-хозяйственная и экономическая самостоятельность.*

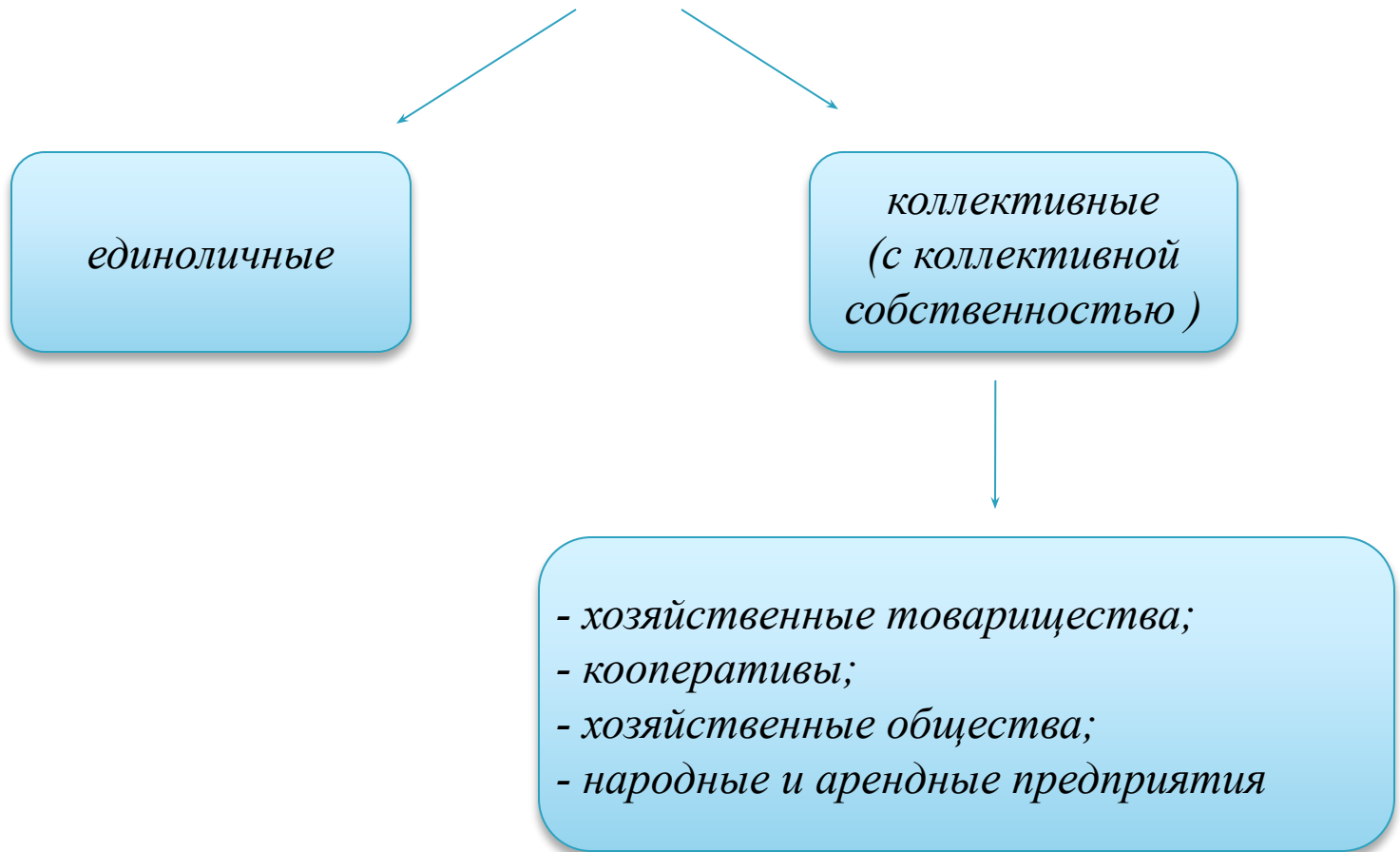
Виды предприятий в зависимости от численности



*Предприятия,
основанные на государственной собственности*



Частные предприятия



*хозяйственное
товарищество*



Наиболее простая форма предприятия с коллективной собственностью. Это предприятие, в котором имущество формируется за счет вкладов нескольких граждан или юридических лиц на основе договора между ними.



- полные;*
- коммандитные;*
- акционерно-коммандитные*

Хозяйственное товарищество

Преимущества:

- реальная заинтересованность в накоплении, обусловленная персонификацией собственности;
- Возможность привлечения капиталов других инвесторов для расширения и совершенствования;
- несложная структура и система управления;
- сосредоточенность управления среди действительных членов. Это свобода, самостоятельность и оперативность действий

Недостатки:

- нестабильность функционирования (выход одного члена сопровождается прекращением деятельности предприятия);
- отсутствие четкого, централизованного и профессионального управления;
- полная неограниченная ответственность. Исключение составляют товарищества с ограниченной ответственностью (ТОО), распространенные в Казахстане

Кооперативы

Кооперативы – действуют как хозяйственные товарищества, но не допускается участие юридических лиц. Один член кооператива имеет один голос, тогда как в товариществах при голосовании учитывается внесенный капитал. В кооперативах зарплата членов коллектива зависит только от трудового вклада.

Хозяйственные общества

Хозяйственные общества создаются юридическими лицами и гражданами с ограниченной ответственностью всех участников по обязательствам.

Характерные черты хозяйственных обществ:

- наличие уставного капитала, разделенные на паи, акции;*
- ограниченная ответственность;*
- взаимоотношения зависят от внесенного капитала;*
- объединение капиталов, но собственники не обязаны участвовать в деятельности общества.*

Акционерное общество

Преимущества:

- неограниченное количество финансовых ресурсов, т.к. открытая подписка;
- безвозвратность акции, отсюда жизнеспособность и динамизм АО;
- безвозвратный заем через акции выгоднее кредита;
- устойчивость т.к. выбытие членов не влечет закрытия АО;
- ограниченность риска размером вклада. Поэтому АО привлекательно для вложений капитала

Недостатки:

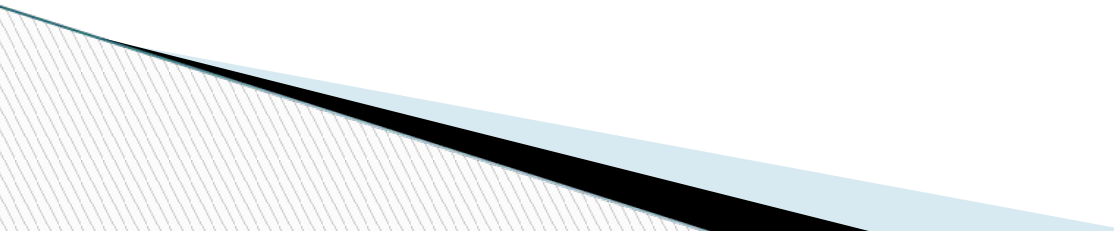
детальное и жесткое регулирование деятельности со стороны государства:
обязательное требование о закрытии информации, предоставление отчета государственным органам, обязательность подтверждения правильности годовой отчетности независимым аудитором

Объединение предприятий

Объединение предприятий может осуществляться в виде хозяйственных объединений и союзов (ассоциаций). Происходит координация активности при сохранении внутренней самостоятельности входящих предприятий. Объединения создаются для:

- а) совместного решения определенных задач или для достижения конкретных целей;*
- б) получения новых знаний и ноу-хау;*
- в) сохранения собственных ресурсов путем комбинирования их с ресурсами партнеров;*
- г) получения доступа к новым ресурсам.*

Принципы объединений:

- ▣ добровольность вхождения и выход по уставу;*
 - ▣ соблюдение антимонопольного законодательства;*
 - ▣ свобода выбора организационной формы объединения;*
 - ▣ отношения между участниками строятся по договору*
- 

Хозяйственные объединения

Хозяйственные объединения создаются для расширения возможностей производственного, научно-технического и социального развития. Типы хозяйственных объединений:

1. Хозяйственная ассоциация

2. Концерн

3. Конгломерат

4. Финансово-промышленная группы

5. Холдинговое объединение

6. Консорциум

7. Картель

8. Синдикат

9. Пул

10. Трест

Союз

Союз (ассоциация) – это нехозяйственное объединение предприятий с целью координации деятельности, защиты прав и представления общих интересов в соответствующих органах, создающееся по отраслевому или иному признаку.

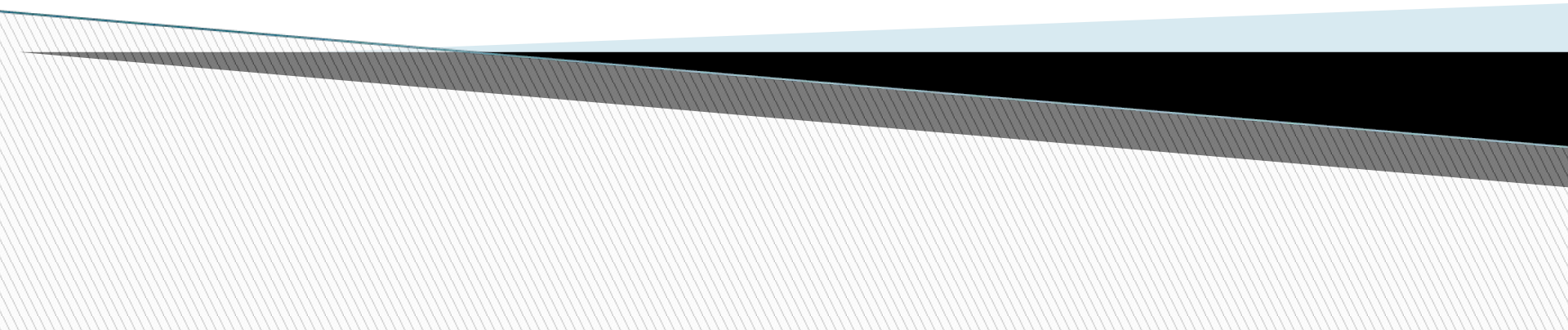
Выводы:

- Если экономика в целом представляет собой фундамент, на котором покоятся все без исключения компоненты системы жизнеобеспечения людей, то ее основным звеном, или ядром, нуждающимся в постоянном исследовании, является производство материальных благ, включая как предметы потребления, так и средства производства.*
- Важно учитывать при комплексном изучении деятельности предприятия, что эффективность функционирования предприятия во многом определяется его структурой – составом и соотношением его внутренних звеньев. В экономике выделяют три типа производственной структуры, а также несколько ее видов. Параметры производственной структуры зависят от номенклатуры и особенностей продукции, масштаба производства, уровня специализации и кооперирования*

Спасибо за внимание!



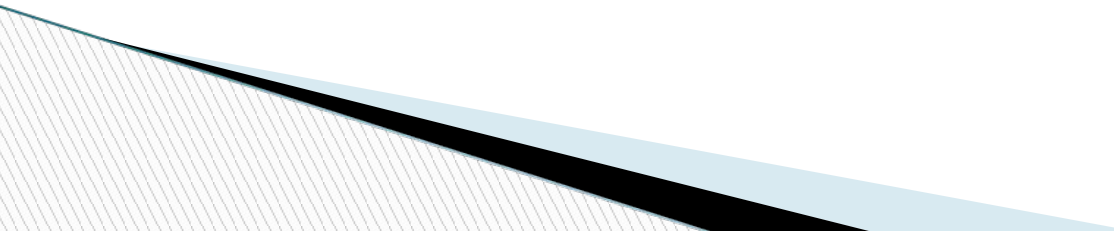
*лекция №2. Основной капитал
предприятия*




Цель лекции:

*раскрыть сущность основного капитала
предприятия, оценку его использования, способы
воспроизводства, пути его улучшенного использования*

вопросы:

- ▣ Экономическая сущность основных фондов (капитала), их состав и структура.*
 - ▣ Учет и оценка основного капитала.*
 - ▣ Формы воспроизводства и совершенствования основных фондов.*
 - ▣ Показатели использования основного капитала.*
- 

Основные понятия по теме:

- основные фонды*
 - первоначальная стоимость основных фондов*
 - ликвидационная стоимость основных фондов*
 - рыночная стоимость основных фондов*
 - амортизационный фонд*
 - воспроизводство основных фондов*
 - Фондоотдача*
 - механизация производства*
 - экстенсивный коэффициент использования основных фондов*
 - интенсивный коэффициент использования основных фондов*
- 

Средства труда, которые участвуют в процессе производства длительное время, сохраняя при этом свою натуральную форму, перенося свою стоимость на изготавливаемый продукт постепенно, по частям, по мере износа, называются основными фондами



- основные производственные;*
- основные непроизводственные*



в зависимости от того, участвуют или нет в процессе производства и, переносят или нет свою стоимость на готовый продукт

Основные фонды

```
graph TD; A([Основные фонды]) --> B([Активная часть]); A --> C([Пассивная часть]);
```

Активная часть

Пассивная часть

Учет и планирование основных фондов ведутся в натуральной и денежной формах.

Данные учета в натуральной форме используются для расчета производственных мощностей предприятия, планирование производственной программы, резервов роста выработки оборудования, составления баланса оборудования.

С этой целью ведутся инвентаризация и паспортизация оборудования, учет его выбытия и прибытия

виды оценки основных фондов:

Первоначальная стоимость

Восстановительная стоимость

Остаточная стоимость

Балансовая стоимость

Ликвидационная стоимость

Виды износа:

1. Физический износ проявляется в постепенной утрате основными фондами своей первоначальной потребительной стоимостью:

- в процессе эксплуатации (I форма);*
- при их бездействии - разрушений от внешних воздействий, атмосферного влияния, коррозии (II форма)*

2. Моральный износ-это уменьшение стоимости машин и оборудования по воздействию научно-технического прогресса. При этом:


- сокращаются затраты на их воспроизводства (I форма);*
- уменьшается стоимость фондов в результате внедрения новых, более прогрессивных и экономически эффективных машин и оборудования (II форма).*

Основным источником покрытия затрат, связанных с обновлением основных фондов являются собственные средства предприятия, которые накапливаются в течение всего срока службы основных фондов в виде амортизационных отчислений.

Величина амортизационных отчислений определяется:

- равномерным;*
- равномерно-ускоренным;*
- ускоренным методами.*

показатели использования основных фондов

- Показатели экстенсивного использования основных фондов, отражающие уровень использования их по времени;*
 - Показатели интенсивного использования основных фондов, отражающие уровень их использования по мощности (производительности);*
 - Показатели интегрального использования основных фондов, учитывающие совокупное влияние всех факторов (экстенсивных и интенсивных)*
- 

Производственная мощность предприятия

Производственная мощность предприятия – это максимально возможный выпуск продукции за единицу времени в натуральном выражении в установленных номенклатуре и ассортименте при полном использовании оборудования и площадей, с учетом применения передовой технологии, техники, улучшения организации производства и труда, обеспечения высокого качества продукции.

