

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ
ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.Б4. «Экономика, организация, основы маркетинга в перерабатывающей
промышленности»**

Направление подготовки (специальность): 111900.62 «Ветеринарно-санитарная экспертиза»

Профиль образовательной программы: «Ветеринарно-санитарная экспертиза»

Форма обучения: очная

СОДЕРЖАНИЕ

1. Конспект лекций.....	3-23
1.1 Лекция № 1 Основы развития социально-экономических систем.	
1.2 Лекция № 2 Экономическая система общества.	
1.3 Лекция № 3 Издержки и прибыль предприятия.	
1.4 Лекция № 4 Роль и значение отраслей перерабатывающей промышленности в экономике страны.	
1.5 Лекция № 5 Формы экономических отношений на предприятиях и в объединениях перерабатывающей промышленности.	
1.6 Лекция № 6 Экономика и организация труда на перерабатывающих предприятиях АПК.	
1.7 Лекция № 7 Формы организации производства.	
1.8 Лекция № 8 Организация основного производства на предприятии.	
1.9 Лекция № 9 Понятие и сущность маркетинга и маркетинговые исследования.	
1.10 Лекция № 10 Ценовая и сбытовая политика маркетинга и управление маркетингом.	
2. Методические указания по проведению семинарских занятий.....	24-35
2.1 Семинарское занятие № С-1 Рынок как экономическая система.	
2.2 Семинарское занятие № С-2 Теория спроса и предложения.	
2.3 Семинарское занятие №С-3 Экономическая сущность и эффективность использования основных производственных фондов.	
2.4 Семинарское занятие №С-4 Теоретические основы формирования и использования оборотного капитала.	
2.5 Семинарское занятие №С-5 Себестоимость продукции на перерабатывающих предприятиях АПК.	
2.6 Семинарское занятие №С-6 Производственные процессы и их организация.	
2.7 Семинарское занятие №С-7 Организация производственной инфраструктуры предприятия.	
2.8 Семинарское занятие №С-8 Товар и товарная политика. Качество товара.	

1. КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ

1. 1 Лекция №1 (2 часа).

Тема: Основы развития социально-экономических систем

1.1.1 Вопросы лекции:

1. Экономические блага и их классификация
2. Потребности
3. Факторы производства
4. Производство и стадии его развития
5. Экономические ограничения: граница производственных возможностей
6. Экономический выбор
7. Основные экономические проблемы общества

1.1.2 Краткое содержание вопросов:

Наименование вопроса № 1: Экономические блага и их классификация:

Экономические блага — результаты экономической деятельности, которые можно получить в ограниченном количестве по сравнению с потребностями. Они включают в себя две категории — товары и услуги.

А) По потреблению блага:

- потребительские - для удовлетворения человеческих потребностей;
- производственные – используемые в процессе производства ресурсы;

Б) По вещественному содержанию:

- материальные – можно осязать;
- нематериальные – услуги, которые в свою очередь подразделяют на:
 - коммуникационные — услуги транспорта, связи;
 - распределительные — торговля, сбыт, складское хозяйство;
 - деловые — финансовые, страховые, услуги аудита, лизинга, маркетинга;
 - социальные — образование, здравоохранение, искусство, культура, социальное обеспечение;
 - общественные — услуги органов государственной власти (обеспечение стабильности в обществе) и др.

В) По характеру потребления:

- частные – предоставляются потребителю с учетом его индивидуального спроса;
- общественные – неделимы и принадлежат обществу:
 - а) взаимозаменяемые (субинституты) – удовлетворяют одну и ту же потребность и замещают друг друга в процессе потребления;
 - б) взаимодополняемые (комплементы) – дополняют друг друга в процессе потребления.

Г) При всем этом блага делятся на нормальные и низшие:

- нормальным - блага, потребление которых увеличивается с ростом благосостояния (доходов) потребителей;
- низшие блага обладают противоположной закономерностью: при росте доходов их потребление уменьшается, а при уменьшении дохода увеличивается (картофель и хлеб).

Наименование вопроса № 2: Потребности

Потребность — это нужда в чем-либо необходимом для поддержания жизнедеятельности, развития личности и общества в целом.

- первичные - удовлетворяющие жизненно важные нужды;
- вторичные - все остальные (досуг, культура, спорт).

К материальным потребностям относятся и услуги, которые наравне с благами удовлетворяют наши потребности, многие блага и покупаются ради услуг. В состав материальных включаются также потребности предприятий, правительственных учреждений. Частным предприятиям необходимы здания, сооружения, оборудование, транспортные средства, складские помещения и многое другое для производственных целей. Обществу для удовлетворения коллективных потребностей граждан необходимы железные дороги, шоссе, школы, больницы, военная техника и т.д.

Наименование вопроса № 3: Факторы производства.