Основные элементы, определяющие величину производственной мощности предприятия

состав оборудования и его количество по видам

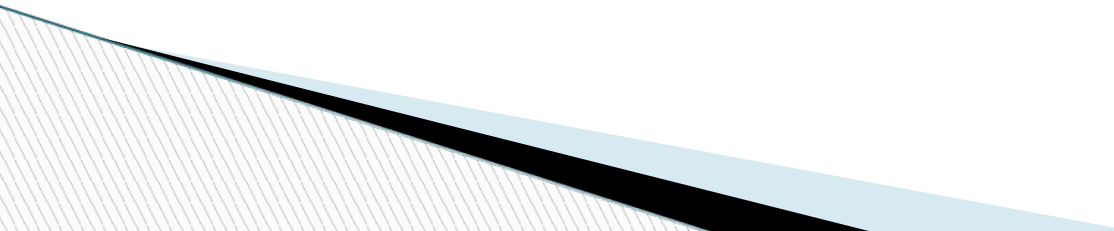
*технико-экономические показатели использования
оборудования*

фонд времени работы оборудования

*производственная площадь предприятия
(основных цехов)*

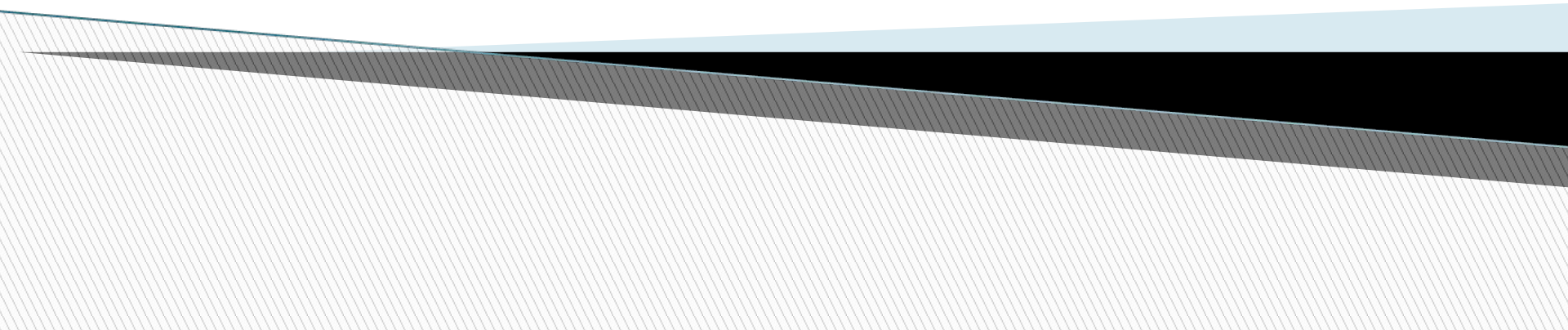
*намечаемые номенклатура и ассортимент продукции,
непосредственно влияющие на трудоемкость продукции
при данном составе оборудования*

выводы:

- Основные фонды с течением времени подвергаются физическому и моральному износу. Одна из важнейших задач предприятия - не допускать чрезмерного износа материально – технической базы*
 - Эффективность использования основного капитала предприятия можно определить, рассчитывая показатели использования основных фондов*
 - Анализ эффективности использования основных фондов на предприятии позволяет наметить пути улучшения их использования, реализация которых ведет к снижению затрат овецественного труда единицу продукции и росту эффективности производства*
- 

*Спасибо
за внимание!*

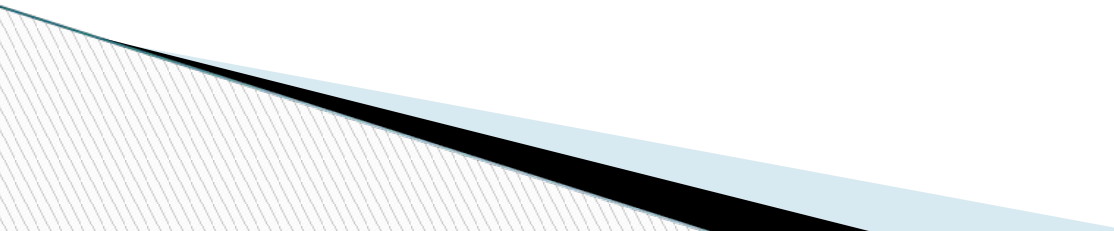
Лекция №3.
Оборотный капитал предприятия



Цель:

*раскрыть сущность,
классификацию оборотных
фондов, определить их
нормирование, показатели и
пути рационального
использования*

Основные вопросы:

- 1. Понятие и состав оборотных фондов (капитала) предприятия.*
 - 2. Оценка использования оборотных фондов в производстве.*
 - 3. Оборотные средства предприятия и их состав.*
 - 4. Нормирование оборотных средств.*
 - 5. Оборачиваемость оборотных средств и ее показатели.*
- 

Основные понятия по теме:

- оборотные фонды;*
- нормирование оборотных средств;*
- эффективность использования оборотных средств, фонды обращения;*
- готовая продукция;*
- средства в расчетах; структура оборотных средств;*
- собственные средства;*
- заемные средства;*
- коэффициент оборачиваемости оборотных средств;*
- коэффициент относительной материалоемкости*

К оборотным фондам предприятия относится часть средств производства (предметы труда), вещественные элементы которые в процессе труда расходуются в каждом производственном цикле, а их стоимость переносится на готовый продукт целиком и сразу.

Вещественные элементы оборотных фондов в процессе труда претерпевают изменения своей натуральной формы и физико-химических свойств.

Они теряют свою потребительную стоимость по мере их производственного потребления.

Новая потребительная стоимость возникает в виде выработанной из них продукции

*Оборотные фонды предприятия состоят
из двух частей:*

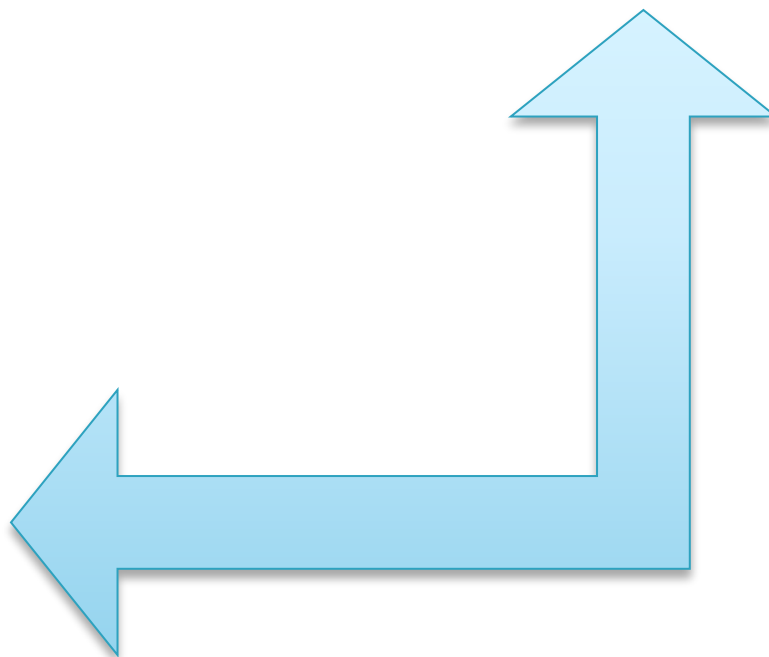
производственные запасы

*незавершенного производства и
полуфабрикатов собственного
изготовления*

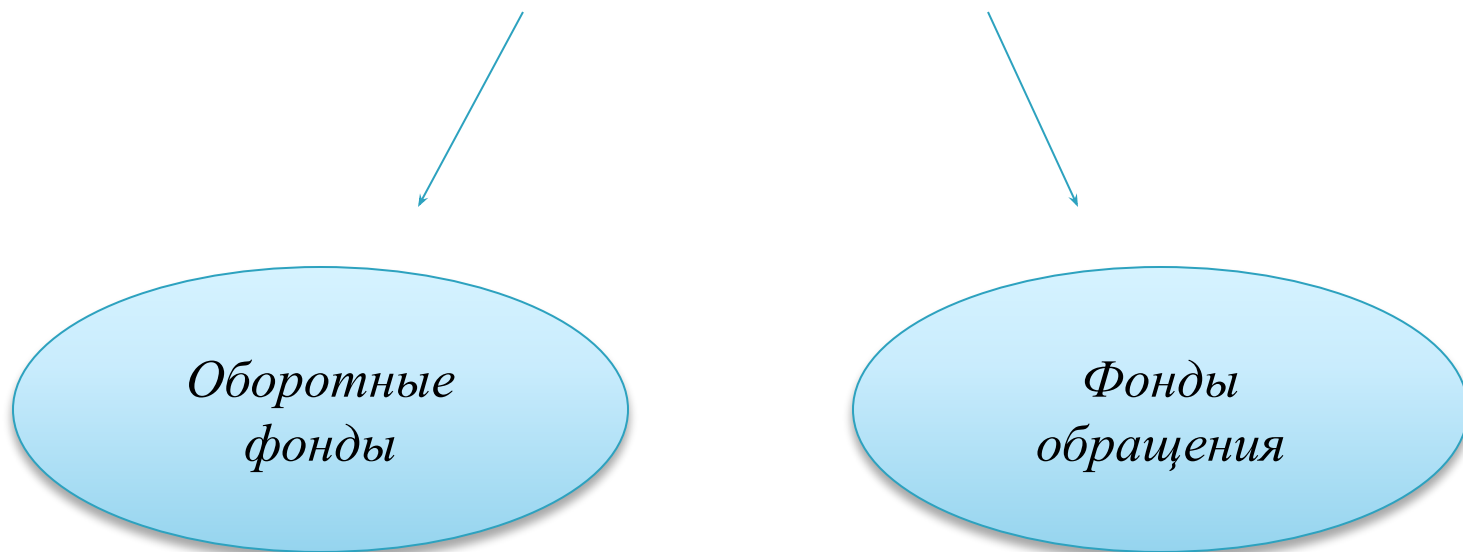
Оборотные фонды в своем движении также связаны с фондами обращения, обслуживающими сферу обращения

Оборотные фонды

Фонды обращения, обслуживающие сферу обращения



Оборотные средства делятся на:



Оборотные средства, обслуживающие процесс обращения продукции, представляют собой фонды обращения.

К ним относятся:

- готовая к реализации продукция, находящаяся на складах предприятия;*
- продукция отгруженная, но не оплаченная покупателями;*
- денежные средства предприятия на счетах и в кассе средства в расчетах (например, дебиторская задолженность), расходы будущих периодов.*

По источникам формирования оборотные средства делятся на:

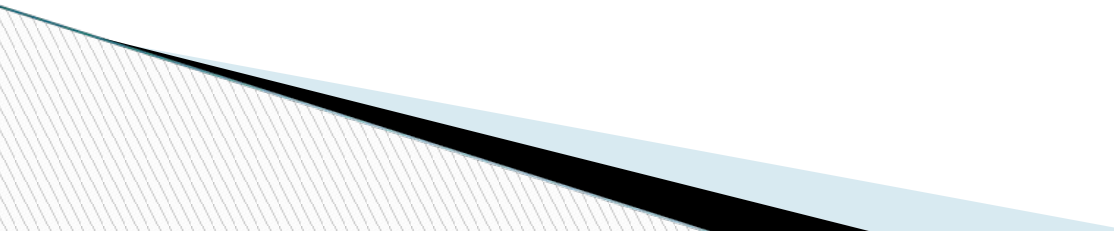
Собственные

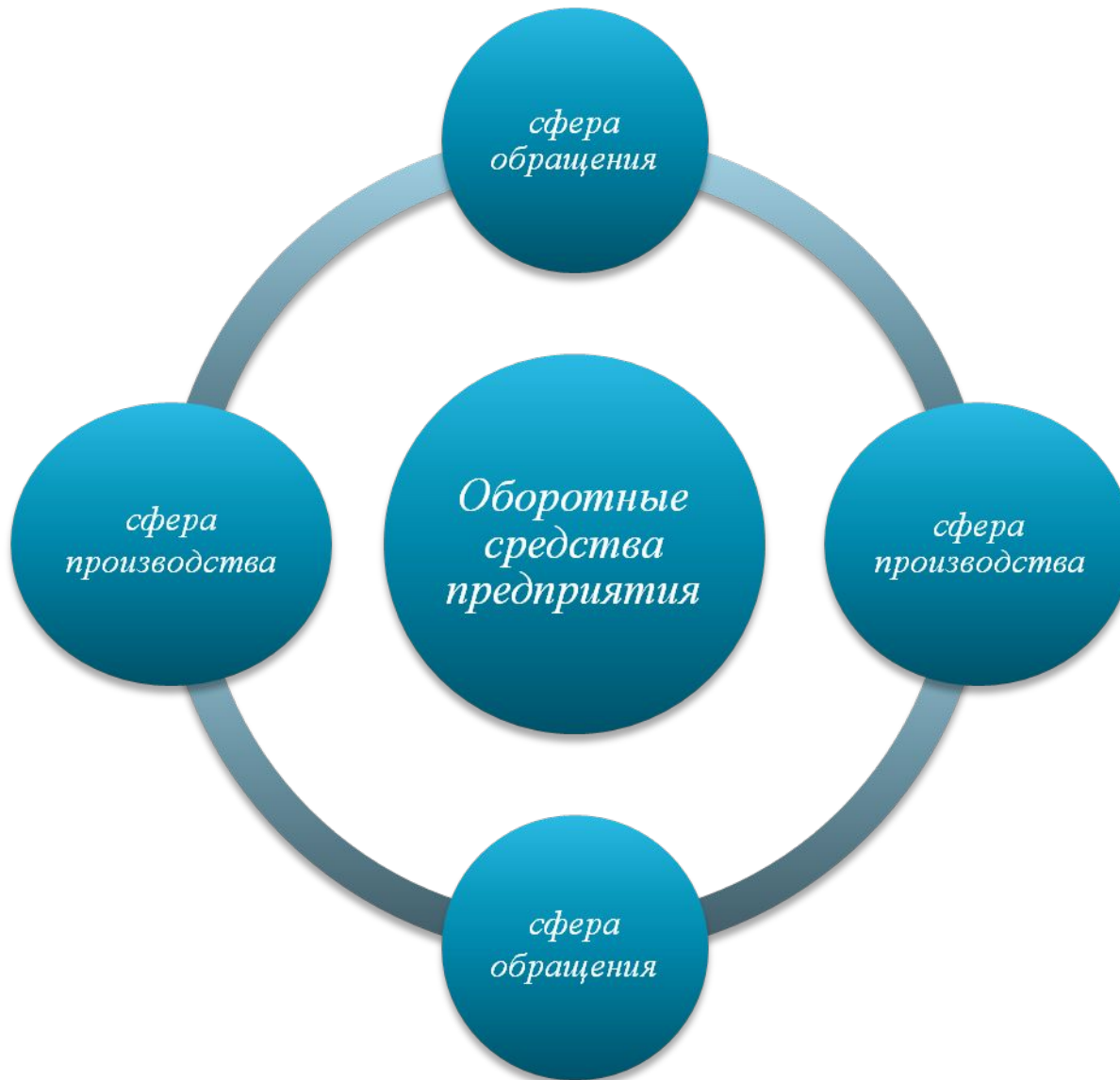
- Собственные оборотные средства – это средства, постоянно находящиеся в распоряжении предприятия и формируемые за счет собственных ресурсов (часть уставного фонда, прибыль и др.). В процессе движения собственные оборотные средства могут замещаться средствами, являющимся, по сути, частью собственных, но временно свободных. Эти средства называются приравненными к собственным или устойчивыми пассивами*

Заемные

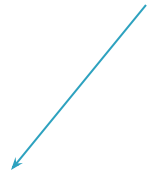
- Заемные оборотные средства – кредиты банка, кредиторская задолженность (коммерческий кредит) и прочие пассивы*

Эффективная работа предприятия – это достижение максимальных результатов при минимальных затратах. Минимизация это оптимизация структуры и источников формирования оборотных средств предприятия, т.е. разумное сочетание собственных и заемных ресурсов.





Управление оборотными средствами



*обеспечение
непрерывности
процесса
производства*



*реализации продукции
с наименьшим
размером оборотных
средств*

Процесс разработки необходимых для нормальной работы предприятия оборотных средств, называется нормированием оборотных средств, т.е. нормирование оборотных средств заключается в определении сумм оборотных средств, необходимых для образования постоянных минимальных и в то же время достаточных запасов материальных ценностей, неснижаемых остатков незавершенного производства и других оборотных средств.

Нормируются оборотные средства, находящие в производственных запасах, незавершенном производстве, остатков готовой продукции на складах предприятия.

Они называются нормируемыми оборотными средствами. Остальные элементы оборотных средств называются ненормируемыми.

Эффективное использование оборотных средств предприятий характеризуют показатели:

1. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств (Коб.) определяется:

$$**Коб = РП / ОС**, где$$

РП - объем реализованной продукции;

ОС - средний остаток оборотных средств.

Коэффициент оборачиваемости характеризует число кругооборотов, совершаемых оборотными средствами за определенный период (год, квартал)

2. Коэффициент загрузки оборотных средств – показатель обратный коэффициенту оборачиваемости:

$$\underline{Kз = ОС / РП}$$

3. Длительность одного оборота в днях (Тоб.):

$$\underline{Тоб = Д / Коб}, \text{ где}$$

Д - число дней в периоде (360, 90)

Выводы:

- ▣ Оборотные средства являются важной составляющей частью капитала предприятия и обеспечивают бесперебойное функционирование производственного процесса. Они постоянно находятся в движении, последовательно проходя стадии кругооборота и меняя свою форму.*
- ▣ Критерием эффективности использования оборотных средств является их оборачиваемость. Чем быстрее оборотные средства проходят все стадии кругооборота и возвращаются к предприятию в виде выручки от реализации, тем эффективнее они используются. Управление использованием оборотных средств предполагает постоянный поиск факторов и резервов ускорения их оборачиваемости.*

Спасибо за внимание!



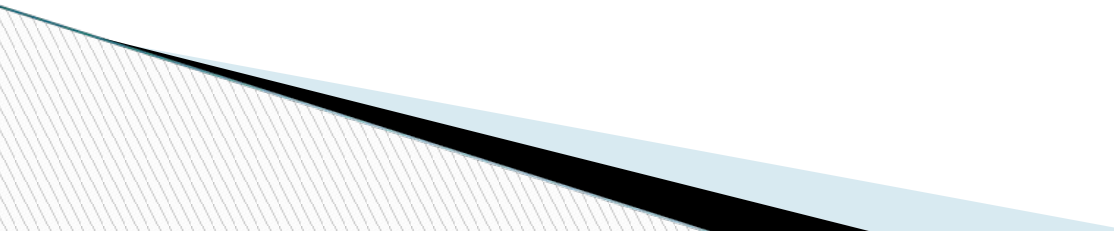
Лекция №4.
*Сырьевые, материальные и
топливно-энергетические ресурсы*



Цель:

- ✓ раскрыть понятие и классификацию сырья, материалов, топлива, полезных ископаемых, отметить направления рационального использования сырьевых и топливно-энергетических ресурсов*

Вопросы:

- Понятие и классификация сырья, полезных ископаемых и их экономическая оценка.*
 - Сырьевая база, ее направление и развитие. Минерально-сырьевой потенциал РК.*
 - Топливо-энергетический комплекс в условиях индустриально-инновационного развития РК.*
 - Экономическое обоснование выбора сырья.*
- 

Основные понятия по теме:

- ▣ сырьевые ресурсы;*
- ▣ полезные ископаемые;*
- ▣ сырой материал;*
- ▣ основные материалы;*
- ▣ вспомогательные материалы;*
- ▣ топливо;*
 - ▣ энергия;*
- ▣ потенциальные ТЭР;*

Сырье

это сырые материалы, полученные в добывающих отраслях промышленности или в сельском хозяйстве и прошедшие первичную стадию затрат труда на их добычу или производство в той мере, в какой это необходимо для подготовки материала к дальнейшей переработке

По происхождению сырье подразделяется на:

- промышленное;*
- сельскохозяйственное;*
- природное*

Сырье, используемое для промышленной переработки:

Первичные

- *минеральные, растительное и животное сырье, вода и воздух*

Вторичные

- *побочные продукты промышленной переработки и искусственное сырье*

По степени разновидности и изученности запасы месторождений полезных ископаемых делятся на три категории

Запасы категории А

- *это вполне изученные, разведанные и подготовленные к добыче, они предназначены для эксплуатационных работ предприятий, а также для проектирования и строительства предприятий*

Запасы категории В

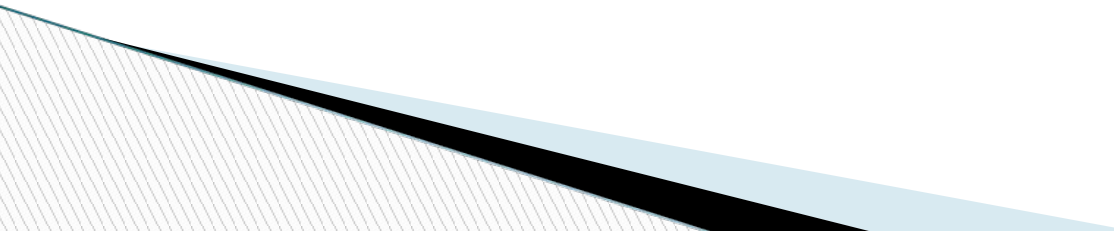
- *это геологически обоснованные, относительно разведанные и оконтуренные горными выработками и буровыми скважинами*

Запасы категории С

- *менее изучены, требуют уточнения при помощи детальных геологоразведочных работ, используются они для перспективного планирования развития горной промышленности и геологоразведочных работ*

В структуре добычи природных ресурсов доля минерально-сырьевых ресурсов составляет около 75% от общего объема, продукция горнодобывающей промышленности в основной своей массе пользуется спросом на рынках сбыта.

Местонахождение минерально-сырьевых ресурсов в природе обуславливает большую капиталоемкость разведки и технологии добычи.



Пути развития минерально-сырьевого потенциала

Экстенсивный

Интенсивный

Факторы, влияющие на развитие и размещение конкурентоспособного минерально-сырьевого потенциала:

1. природный

2. экологический

3. инфраструктурный и технологический

4. рыночный

ТЭК

Топливо-энергетический комплекс (ТЭК) – сложная межотраслевая система добычи и производства топлива и энергии, их транспортировки, распределения и использования.

В ТЭК республики главное место занимает:

- 1. Добыча угля.*
- 2. Добыча нефти.*
- 3. Добыча газа.*
- 4. Производство электроэнергии.*

ТЭК

Добыча угля

- Ведущее место принадлежит углю. Угольная промышленность одна из основных отраслей промышленности РК

Добыча нефти

- Нефтяная промышленность представлена добычей нефти на месторождениях Эмбинского бассейна, Мангистау и Кызылординской области и переработку на нефтеперерабатывающий завод Атырау, Павлодара и Шымкента

Добыча газа

- Самая молодая отрасль Казахстана газовая промышленность. Газ добывается как природный (Юж. Мангистау и плато Устюрт), так и попутный на нефтяных месторождениях (Эмбы и Мангистау)

Производство электроэнергии

- Электроэнергетика Казахстана имеет значительный производственный потенциал представленный 8-ю ГРЭС, более чем 5-ю ТЭЦ, 20-Ю ГЭС и 1 АЭС, 6 энергосистем севера Казахстана имеют большие мощности. Здесь сосредоточены крупные ГРЭС: Экибастузская, Карагандинская, Ермаковская. Самые крупные в республике ГЭС: Бухтарминская, Усть-Каменогорская, Шульбинская

Задачи для преодоления недостатка в электроэнергии:

*1. Нарастить
мощность
электростанций*

*2. Создать
надежные
электрические связи
севера с югом и
западом, то есть
образовать единую
электросистему
Казахстана*

Выбор сырых материалов и определение их назначения для конкретной отрасли промышленности необходимо осуществлять путем сопоставления экономических показателей различных видов сырья и учетом особенностей отрасли.

При этом обязательно учитывать:

-необходимость максимального использования местного вида сырья;

-предпочтительно использование менее деформированного вида сырья;

-учитывать возможности промышленной переработки неиспользованных отходов и побочных продуктов производства;

-учитывать возможности потребления искусственных материалов и заменителей.

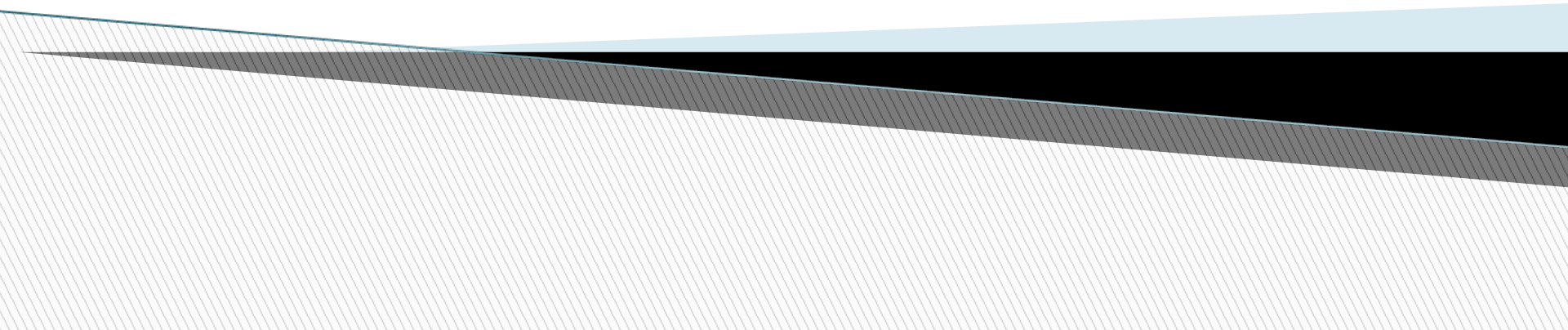
Выводы:

- ▣ Сырьевые и топливно-энергетические ресурсы играют исключительно важную роль в экономике страны и в деятельности любой коммерческой организации.*
- ▣ Республика Казахстан почти полностью обеспечена собственными сырьевыми и ТЭР, поэтому находится в более выгодном положении по сравнению со странами СНГ и многими странами дальнего зарубежья. Но все эти запасы имеют ограниченный запас, поэтому необходимо эти запасы использовать крайне рационально.*

Спасибо за внимание!



Тема лекции
№5 - Трудовые ресурсы
предприятия



Цель лекции:

раскрыть сущность и содержание трудовых ресурсов, организации и нормирования трудового потенциала предприятия, определить экономические и социальные направления повышения производительности труда.

- Трудовые ресурсы и проблема занятости.
- Кадры предприятия, их отбор и источники.
- Планирование персонала предприятия.
- Нормирование труда.
- Производительность труда.

□ Основные понятия по теме:
кадры предприятия, структура
рынка труда, организация
труда, нормирование труда,
производительность труда,
выработка, трудоемкость.

Персонал предприятия (кадры, трудовой коллектив) – это совокупность работников, входящих в его списочный состав.



Персонал промышленных предприятий

промышленно-производственный

рабочие
производственных
цехов и участков

заводских
лабораторий

непромышленный

столовых

детских садах

жилищно-
коммунальных
хозяйствах

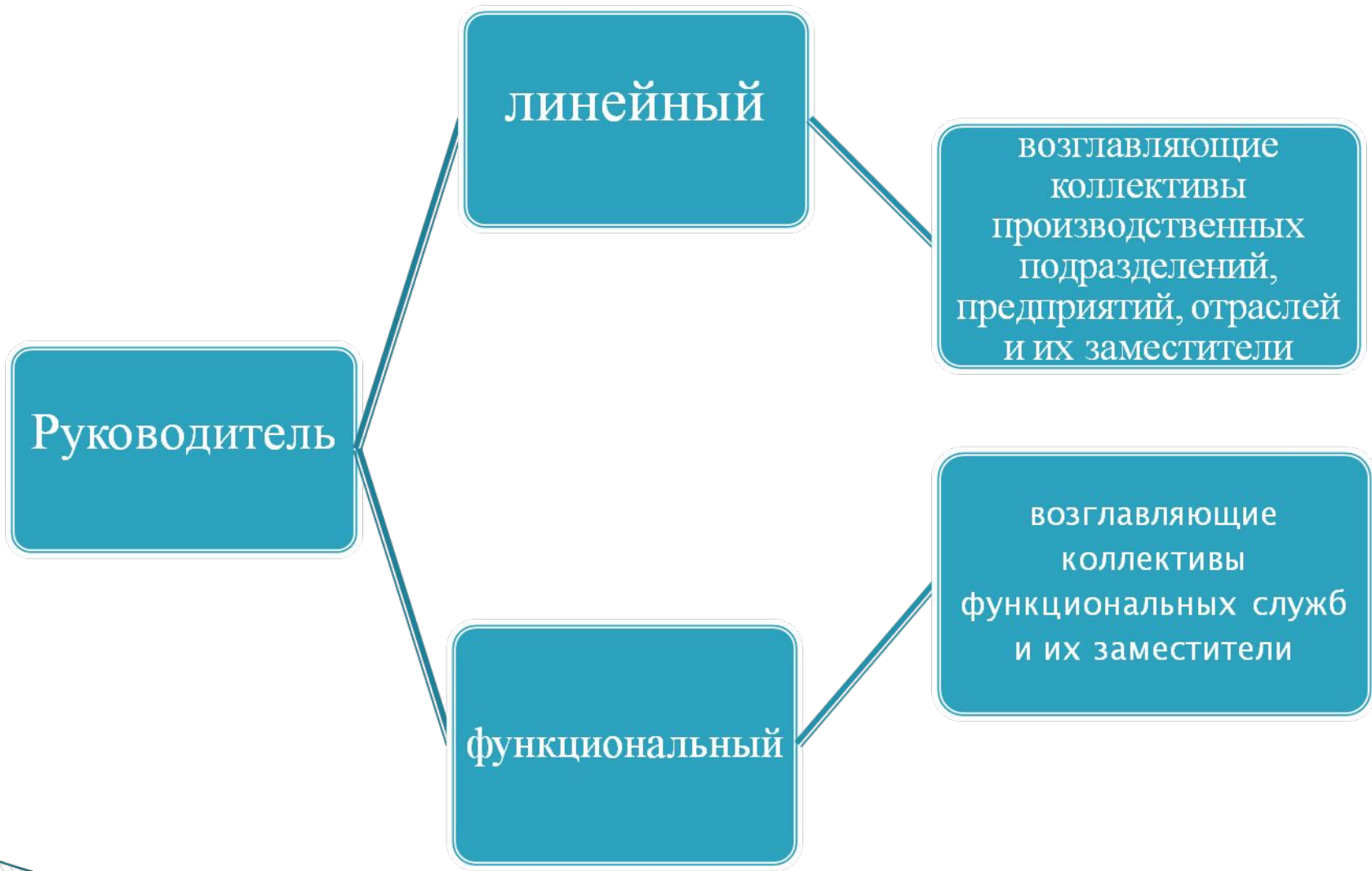
К рабочим относятся лица, непосредственно занятые в процессе создания материальных ценностей, а также занятые ремонтом, перемещением грузов, перевозкой пассажиров, оказанием материальных услуг и др.



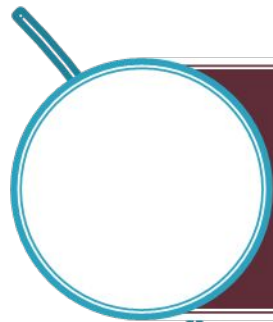


К руководителям относятся работники,
занимающие должности руководителей
предприятий и их структурных подразделений.

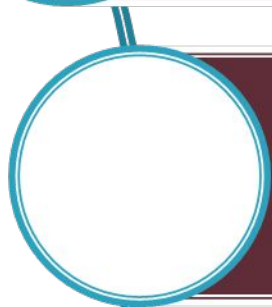




По уровню, занимаемому в общей системе управления, все руководители подразделяются



Руководители среднего звена – это директора предприятий, генеральные директора объединений, начальники крупных цехов.



К руководителям низового звена относят мастеров, старших мастеров, прорабов, начальников небольших цехов, а также руководителей подразделений внутри функциональных отделов и служб.



Руководящие работники высшего звена – это руководители финансово-промышленных групп, генеральные директора крупных объединений, руководители функциональных отделов министерств, ведомств и их заместители.

В зависимости от характера трудовой деятельности персонал предприятия подразделяют по профессиям, специальностям и уровню квалификации.

- ▣ **Профессия** – вид деятельности, требующий определенных знаний и трудовых навыков, которые приобретаются путем общего или специального образования и практического опыта.
- ▣ **Специальность** – вид деятельности в рамках той или иной профессии, который имеет специфические особенности и требует от работников дополнительных специальных знаний и навыков. Например: экономист-плановик, экономист-бухгалтер, экономист-финансист, экономист-трудоустроитель в рамках профессии экономиста. Или: слесарь-наладчик, слесарь-монтажник, слесарь-сантехник в рамках рабочей профессии слесаря
- ▣ **Квалификация** определяет уровень знаний и трудовых навыков работника по специальности, который отображается в квалификационных (тарифных) разрядах и категориях.

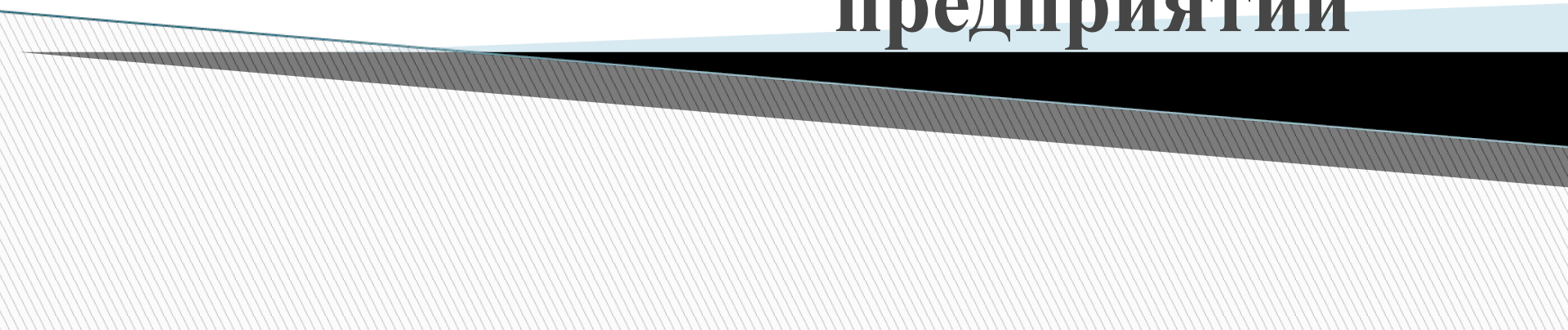
Выводы

Трудовые ресурсы на уровне предприятия выступают в качестве его персонала. Промышленно – производственный персонал делится на категории: рабочие, руководители и служащие. Производительность труда – важнейший показатель эффективности использования персонала предприятия.

Управление персоналом включает в себя подбор и расстановку кадров, их обучение и переподготовку, морально – психологическое воздействие и разрешение конфликтных ситуаций в коллективе с целью обеспечения высокоэффективной работы. При этом используются административные, экономические и социально – психологические методы.

Организация труда – это совокупность мероприятий, предусматривающих наиболее рациональное соединение рабочей силы со средствами производства. Нормирование труда может проводиться аналитическими и суммарными методами.

**Тема лекции
№6 - Оплата
труда на
предприятия**

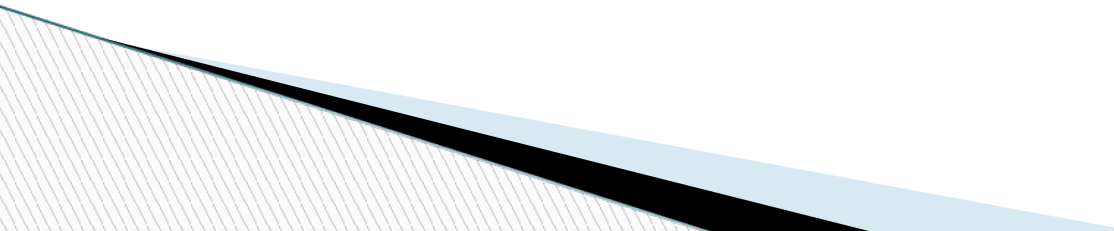


Цель лекции:

раскрыть сущность заработной платы, ее виды, методы мотивации труда в развитых странах.

- Сущность и принципы оплаты труда.
- Формы оплаты труда и условия их применения.
- Системы оплаты труда.
- Стимулирование труда в развитых странах.

Основные понятия по теме:
заработная плата, тарифная система
оплаты труда, бестарифная система
оплаты труда, повременная система
оплаты труда, сдельная система оплаты
труда, тарифная сетка.



Заработная плата – это выраженная в денежной форме часть национального дохода, распределяемая по количеству и качеству труда, затраченного каждым работником, и поступающая в его личное потребление;



Виды заработной платы

номинальная

это величина, получаемой работником ЗП в действующих денежных единицах за работу в определенный период времени.

начисленная

выплаченная



реальная

это величина, получаемой работником ЗП в действующих денежных единицах за работу в определенный период времени.



Принципы, учитываемые при оплате труда:

- ✓-принцип справедливости;
- ✓-сложность выполняемой работы и уровень классификации труда;
- ✓-вредные условия труда и тяжелого физического труда;
- ✓-стимулирование за качество труда и добросовестное отношение к труду;
- ✓-материальное наказание за допущенный брак;
- ✓-опережение темпов роста производительности труда по сравнению с темпами роста средней заработной платы;
- ✓-индексация заработной платы в соответствии с уровнем инфляции;
- ✓-применение прогрессивных форм и систем оплаты труда, которые в наибольшей степени, отвечают потребностям предприятия.
- ✓Зарплата выполняет следующие функции:
 - ✓- воспроизводственную;
 - ✓- стимулирующую (мотивационную);
 - ✓- социальную;
 - ✓- учетную.


```
graph TD; A[Заработная плата] --> B[тарифные]; A --> C[бестарифные];
```

Заработная
плата

тарифные

бестарифные

Формы оплаты труда

- При **сдельной форме оплаты** труда заработок работника находится в прямой зависимости от количества и качество изготовленной продукции или объема выполненных работ.
- При **повременной форме оплаты труда** работник получает заработную плату в зависимости от количества отработанного времени и уровня квалификации.

Выводы

Кадры, производительность труда и заработная плата это понятия, которые тесно связаны между собой. На каждом предприятии должен разрабатываться план по труду и заработной плате, цель которого заключается в изыскании резервов по улучшению использования рабочей силы и на этой основе повышении производительности труда. При этом план должен быть разработан так, чтобы темпы роста производительности труда опережали темпы роста средней заработной платы.

Тема лекции
№7 - Инвестиционная и
инновационная
деятельность предприятия

Цель лекции:

- раскрыть сущность и виды инвестиций и инноваций, основные цели и задачи инвестиционной и инновационной политики предприятия.
- ❖ Значение и предпосылки инновационной деятельности предприятия.
- ❖ Инновационный менеджмент предприятия: сущность, роль и основные задачи.
- ❖ Инвестиции: сущность, классификация и структура.
- ❖ Стратегия инвестиционной деятельности предприятия.
- ❖ Стратегия индустриально-инновационного развития РК.
-

- **Основные понятия по теме:** инвестиции, инновации, нововведения, инновационный менеджмент, стратегия, научно–технический прогресс, структура капитальный вложений, капитальные вложения.

- **Инвестиции** – это долгосрочные вложения капитала с целью получения прибыли. Инвестиции являются основой для обеспечения расширенного воспроизводства на предприятии, повышения качества продукции, ускорения НТП, создания новых рабочих мест и сбалансированного развития отраслей народного хозяйства.



- **Инвестиционная политика** предприятия определяется как совокупность стратегических управленческих решений, касающихся способов привлечения и расходования ресурсов на инвестиционные цели.



- **Инновационная деятельность** – это процесс, направленный на внедрение результатов научных исследований и разработок в предпринимательскую деятельность.

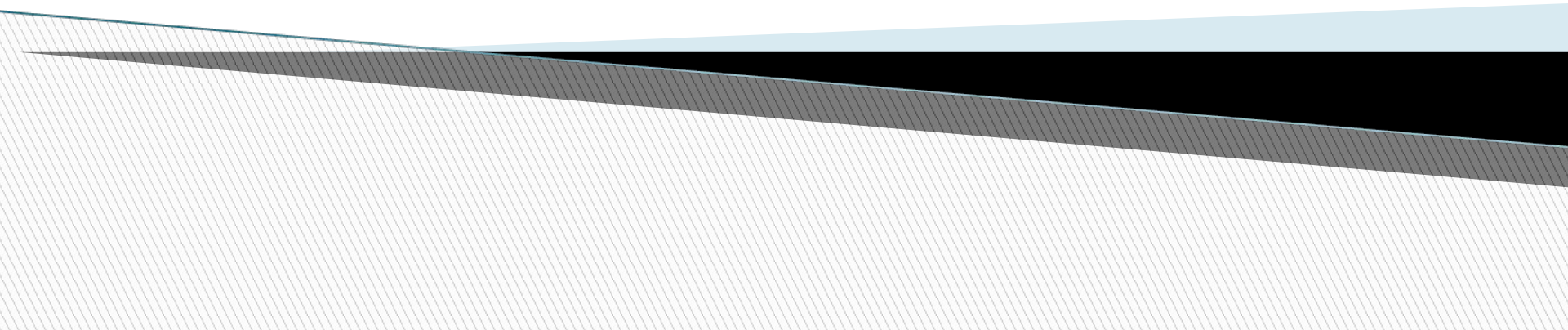


□ Выводы

- Инвестиционная политика является составной частью стратегии предприятия и предполагает, с одной стороны, поиск надежных источников финансирования, с другой – эффективное их использование для обеспечения расширенного воспроизводства на предприятии.
- Инновационная политика предприятия направлена на внедрение нововведений в предпринимательскую деятельность с целью получения конкурентных преимуществ и повышения прибыльности.

ТЕМА 8 Производство и издержки в рыночной экономике

ВОПРОСЫ:

1. Издержки производства и их виды
 2. Издержки производства в краткосрочный и долгосрочный период времени
 3. Доход и прибыль. Экономическое равновесие фирмы.
- 

1. Издержки производства и их виды

Фирма (предприятие) представляет собой хозяйственное звено, реализующее собственные интересы посредством производства и реализации товаров и услуг.

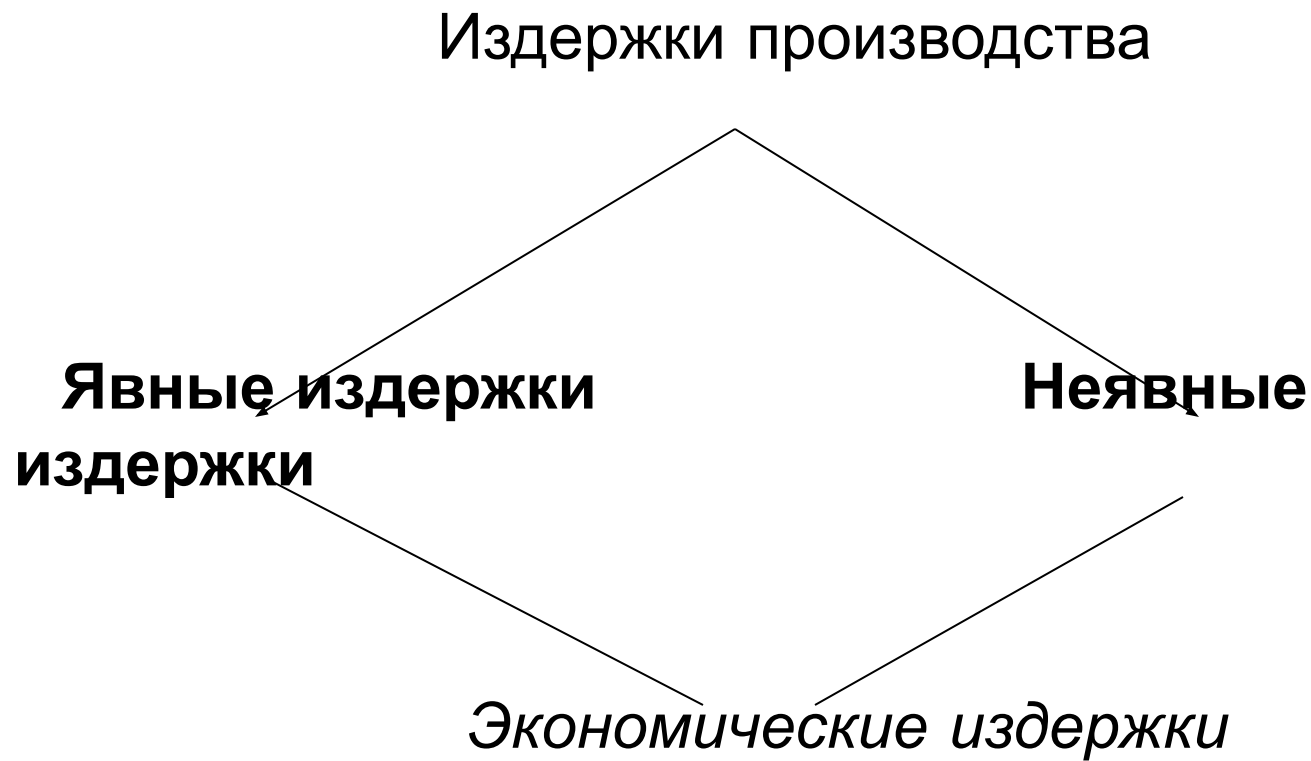
Основная задача фирмы – получить максимальный эффект (результат) при минимуме издержек.

1. Издержки производства и их виды

Издержки – денежные затраты фирмы.

Если общество рассматривают как единого производителя, то издержки называют **общественными**. В случае частного производителя их называют **частными**.

1. Издержки производства и их виды



1. Издержки производства и их виды

Явные издержки = внешние издержки =
Бухгалтерские издержки

Явные издержки – это издержки фирмы на оплату покупаемых факторов производства (сырье, материалы, топливо, энергия, рабочая сила (з/п), плата за аренду).

Сумма всех явных издержек выступает как себестоимость продукции, а разница между рыночной ценой и себестоимостью — как прибыль.

1. Издержки производства и их виды

Неявные издержки = внутренние издержки

Неявные (внутренние) издержки – это ценность упущенных выгод от лучшего из альтернативных способов использования ресурсов, находящихся в собственности данной фирмы:

- альтернативная стоимость собственного капитала (затраченного на оборудование, здания, сооружения, текущие статьи расходов);
- альтернативная ценность времени предпринимателя (предполагающая получение минимальной суммы доходов, так называемой нормальной прибыли)

Альтернативные издержки – это количество одного блага, которым необходимо пожертвовать для увеличения производства другого блага.

Альтернативные издержки – недополученная прибыль (от собственных ресурсов).

1. Издержки производства и их виды

Бухгалтерский подход:

затраты определяются себестоимостью фактически выпущенной продукции.

Экономический подход:

затраты включают в себя помимо себестоимости и те потери, которые связаны с отвлечением ограниченных ресурсов с других участков производства.

Экономические издержки – это сумма явных и неявных издержек.



1. Издержки производства и их виды

Выделяют три производственных периода:

Кратчайший период времени – тот, в течение которого все факторы производства в количественном выражении постоянны, а следовательно, объемы производства в данный период неизменны.

Краткосрочный период – тот, в котором изменяются одновременно несколько или один из используемых факторов.

Долгосрочный период – тот, в течение которого изменяется количество всех используемых в производственном процессе факторов производства, т.е. все применяемые факторы становятся переменными.

1. Издержки производства и их виды

В краткосрочном периоде издержки производства делят на:

- ▣ **постоянные** – это издержки производства, объем которых не меняется с изменением объема производства
- ▣ **переменные** – это издержки объем которых изменяется фирмой в течение определенного периода времени в целях изменения объема выпускаемой продукции

1. Издержки производства и их виды

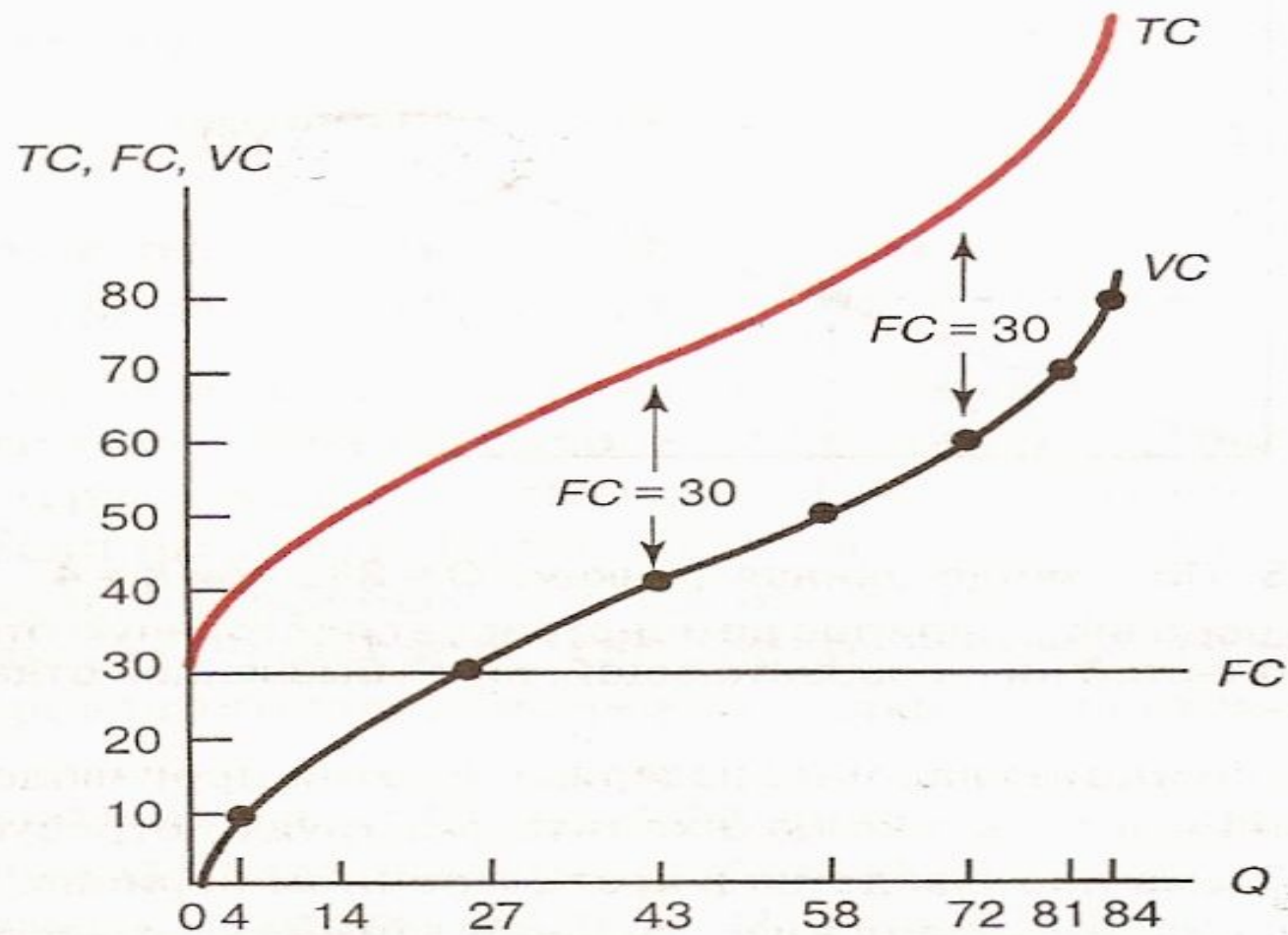
Постоянные издержки (FC) – издержки, которые несет фирма независимо от объема выпуска продукции, включая нулевой вариант. К ним относятся затраты по эксплуатации зданий, на аренду, адм-управ расходы, страховые взносы и т.п.

Переменные издержки (VC) – те, что изменяются в зависимости от изменения объемов производства и реализации продукции. Если продукция не выпускается, они равны нулю. К ним относятся затраты на сдельную з/плату, электроэнергию, топливо, транспорт, сырье и т. д.

Общие (валовые) издержки (TC) – это сумма постоянных и переменных издержек при заданном объеме выпуска продукции:

$$TC = FC + VC$$

1. Издержки производства и их виды



рек

1. Издержки производства и их виды

Средние общие издержки (АТС) – это отношение общих издержек к общему количеству изделий, выпущенных за определенный промежуток времени.

$$ATC = TC / Q$$

Средние постоянные издержки (удельные издержки) (АFC) – это отношение постоянных издержек к количеству изделий, выпущенных за определенный промежуток времени.

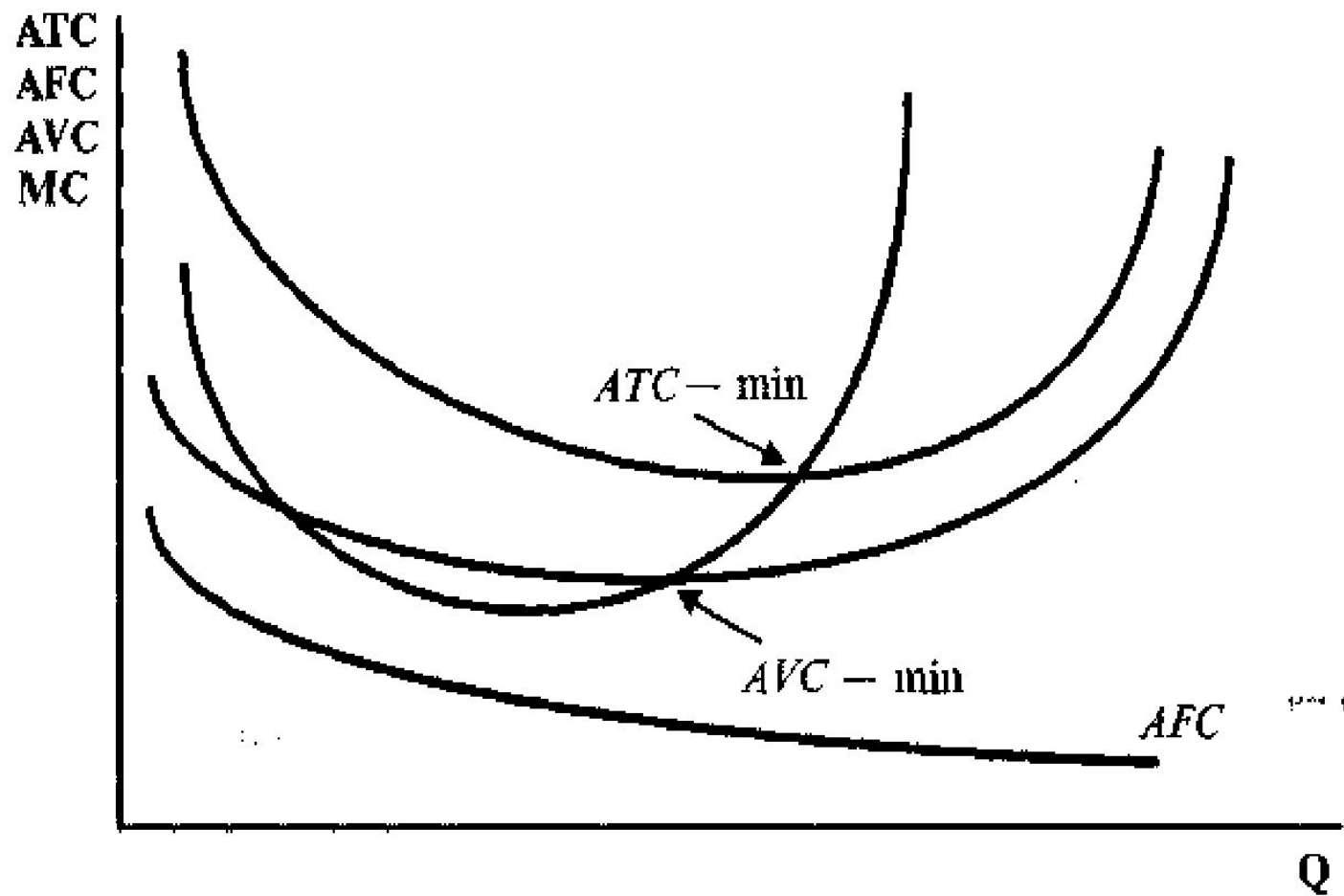
$$AFC = FC / Q$$

Средние переменные издержки (удельные издержки) (АVC) – это отношение переменных издержек к общему объему выпущенных изделий за определенный промежуток времени.

$$AVC = VC / Q$$

Таким образом $ATC = AFC + AVC$ или $ATC = (FC + VC) / Q$

1. Издержки производства и их виды



1. Издержки производства и их виды

Предельные издержки (МС) – это дополнительные издержки (затраты) на дополнительную единицу продукции. Они определяются как изменение приращения общих издержек при изменении приращения объема выпуска:

$$MC = \Delta TC / \Delta Q$$

Например, при производстве 5 единиц товара расходы фирмы составляли 100 ден.ед., а при увеличении объема производства до 7 единиц продукции, издержки составили 144 ден.ед. Следовательно, предельные издержки на 1 единицу продукции составили: $(144 - 100) / (7 - 5) = 44 / 2 = 22$ ден.ед.

1. Издержки производства и их виды

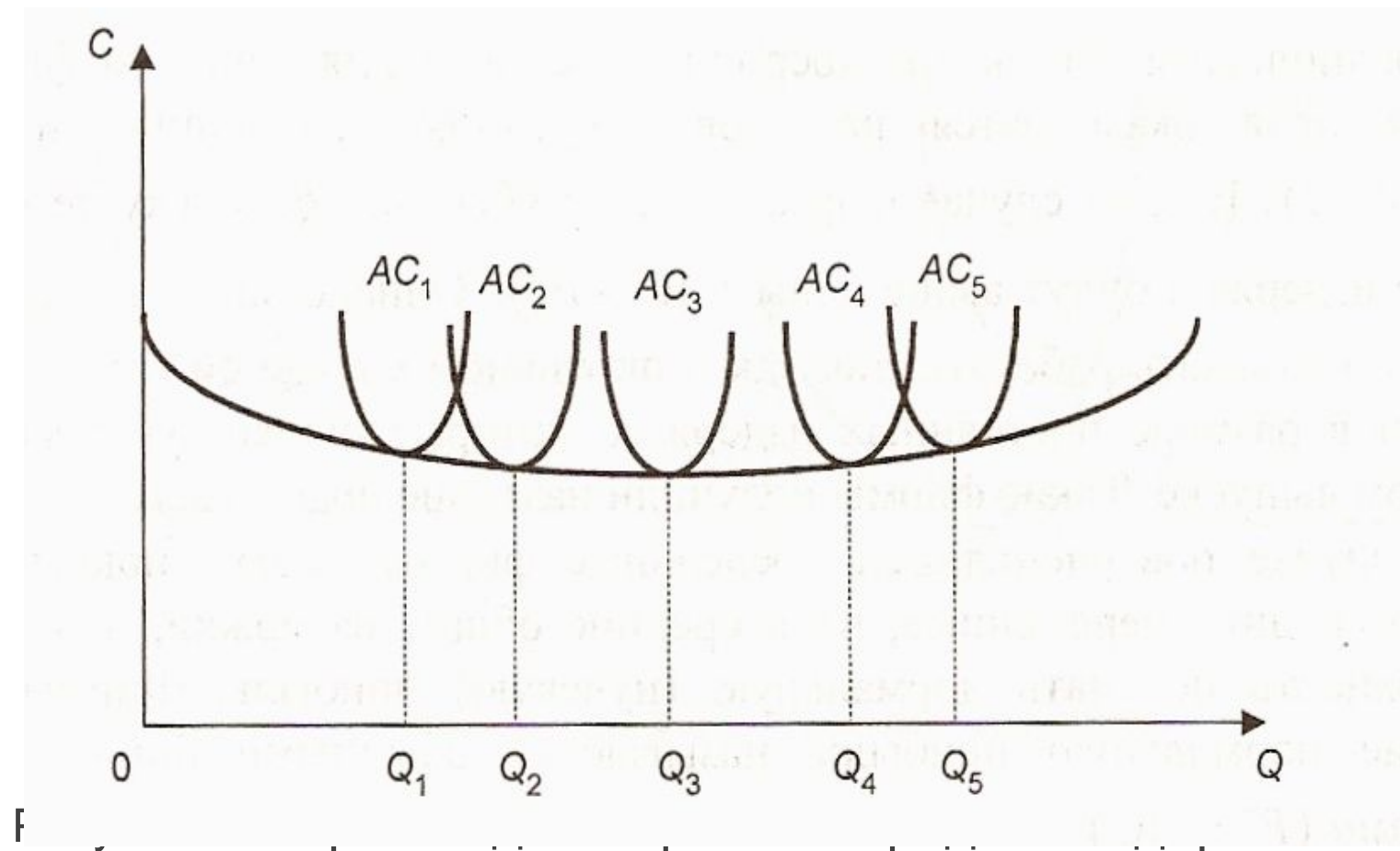
Подготовить к семинару:

**особенности динамики постоянных,
переменных и
средних издержек
при росте объемов производства**

2. Издержки производства в краткосрочный и долгосрочный период времени

В точке $AVC \min$ размер ATC значительно выше AVC , что не будет устраивать производителя, поэтому он будет увеличивать масштабы производства до тех пор пока $ATC = MC$, т.е. точке $ATC \min$

2. Издержки производства в краткосрочный и долгосрочный период времени




2. Издержки производства в краткосрочный и долгосрочный период времени

До Q3 складывается положительный эффект от масштаба, а после отрицательный эффект масштаба, т.к. растет зона управления, а это мешает эффективно координировать работу фирмы.

Эффект масштаба – динамика долгосрочных средних издержек в результате изменения масштабов производства.

2. Издержки производства в краткосрочный и долгосрочный период времени

Рост объема производства может быть различным:

- ▶ **постоянная отдача от масштаба** означает, что увеличение выпуска происходит в той же пропорции, что и увеличение ресурсов
 - ▶ **убывающая отдача от масштаба** означает, что увеличение выпуска происходит в меньшей мере, чем увеличение ресурсов
 - ▶ **возрастающая отдача от масштаба** означает, что увеличение выпуска происходит в большей мере, чем увеличение ресурсов
- 

2. Издержки производства в краткосрочный и долгосрочный период времени

В долгосрочный период времени фирма может выбрать любой технологический вариант производства.

Для того чтобы определить, какая из доступных технологий будет являться экономически выгодной используется модель ИЗОКВАНТ и ИЗОКОСТ.

Изокванта – это кривая, отражающая все комбинации ресурсов, которые могут быть использованы для выпуска данного объема производства.

Изокоста – линия, показывающая набор комбинаций экономических ресурсов, которые фирма может приобрести с учетом рыночных цен на ресурсы и при полном использовании своего бюджета.

2. Издержки производства в краткосрочный и долгосрочный период времени

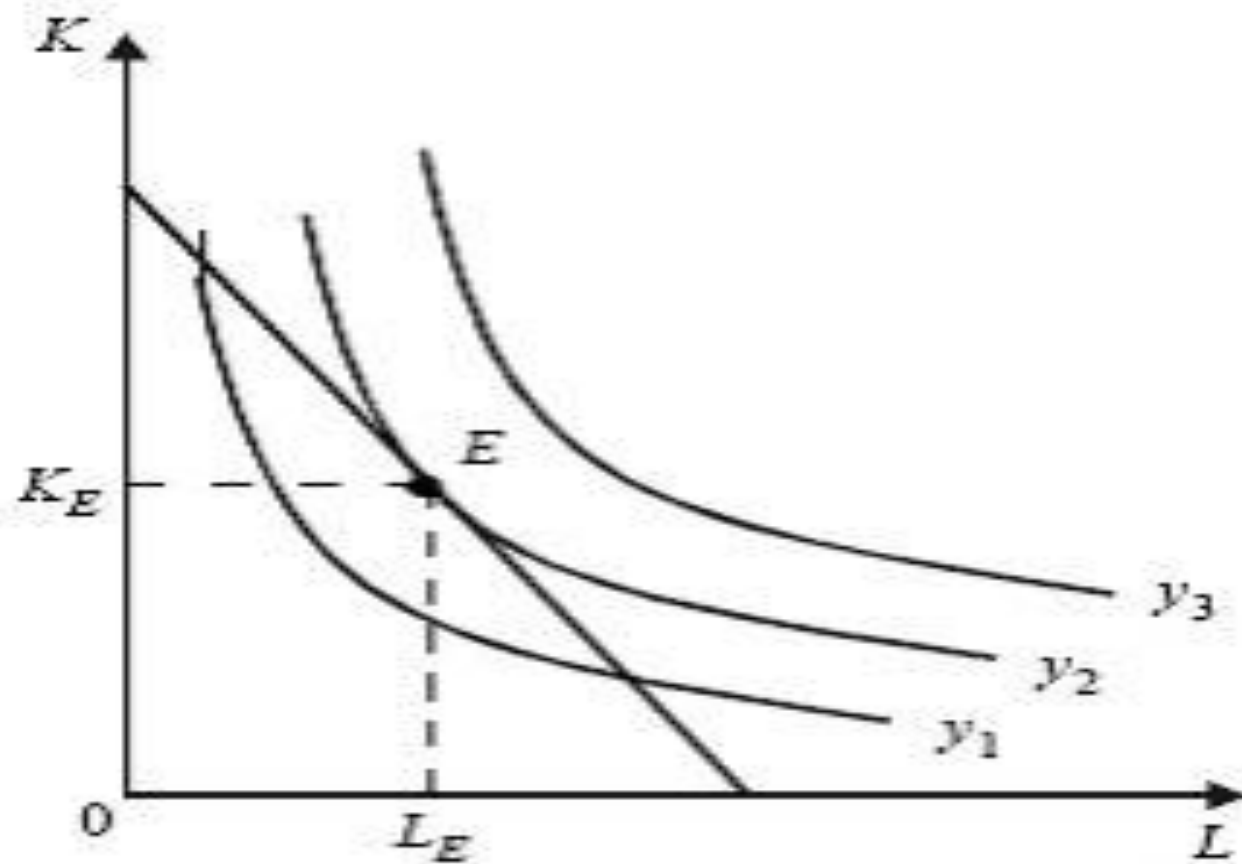


Рисунок 4- Карта изоквант и изокосты

3. Доход и прибыль. Экономическое равновесие фирмы.

Объем продаж, или валовая выручка, рассматривается как валовый доход, или доход (TR):

$$TR = P \cdot Q$$

Прибыль (ТП) – это превышение доходов от продажи товаров и услуг над затратами на их производство и продажу.

$$ТП = TR - TC$$

3. Доход и прибыль. Экономическое равновесие фирмы.

Бухгалтерская прибыль представляет собой разность между общей выручкой (доходом от продаж) и явными (бухгалтерскими) издержками производства.

Экономическая прибыль — также разность, но уже между общей выручкой и суммой явных и неявных издержек производства (экономических).

3. Доход и прибыль. Экономическое равновесие фирмы.

Средняя прибыль (AR) – это частное от деления валовой прибыли на объем продаж:

$$AR = TP / Q$$

Предельный доход (MR) – это прирост прибыли в расчете на единицу прироста дополнительной продукции:

$$MR = \Delta TR / \Delta Q = \Delta (P \cdot Q) / \Delta Q$$

3. Доход и прибыль. Экономическое равновесие фирмы.

Главная задача любой фирмы – добиться равновесия на рынке при максимизации прибыли.

Максимальная прибыль возможна при достижении равенства предельного дохода и предельных издержек ($MR = MC$).

Это равенство говорит об экономическом равновесии фирмы.

Каждая дополнительная единица товара, реализуемая на рынке, добавляет некую долю к валовому доходу (эта величина есть MR – предельный доход) и одновременно несет некоторые издержки (MC – предельные издержки).

2. Издержки производства в краткосрочный и долгосрочный период времени

Домашнее задание к семинару:

- производственная функция,
- коэффициент эластичности выпуска от масштаба
- предельная норма технологического замещения ресурса

3. Доход и прибыль. Экономическое равновесие фирмы.

На рынке возможны три ситуации:

- 1) **MR > MC**, т.е. предельный доход выше предельных издержек. Фирма расширяет свое производство и увеличивает объем продаж;
- 2) **MR < MC**, производство убыточно;
- 3) **MR = MC**, прибыль достигает своего максимума, выпуск продукции становится стабильным, т.к. фирма больше не видит необходимости увеличивать объемы производства, но есть смысл стабилизировать объем продаж.

3. Доход и прибыль. Экономическое равновесие фирмы.

Домашнее задание к семинару:

Нормальная прибыль

Домашнее задание студентам к семинару:

- кривые Энгеля
- потребительская корзина
- кривая Лоренца
- индекс Джини

МАРКЕТИНГОВАЯ И ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

1

- Маркетинг на предприятии: сущность, содержание и инструменты

2

- Принципы и методы разработки производственной программы

3

- Производственная мощность предприятия

1. Маркетинг на предприятии: сущность, содержание и инструменты

В классическом понимании маркетинг определяется как предпринимательская деятельность, которая управляет продвижением товаров и услуг от производителя к потребителю или пользователю, или социальный процесс, посредством которого прогнозируется, расширяется и удовлетворяется спрос на товары и услуги посредством их разработки, продвижения и реализации. Маркетинг можно рассматривать как цельную систему, предназначенную для планирования ассортимента и объема выпускаемых продуктов, определения цен, распределения продуктов между выбранными рынками и стимулирования их сбыта с целью удовлетворения определенных потребностей.

ПРИНЦИПЫ МАРКЕТИНГА



1. тщательный учет при принятии хозяйственных решений потребностей, состояния и динамики спроса и конъюнктуры рынка (потребитель – король);

2. создание условий для максимального приспособления производства к требованиям рынка, структуре спроса исходя не из сиюминутной выгоды, а из долгосрочной перспективы (производить то, что покупается);

3. активное воздействие на рынок клиентов и потребителей с помощью доступных средств, прежде всего рекламы, с целью склонить их к приобретению именно данного товара (создавая товар, создавай потребителя).

ФУНКЦИИ МАРКЕТИНГА

Исследование, анализ и оценка нужд реальных и потенциальных потребителей фирмы в областях, интересующих фирму

Маркетинговое обеспечение разработки новых товаров и услуг фирмы

Анализ, оценка и прогнозирование состояния и развитие рынков, на которых оперирует или будет оперировать фирма, включая исследование деятельности конкурентов

Формирование и планирование ассортиментной политики фирмы

Участие в формировании стратегии и тактики рыночного поведения фирмы, включая разработку ценовой политики

Сбыт продукции и услуг фирмы. Коммуникации маркетинга, реклама, включая все ее цели, виды и средства, а также формирование отношений фирмы с общественностью

Сервис, включая все виды и формы обслуживания товарами, находящимися в эксплуатации у потребителей

Формирование предложений, рекомендаций и общее маркетингово-информационное обеспечение в интересах всех функций менеджмента и различных областей жизни фирмы

Пять основных подходов, на основе которых коммерческие организации ведут свою маркетинговую деятельность

концепция совершенствования производства

концепция совершенствования товара

концепция интенсификации коммерческих усилий (концепция сбыта)

концепция маркетинга

концепция социально-этического маркетинга

Концепция маркетинга включает три взаимосвязанных принципа:

Основное назначение предприятия – удовлетворение потребностей потребителя

Удовлетворение этих потребностей заставляет интегрировать и координировать усилия всего предприятия в целом

Предприятие должно особое внимание уделять долгосрочному успеху своей деятельности

Этапы внедрения плана маркетинга, а также контроль деятельности и оценку результатов осуществляет непосредственно служба маркетинга предприятия, которая создается в рамках организационной структуры предприятия. Маркетинговая служба – это специальное управленческое звено предприятия, которое реализует маркетинговые функции.

ВИДЫ СТРУКТУР МАРКЕТИНГОВОЙ СЛУЖБЫ

функциональная – ответственность за выполнение каждой функциональной задачи маркетинга возлагается на отдельное лицо или группу лиц. Целесообразна для предприятий, у которых количество товаров и рынков невелико, а также производственно-сбытовая деятельность постоянна.

рыночная – маркетинг структурирован по отдельным рынкам или по его сегментам.

товарная – основана на разделении маркетинга по отдельным товарным группам или товарам. При этом по каждой товарной группе (товару) управление маркетингом осуществляет свой управляющий, которому подчиняется подразделение сотрудников, осуществляющее все функциональные задачи маркетинга

смешанная – позволяет устранить недостатки простых структур организации службы маркетинга на предприятии.

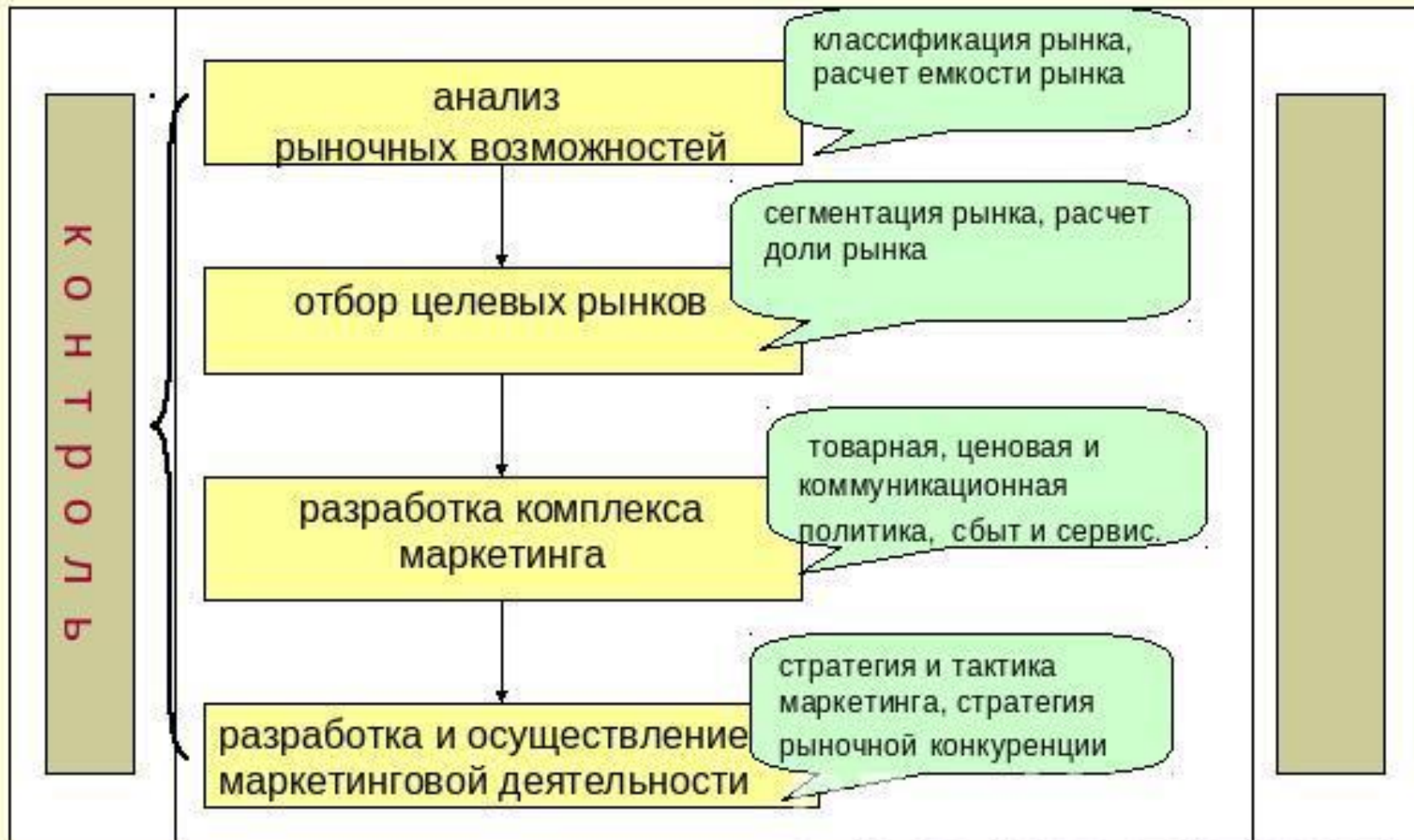
Организация маркетинга

это структурное построение для управления маркетинговыми функциями, устанавливающее подчиненность и ответственность за выполнение тех или иных заданий.

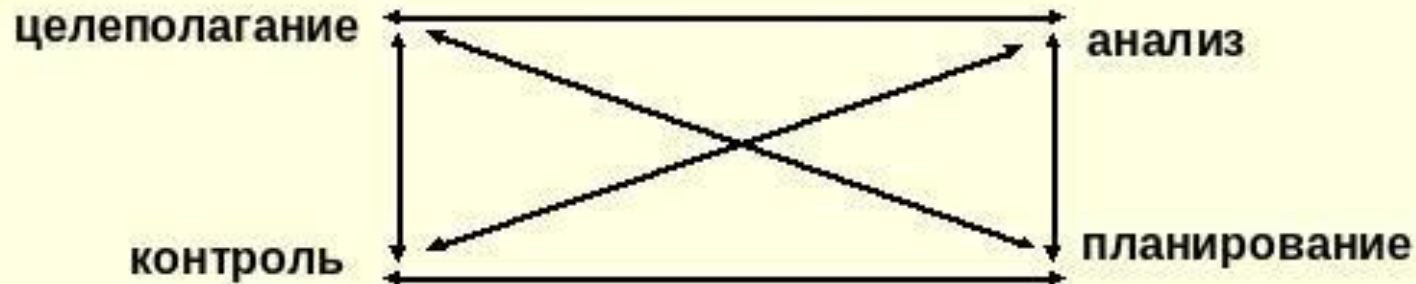


Управление маркетингом -

это последовательный процесс организации и руководства маркетинговой деятельностью.



Система управления – это обоснованная система организации и руководства, основанная на сочетании и взаимодействии основных функций: целеполагания, анализа, планирования и контроля.



- Целеполагание определяет направление и характер деятельности.
- Анализ является основой разработки управленческого решения.
- Планирование позволяет определить возможности предприятия в достижении цели.
- Контроль - процесс проверки, оценки, сопоставления и коррекции результатов.

2. Принципы и методы разработки производственной программы

- ▣ **Производственная программа** - это один из разделов бизнес-плана предприятия, в котором содержатся планируемые объемы производства в натуральном и стоимостном выражениях.

Исходные данные для разработки производственной программы

1. Объем



2. Ассортимент



3. Сроки поставок материальных ресурсов



4. Организация производственного процесса

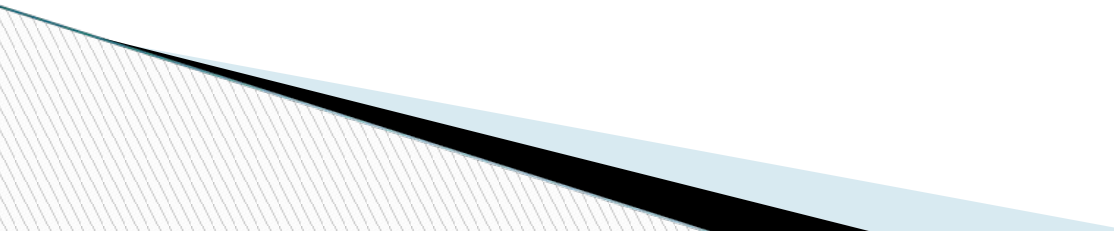


Оптимальный объем производства продукции

Объем, который обеспечивает выполнение заключенных договоров и обязательств по производству продукции (выполнению работ) в установленные сроки с минимумом затрат и максимально возможной эффективностью.



Измерители объема производства

- Натуральные измерители;
 - Трудовые измерители;
 - Стоимостные измерители
- 

Натуральные измерители

обеспечивают возможность получения количественного выражения и качественной характеристики тех или иных показателей и служат исходными величинами для определения потребности предприятия в рабочей силе, сырье, топливе, электроэнергии, оборудовании, производственных площадях.

Трудовые измерители

**применяются во
внутрипроизводственном
планировании для оценки
трудоемкости единицы продукции и
производственной программы**

Стоимостные измерители

производственной программы носят обобщающий характер и являются универсальными при взаимосвязи всех разделов плана предприятия. В денежном выражении рассчитываются такие показатели, как объем продаж, товарная или валовая продукция, чистая продукция, валовой и внутрипроизводственный оборот, нормативная стоимость обработки.

Объем продаж

~ **СТОИМОСТЬ ТОВАРОВ И УСЛУГ,
ПРОИЗВЕДЕННЫХ И
РЕАЛИЗОВАННЫХ
ПРЕДПРИЯТИЕМ ЗА
ОПРЕДЕЛЕННЫЙ ПЕРИОД
ВРЕМЕНИ.**

Объем плановой продукции

- ~ является одним из основных показателей, по которому оценивают результаты производственно-хозяйственной деятельности предприятия.

$$P = T + (P_{нп} - P_{кп}),$$

T – объем товарной продукции за определенный период (месяц, квартал, год);

P_{нп}, P_{кп} – стоимость остатков нереализованной продукции на начало и конец того же периода соответственно.

Товарная продукция

- ~ стоимость готовой продукции, полученной в результате производственной деятельности предприятия, законченных работ и услуг, предназначенных для реализации на сторону.

Объем товарной продукции

$$T = T_r + T_n$$

T_р – стоимость готовых изделий (услуг, работ), предназначенных для реализации на сторону;

T_н – стоимость полуфабрикатов собственного производства и продукции вспомогательных и подсобных хозяйств, предназначенных для реализации на сторону

Валовая продукция

- ~ характеризует весь объем выполненной работы предприятием за определенный период времени (месяц, квартал, год).

$$V = T + (H_{кн} - H_{нп}),$$

T - объем товарной продукции;

H_{кн}, H_{нп} – стоимость незавершенного производства на конец и начало периода соответственно

Чистая продукция

- ~ вновь созданная стоимость на предприятии. В неё входят оплата труда, выданная в виде заработной платы, оплата труда не выплаченная, но вошедшая в стоимость товара в виде налога и различных начислений, а также прибыль.

$$\text{Чистая продукция} = \text{Объем продаж} - \text{Материальные затраты} - \text{Амортизация}$$

Условно-чистая продукция

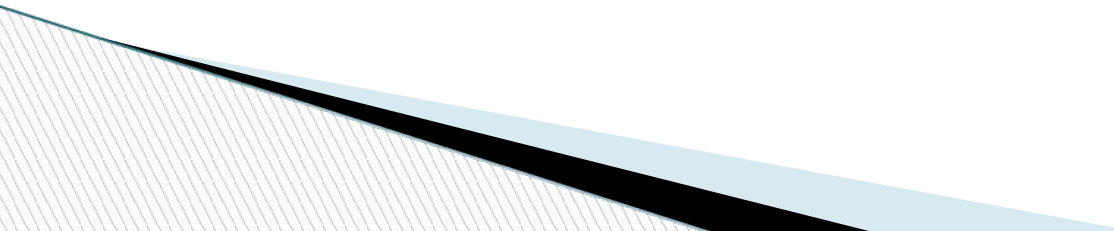
- ~ **ВНОВЬ СОЗДАННАЯ СТОИМОСТЬ, но с учетом амортизационных отчислений.**

$$\begin{array}{l} \text{Условно - чистая} \\ \text{продукция} \end{array} = \begin{array}{l} \text{Объем} \\ \text{продаж} \end{array} - \begin{array}{l} \text{Материальные} \\ \text{затраты} \end{array}$$

3. Производственная мощность предприятия

- ~ **максимально возможный выпуск продукции (выполнение работ, оказание услуг) за единицу времени в натуральном выражении в установленных производственной программой номенклатуре и ассортименте при полном использовании производственного оборудования, применении передовой технологии, современной организации производства и труда, обеспечении высокого качества продукции.**

Факторы, определяющие производственную мощность

- Количество и производительность оборудования;
 - Качественный состав оборудования, уровень физического и морального износа;
 - Степень прогрессивности техники и технологии производства;
 - Качество сырья, материалов, своевременность их поставок;
 - Уровень специализации предприятия;
 - Уровень организации производства и труда;
 - Фонд времени работы оборудования
- 

Классификация производственных мощностей

Теоретическая (проектная) мощность	Характеризует максимально возможный выпуск продукции при идеальных условиях функционирования производства.
Максимальная мощность	Теоретически возможный выпуск продукции в течение отчетного периода при обычном составе освоенной продукции, без ограничений со стороны факторов труда и материалов, при возможности увеличения смен и рабочих дней, а также использовании только установленного оборудования, готового к работе.
Экономическая мощность	Предел производства, который предприятию невыгодно превышать из-за большого роста издержек производства или каких-либо иных причин.
Практическая мощность	Наивысший объем выпуска продукции, который может быть достигнут на предприятии в реальных условиях работы. В большинстве случаев практическая производственная мощность совпадает с экономической.

Производственная мощность ведущего производства

$$M = \frac{n \cdot \Phi_{\text{макс}}}{M_{\text{T}}}$$

n – число единиц ведущего оборудования в цехе, на участке;

$\Phi_{\text{макс}}$ – максимально возможный фонд времени работы ведущего оборудования, ч.;

M_{T} – прогрессивная норма трудоемкости обработки продукции на ведущем оборудовании, ч.

Номинальный фонд времени работы оборудования за год

$$\mathbf{T_n = (T_k - В - П) t_c - T_r}$$

T_k – календарный фонд времени за год, дни;

$В$ – количество выходных дней в году;

$П$ – количество праздничных дней в году;

t_c – количество часов работы в сутки;

T_r – время, планируемое на ремонт и техническое обслуживание оборудования в год, ч.

Производственная
мощность

Проектная

Входная

Выходная

Среднегодовая производственная мощность

$$M_{\text{ср}} = M_{\text{н}} + \frac{M_{\text{в}} * n_1}{12} - \frac{M_{\text{вб}} * n_2}{12}$$

M_н – мощность на начало года (входная)

M_в – мощность, вводимая в течение года

M_{вб} – мощность, выбывающая в течение года

n₁ – количество полных месяцев до конца года с момента ввода мощностей

n₂ – количество полных месяцев до конца года с момента выбытия мощностей

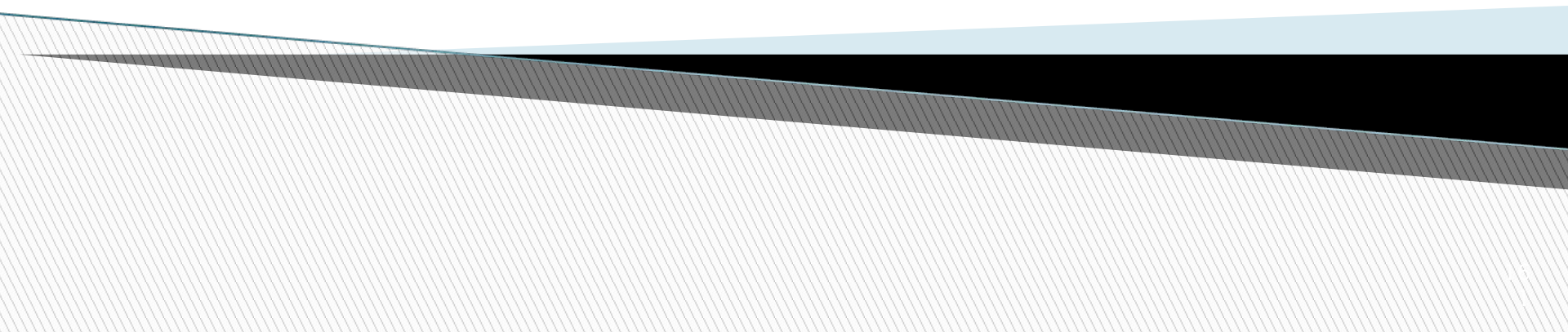
Коэффициент использования производственной мощности

$$K_m = \frac{V}{M_{\text{ср}}}$$

V – количество фактически произведенной продукции за год в натуральных или стоимостных единицах измерения;

M_{ср} – среднегодовая производственная мощность в тех же единицах измерения

Конкурентоспособность предприятия



Цели лекции

- ▣ Рассмотреть сущность конкурентоспособности, взгляды на ее сущность, изучить основные методы конкурентоспособности

План лекции

1. Понятие конкурентоспособности предприятия
2. Методы оценки конкурентоспособности предприятия

- Дополнительная литература:
- Р.А. Фатхудинов Управление конкурентоспособностью компании

Вопрос 1

- Сущность конкурентоспособности предприятия

Конкурентоспособность

- это свойство объекта, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке

Уровни конкурентоспособности



Конкурентоспособность предприятия

- это относительная характеристика, которая выражает отличия развития данной фирмы от развития конкурентных фирм по степени удовлетворения своими товарами потребности людей и по эффективности производственной деятельности

Особенности понятия конкурентоспособности предприятия

- · конкурентоспособность предприятия характеризует величину и **эффективность** использования всех **ресурсов** предприятия;
- · конкурентоспособность предприятия является **динамичным** показателем, изменения которого зависят как от внешних, так и от внутренних факторов;
- · конкурентоспособность предприятия является показателем **относительным**. Базой для сравнения являются аналогичные показатели конкурентоспособности предприятий конкурентов либо идеальных (эталонных) предприятий;

Особенности понятия конкурентоспособности предприятия

- • конкурентоспособность продукции и предприятия являются взаимосвязанными понятиями. Тем не менее, предприятие является опосредованным носителем свойства конкурентоспособности через свои товары и услуги;
- • конкурентоспособность – это свойство объекта, характеризующееся **степенью удовлетворения** им конкретной **потребности** по сравнению с аналогичными объектами на данном рынке;
- • конкурентоспособность предприятия – это **способность выдерживать конкуренцию** в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке;

Особенности понятия конкурентоспособности предприятия

- · конкурентоспособность предприятия показывает **уровень развития данной фирмы** в сравнении с уровнем развития конкурентных фирм по степени удовлетворения своими товарами потребности людей и по эффективности производственной деятельности;
- · конкурентоспособность предприятия характеризует величину **привлекательности** данного предприятия для **инвестора**;
- · на конкурентоспособность предприятия оказывает влияние **социальная среда**;
- · на конкурентоспособность предприятия оказывает влияние **экологическая среда**.

Принципы, реализация которых позволяет предприятию быть конкурентоспособным

- Нацеленность всех и каждого работника на действие, на продолжение начатого дела.
- Близость предприятия к клиенту.
- Создание автономии и творческой атмосферы на предприятии.
- Рост производительности благодаря использованию способностей людей и их желанию работать.
- Демонстрация важности общих для предприятия ценностей.
- Умение твёрдо стоять на своём.
- Простота организации, минимум уровней управления и служебного персонала.
- Умение быть одновременно мягким и жёстким. Держать под жёстким контролем наиболее важные проблемы и передавать подчинённым менее важные.

Смысл конкурентоспособности компании с точки зрения различных субъектов рынка

- ▣ *Для потребителей* – способность удовлетворять потребности (решать проблемы) потребителей на основе производства товаров и услуг, превосходящих конкурентов по требуемому набору параметров.
- ▣ *Для конкурентов* – способность производить товары и услуги, отвечающие требованиям мировых и внутренних рынков, и создавать условия роста потенциала конкурентоспособности.
- ▣ *Для инвесторов* – способность использовать ресурсы предприятия для динамичного развития и расширения рынков сбыта, увеличения рыночной стоимости предприятия.
- ▣ *Для субъектов рынков* – партнеров (отрасль, регион, кластер, государство) – способность производить конкурентоспособную продукцию и создавать условия роста потенциала конкурентоспособности на основе инновационных факторов роста

Факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия

- Уровень квалификации персонала и менеджмента
- Социальная ответственность бизнеса
- Технологический уровень производства
- Система налогообложения
- Таможенное регулирование
- Доступность коммерческих источников финансирования

Последовательность реализации системы обеспечения конкурентоспособности (СОК) состоит из следующих этапов:

- Установление целевой ориентации системы и рамок ее функционирования.
- Формирование и анализ системы факторов, влияющих на КС и стоимость предприятия.
- Определение и декомпозиция по уровням управления (стратегическому, тактическому и оперативному) конкретных целей, объектов и критериев функционирования системы.
- Разработка системы базовых показателей, определяющих эффективность функционирования системы по каждому объекту и уровню управления.
- Формирование состава задач системы.
- Разработка функциональной структуры системы.
- Установление алгоритмов и организационных регламентов формирования управленческих воздействий и перераспределения ресурсов при изменении показателей деятельности системы.
- Разработка информационной схемы взаимодействия подсистем СОК

Вопрос 2

- Методы оценки конкурентоспособности предприятия

Выделяют

- Субъекты оценки
- Объекты оценки

Объекты оценки

Субъекты оценки

- Потребители
- Поставщики
- Эксперты

Потребители можно разделить на

- • неосведомленных и малоосведомленных;
- • осведомленных;
- • понимающих;
- • квалифицированных.

Поставщики

- – это работники предприятий-изготовителей и предприятий сферы услуг. Данная категория специалистов способна профессионально оценить конкурентоспособность благодаря узкой профессиональной подготовке, знанию методики оценки, доступу к испытательной технике, информации о товарах-конкурентах в регионе, отрасли, стране и за рубежом.

Эксперты

- Эксперты действуют от лица общественных организаций, печатных органов, органов исполнительной власти. Они, как известно, представляют интересы третьей стороны, т.е. стороны, зависящей от первой (поставщиков) и второй сторон (продавцов).

Этапы оценки конкурентоспособности компании

1. Проведение системного анализа предприятия
2. Использование методики для оценки конкурентоспособности компании
3. Разработка мероприятий, направленных на повышение конкурентоспособности компании

Метод экспертных оценок для оценки конкурентоспособности предприятия

$$K = \sum_{i=1}^N K_i$$

где K_i - единичные показатели конкурентоспособности организации (продукции) общим числом N

Факторы конкурентоспособности	Трико аж	Конкурен ты					
		1	2	3	4	5	6
1. Менеджмент предприятия							
Предпринимательская культура и философия	4	2	3	3	2	3	2
Цели	5	1	2	5	2	4	2
Стратегии	3	0	2	2	1	2	5
2. Производство							
Оборудование	4	2	2	3	4	4	5
Гибкость производственных линий	5	1	2	2	4	4	5
Зависимость от поставщиков	4	1	1	2	3	2	-
Качество продукции	4	2	2	3	3	4	4

Факторы конкурентоспособности	Мы	Конкуренты					
		1	2	3	4	5	6
3. Научные исследования и развитие							
Интенсивность и результаты	3	0	1	3	2	2	5
Ноу-хау	3	0	1	3	1	1	5
Использование новых информационных технологий	3	0	1	2	2	3	5
4. Маркетинг							
Розничная торговля	5	1	2	3	2	2	5
Оптовая торговля	1	3	3	2	2	3	5
Разнообразие ассортимента	4	1	2	3	2	2	5
Цены	4	3	3	2	3	3	5
Реклама	3	0	0	0	2	2	5
Известность фирмы	3	4	3	2	3	4	5
Наличие собственной торговой сети	5	2	2	3	2	3	3
Быстрота реакции на изменения в спросе	3	0	1	1	2	3	5
Следование моде	3	1	2	2	2	4	5
Итого:	69	24	35	46	44	55	81

$$K = \sum_{i=1}^N W_i K_i$$

- где K_i - единичные показатели конкурентоспособности организации (продукции) общим числом N ;
- W_i - показатель значимости (веса) i - го единичного показателя конкурентоспособности.

Методика оценки конкурентоспособности предприятия с помощью рыночной карты

Темпы прироста рыночной доли (Т), %		Доля рынка, %			
		Лидеры рынка (при доле рынка свыше 40 %)	Организации с сильной конкурентной позицией (при доле рынка от 40 % до 15 %)	Организации со слабой конкурентной позицией (при доле рынка от 15% до 5%)	Аутсайдеры рынка (при доле рынка менее 5 %)
		1	2	3	4
Организации с быстро улучшающейся конкурентной позицией (Т более 10%)	1	1 Конкурент № 3	5 Предприятие	9	13
Организации с улучшающейся конкурентной позицией (Т от 10% до 5 % включительно)	2	2	6	10	14
Предприятия с ухудшающейся конкурентной позицией (Т от 5 % до -5% включительно)	3	3	7	11	15
Организаций с быстро ухудш. конкурентной позицией (Т менее - 5%)	4	4	8 Конкурент № 1	12	16 Конкурент №2

Многоугольник конкурентоспособности



Группа показателей для оценки конкурентоспособности предприятия

1. Эффективность производственной деятельности

*Издержки производства на единицу продукции,
руб*

Фондоотдача

Рентабельность товара

Производительность труда

Группа показателей для оценки конкурентоспособности предприятия

2. Финансовое положение предприятия

Коэффициент автономии (доля СК)

Коэффициент платежеспособности (текущей ликвидности)

Коэффициент абсолютной ликвидности

Коэффициент оборачиваемости оборотных средств

Группа показателей для оценки конкурентоспособности предприятия

3. Эффективность организации сбыта и продвижения товара

Рентабельность продаж

Коэффициент затоваренности готовой продукцией
(нереализованная продукция / объем продаж)

Коэффициент загрузки производственной мощности

Коэффициент эффективности рекламы и средств стимулирования сбыта

Группа показателей для оценки конкурентоспособности предприятия

4. Конкурентоспособность товара

Качество товара

Цена товара

На основе вышепредставленных показателей определяется интегральный показатель конкурентоспособности предприятия

$$K_{кп} = 0,15 Эп + 0,29 Фп + 0,23 Эс + 0,33 Кт$$

- $K_{кп}$ – коэффициент конкурентоспособности предприятия.
- $Эп$ – значение критерия эффективности производственной деятельности предприятия.
- $Фп$ – значение критерия финансового положения предприятия.
- $Эс$ – значение критерия эффективности организации сбыта и продвижения товара на рынке.
- $Кт$ – значение критерия конкурентоспособности товара

$$\text{Эп} = 0,31 \text{ И} + 0,19 \text{ Ф} + 0,40 \text{ Рт} + 0,10 \text{ П}$$

- Эп - критерий эффективности производственной деятельности предприятия.
- И – относительный показатель издержек производства на единицу продукции.
- Ф – относительный показатель фондоотдачи.
- Рт – относительный показатель рентабельности товара.
- П – относительный показатель производительности труда.

$$\mathbf{Фп = 0,29 Ка + 0,20 Кп + 0,36 Кл + 0,15 Ко}$$

- Фп – критерий финансового положения предприятия.
- Ка – относительный показатель автономии предприятия.
- Кп – относительный показатель платежеспособности предприятия.
- Кл – относительный показатель абсолютной ликвидности предприятия.
- Ко – относительный показатель оборачиваемости оборотных средств

$$\mathbf{Эс = 0,37 Рп + 0,29 Кз + 0,21 Км + 0,14 Кр}$$

- Эс – критерий эффективности организации сбыта и продвижения товара.
- Рп – относительный показатель рентабельности продаж.
- Кз – относительный показатель затоваренности готовой продукцией.
- Км – относительный показатель загрузки производственной мощности.
- Кр – относительный показатель эффективности рекламы и средств стимулирования сбыта

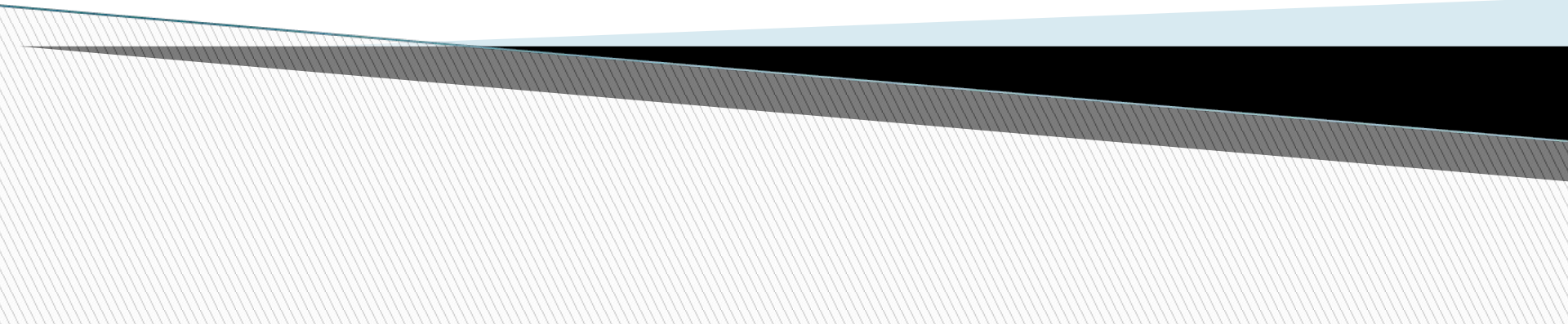
- Для перевода показателей в относительные величины производится их сравнение с базовыми показателями. В качестве базовых показателей (базы для сравнения) могут выступать:

Среднеотраслевые показатели, показатели любого конкурирующего предприятия или предприятия-лидера на рынке, показатели оцениваемого предприятия за прошлые отрезки времени. В целях перевода показателей в относительные величины используется 15-ти балловая шкала. При этом 5-ю баллами оценивается показатель, имеющий значение хуже, чем базовый; 10-ю баллами – на уровне базового; 15-ю баллами – лучше, чем базовый.

Модель формирования конкурентоспособности предприятия



Финансы предприятия



▣ **Финансы** предприятия – это совокупность денежных и экономических отношений, которые возникают в результате денежных потоков, связанных с функционированием финансовых фондов предприятия.

- Денежные отношения – один из самых главных компонентов финансово-хозяйственной деятельности компании. Они связаны со всеми сторонами ее деятельности: для того чтобы получить сырье для выпуска продукции, сначала нужно перечислить деньги. Денежные отношения – один из самых главных компонентов финансово-хозяйственной деятельности компании. Они связаны со всеми сторонами ее деятельности: для того чтобы получить сырье для выпуска продукции, сначала нужно перечислить деньги поставщикам, при реализации готовых товаров также на предприятие поступает выручка, внесение налоговых и бюджетных платежей, погашение действующих кредитов. Все перечисленные операции осуществляются за счет оборота финансовых ресурсов компании.



- ▣ **Финансы предприятия:
классификация**
- ▣ Финансовые отношения предприятия объединены в четыре группы.

▣ **1 группа**

- ▣ Она самая большая по объемам финансовых операций и включает отношения компаний между собой, которые связаны со сбытом готовой продукции, покупкой материальных ценностей, необходимых для ведения хозяйственной деятельности. Значение данной группы финансовых связей первичное. Именно в сфере материального производства формируется национальный доход, компании получают прибыль от продажи своих товаров и услуг.



▣ 2 группа

- ▣ Это совокупность финансовых отношений между подразделениями, отделами, бригадами, отношения в коллективе. Они связаны с выплатой заработной платы, разделением премиальных, оборотных средств и других материальных благ. Главная функция финансовых отношений данной группы – это формирование стимулов для эффективной работы, повышения уровня ответственности и заинтересованности в результатах своей работы. Отношения между сотрудниками – это их заработная плата.

▣ 3 группа

- ▣ Включают отношения, связанные с образованием и использованием финансовых фондов, так как в условиях рыночной экономики они обязательно должны быть сформированы. Средства из них используются на пополнение оборотного капитала, финансирование импорта, проведение исследовательских работ и маркетингового анализа. Важную роль играет внутриотраслевое перераспределение финансовых ресурсов и способствует оптимизации платежного баланса предприятия.



▣ 4 группа

▣ Кредитная, налоговая и таможенная политика должны быть направлены на снижение темпов инфляции, поддержку производства и привлечение инвестиций. Например, во многих странах весь прирост производства освобожден от налогообложения. Это выгодно обеим сторонам, так как налоги данные компании оплачивают в полном размере, а через год эти поступления резко возрастают.

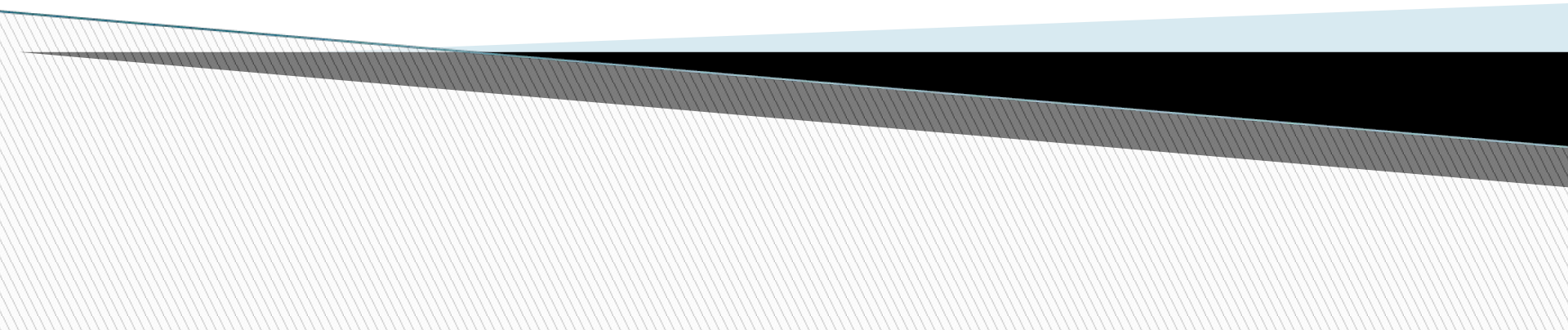
Финансовые ресурсы предприятия

Образуемые за счет собственных и приравненных средств	Мобилизуемые на финансовом рынке	Поступающие в порядке перераспределения
Прибыль от основной деятельности Прибыль от реализации вышедшего имущества Прочая прибыль Амортизация Устойчивые пассивы Целевые поступления Паевые и иные взносы	Продажа собственных ценных бумаг Дивиденды и проценты по ценным бумагам других эмитентов Кредит Доходы по операциям с иностранной валютой	Страховые возмещения Финансовые ресурсы, поступающие от других хозструктур Финансовые ресурсы, формирующиеся на паевых началах Бюджетные субсидии

Финансовый механизм

- Анализ финансов предприятия и управление ими осуществляется на основе финансового механизма. Это система управления финансами компании, которая предназначена для организации взаимодействия денежных фондов и финансовых отношений с целью их эффективного влияния на итоговые результаты деятельности компании. Данная система управления основывается на требования экономических законов.

Финансовые результаты деятельности предприятия



▣ *Финансовый результат* – обобщающий показатель анализа и оценки эффективности (неэффективности) деятельности хозяйствующего субъекта на определенных стадиях (этапах) его формирования.

- Фин. результат м/б положительным (прибыль) и отрицательным (убыток).
- В целом в понятие «финансовый результат» вкладывается определенный экономический смысл:
- - либо превышение (снижение) стоимости произведенной продукции над затратами на ее производство;
- - либо превышение стоимости реализованной продукции над полными затратами, понесенными в связи с ее производством и реализацией;
- - либо превышение чистой (нераспределенной) прибыли над понесенными убытками, что в конечном итоге является финансово-экономической базой приращения собственного капитала организации.

- ▣ *Прибыль* – конечный, положительный фин. результат производственно-хозяйственной деятельности предприятия.
- ▣ *Убыток* – конечный, отрицательный фин. результат производственно-хозяйственной деятельности предприятия.

Виды прибыли :

- 1) Валовая прибыль = Выручка от реализации товаров, работ, услуг – полная себестоимость реализованной продукции.
- Себестоимость реализованной продукции, кроме производственных затрат, также включает в себя величину сопутствующих платежей: налог на имущество; налог с владельцев транспортных средств; плата за землю; акцизный сбор и т.д.
- 2) Прибыль от продаж = Валовая прибыль – коммерческие и управленческие расходы.
- 3) Балансовая прибыль = Прибыль от продаж – Сальдо прочих расходов и доходов.
- 4) Прибыль до налогообложения = разность между доходами и расходами от основной производственной, финансовой или инвестиционной деятельности (Балансовая прибыль ± корректировки прибыли).
- 5) Прибыль после налогообложения = Прибыль до налогообложения - налогом на прибыль (20%). Чистая прибыль.

Чистую прибыль предприятие использует по своему усмотрению в двух направлениях:

- ▣ 1. *Фонд накопления* используется на развитие производства, создание резервного фонда, инвестирование в другие предприятия.
- ▣ 2. *Фонд потребления* используется для выплаты владельцам, акционерам, материальные поощрения персоналу по результатам работы, решения социальных проблем, благотворительность.

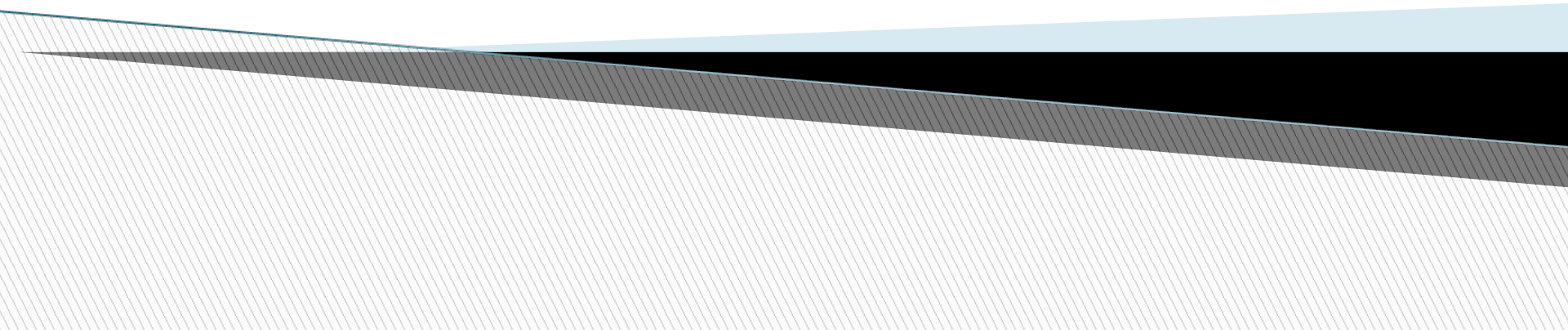
Прибыль каждого предприятия формируется из таких источников:

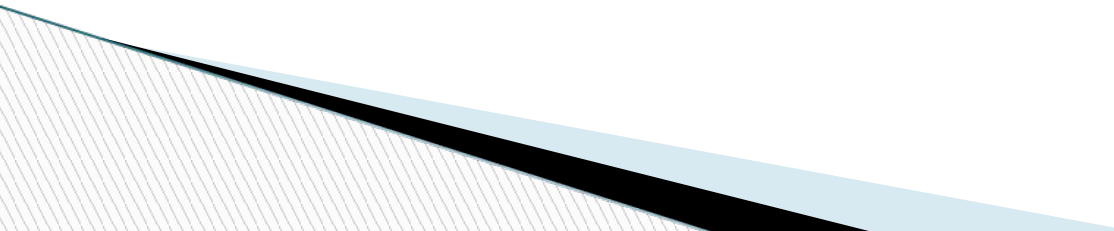
- ▣ 1- *Прибыль от реализации продукции (предоставления услуг)* - это прибыль от операционной деятельности предприятия. Данный вид прибыли отображает результат от основной деятельности предприятия на рынке и его профиля. Прибыль от реализации является разностью между выручкой от реализации продукции (без учета налога на добавленную стоимость и акцизного сбора) и полной себестоимостью продукции.

- *2-Прибыль от продажи имущества* - это прибыль предприятия от продажи материальных активов (основных фондов, запасов) и нематериальных активов, ценных бумаг и т.д. Прибыль от продажи имущества определяется как разница между ценой продажи и балансовой (остаточной) стоимостью объекта, который продается.

- *3-Прибыль от внереализационных операций* - это прибыль от совместной деятельности предприятий, проценты по приобретенным акциям, штрафы, которые выплачиваются другими предприятиями за нарушение договорных обязательств, доходы от владения долговыми обязательствами и т.д.

Экономическая эффективность деятельности предприятия



- Эффективность работы предприятия — комплексное многостороннее понятие. В рыночной экономике необходимым условием эффективного функционирования является баланс интересов всех участников бизнеса: собственников, менеджеров и производственных работников.
- 

- Необходимый уровень прибыли позволяет решать целый комплекс задач, которые обуславливают как стабильность и эффективность данного бизнеса, так и создание материальной основы для реализации экономических функций государства (путем отчисления налогов). Соотнося прибыль и затраченные на ее получение ресурсы, можно судить об эффективности деятельности фирмы в целом. Недостаточный уровень прибыли приводит к динамичному перераспределению ресурсов в экономике.

- Слово «эффект» (от лат.— исполнение, действие) означает результат, следствие каких-либо причин, действий.

Экономический эффект представляет собой разницу между результатами экономической деятельности (например, продуктом в стоимостном измерении) и затратами, произведенными для их получения.

Если результат экономической деятельности превышает затраты, то достигается положительный эффект (критерием оценки здесь служит прибыль); в противном случае — отрицательный эффект (например, убытки).

- Экономическая эффективность — это способность системы в процессе функционирования производить экономический эффект (потенциальная эффективность) и действительное создание такого эффекта (фактическая эффективность) или способность системы производить при ее изменении (и при преобразовании условий ее функционирования) больший экономический эффект, чем в других условиях; реализация этой способности.

- Это отношение результата деятельности к затратам на его достижение, т. е. результат сравнивается с затратами. При этом результаты и затраты могут быть сопоставимы в различных комбинациях:
 - 1) результат/затраты — результат, полученный на единицу затрат;
 - 2) затраты/результат — удельная величина затрат, приходящаяся на единицу полученного результата;
 - 3) (результат-затраты)/результат — удельная величина эффекта, приходящегося на единицу получаемых результатов. Данные соотношения являются базовыми при разработке показателей эффективности.

- В зависимости от целей организации выделяются различные виды эффективности:
 - 1) по степени значимости для организации различают стратегическую и тактическую эффективность;
 - 2) по отношению к внешней среде — внешнюю и внутреннюю эффективность;
 - 3) по содержанию выделяются технологическая, экономическая, производственная, научно-техническая, экологическая и социальная эффективность;
 - 4) по общественным характеристикам — общефирменная, внутрифирменная, групповая и индивидуальная эффективность;
 - 5) эффективность организационной структуры и эффективность механизма управления;
 - 6) по отношению к объекту и субъекту управления выделяют эффективность производства и эффективность управления.

- Примерами частной эффективности могут служить ее определенные виды:
 - 1) эффективность факторов производства — подразумевает способность указанных факторов приносить эффект, а также реализацию этой способности;
 - 2) эффективность капитальных вложений — соотношение между затратами на воспроизводство основных фондов и получаемыми вследствие этого результатами в виде ввода в действие объектов производственного и непроизводственного назначения, прироста продукции;
 - 3) предельный эффект затрат, т. е. дополнительный экономический эффект, который приносят дополнительные затраты определенного ресурса при неизменной величине остальных;
 - 4) эффективность экономических решений — является мерой изменения эффективности (рассматриваемой экономической системы), которая была достигнута в результате реализации оцениваемых решений или мероприятий;

- 5) производительность труда — плодотворность, продуктивность деятельности людей; измеряется количеством продукции, произведенным работником в сфере материального производства за единицу рабочего времени, или количеством времени, которое затрачено на производство единицы продукции;
- 6) фондоотдача, материалоотдача и обратные им показатели. Помимо задач, связанных с оценкой общих показателей эффективности фирмы, предпринимателю постоянно приходится решать частные задачи, побуждающие его не принимать отдельное управленческое решение, в основе которого также лежат соображения эффективности.