Капитал — весь производственно-технический аппарат, который люди создали для увеличения своих сил и расширения возможностей изготовления необходимых благ. Объем капитала обычно измеряют его суммарной денежной стоимостью.

Труд как фактор производства - деятельность людей по производству благ и услуг путем использования физических и умственных возможностей, а также навыков, приобретенных в результате обучения и опыта работы. Покупка труда — покупка конкретных трудовых услуг.

Предпринимательство - услуги, которые могут оказывать обществу люди, наделенные предпринимательскими способностями.

Экономические ресурсы мобильны, так как могут перемещаться в пространстве, хотя степень их мобильности различна: наименее мобильны природные ресурсы, подвижность многих из которых близка к нулю, более подвижны трудовые ресурсы, еще более мобильны предпринимательские способности, самым мобильным ресурсом является капитал.

Переплетение ресурсов и их мобильность отражают взаимозаменяемость (альтернативность).

Экономические ресурсы заменяют друг друга вначале легко, а потом все труднее. Ресурсы могут обладать абсолютной взаимозаменяемостью.

Ресурсы обладают свойством абсолютной комплементарности. Это означает, что два ресурса, используемых для производства какой-либо продукции, имеют определенную пропорцию.

Наименование вопроса №4: Производство и стадии его развития.

Производство — это регулируемый людьми процесс создания продуктов с использованием факторов производства и соблюдением технических условий и правил, а также учетом социально-этических норм.

Стадии развития производства:

1. Доиндустриальная: преобладающую роль в экономике занимает сельское хозяйство; большая часть населения занята земледелием и скотоводством; во всех сферах деятельности преобладает ручной труд; основной формой организации труда является натуральное хозяйство; общественное разделение труда не развито. Промышленный переворот конца XVIII — начала XIX в. обусловил переход на следующую стадию;

2. Индустриальная: преобладающую роль в экономике играет промышленное производство с массовым использованием технологических машин и оборудования; основная часть трудоспособного населения занята в индустриальных отраслях производства; происходит активизация процесса общественного разделения труда и ускорение темпов урбанизации населения. Научно-техническая революция, произошедшая в середине XX в., обусловила переход к следующей стадии;

3. Постиндустриальная: преобладающую роль в экономике занимает сфера услуг, в которой занята большая часть населения; центральное место в системе производительных сил занимает наука; на базе высоких технологий осваивается производство благ, ранее не существовавших в природе; массовая информация и автоматизация всех отраслей народного хозяйства.

Наименование вопроса №5: Экономические ограничения: граница производственных возможностей

В экономической деятельности разным по количеству, качеству и структуре изменяющимся потребностям противостоят ограниченные по количеству и разнообразию ресурсы (естественные и создаваемые трудом), необходимые для удовлетворения потребностей субъектов и нации в целом.

Выбор путей использования ограниченных ресурсов рационален в том случае, если он обеспечивает минимизацию затрат и максимизацию полезного эффекта, только тогда будет обеспечено оптимальное функционирование экономики.

Экономическое понимание категории цены связано с понятием альтернативной стоимости, или издержек упущенных возможностей. Издержки упущенных возможностей какого-либо блага — это количество других благ, от производства которых нужно отказаться. Таким образом, цена может выражаться как в благах, от производства или потребления которых необходимо отказаться, так и в деньгах. Цену также можно выразить и в часах рабочего времени.

Наименование вопроса №6: Экономический выбор.

Ограниченность - недостаточность объема имеющихся ресурсов всех видов для производства того объема благ, который люди хотели бы получить. Она свойственна всем разновидностям ресурсов, вынуждает людей делать экономический выбор: что, как и для кого производить, в каких количествах и в какие периоды времени. Ограниченность свойственна ископаемым, капиталу, знаниям и информации о технологиях производства. Так, ограниченность ресурса труда проявляется в том, что человек как работник способен производить только какой-либо один вид продукта, работать только в одной отрасли.

В каждый определенный момент времени количество любых ресурсов представляет собой величину фиксированную. Применение всех ресурсов в какой-либо одной отрасли исключает возможность их применения в какой-либо другой. Из одного и того же ограниченного сырьевого ресурса также может быть произведена только какая-то одна разновидность экономического блага. Следовательно, решение вопроса о том, что, как и для кого производить, связано с альтернативой, или с выбором в пользу выпуска одних благ и отказа от выпуска других, не менее необходимых людям благ. Издержки такого выбора называют альтернативными. Из-за ограниченности ресурсов отвергнутые варианты решения невозможно воплотить: необходимые для этого ресурсы уже потрачены на реализацию выбранного варианта.

Наименование вопроса №7: Основные экономические проблемы общества.

Главная экономическая задача общества — выбор наиболее эффективного варианта распределения факторов производства в целях решения проблемы ограниченности возможностей, которая обусловлена беспредельными потребностями общества и ограниченностью его ресурсов.

Отдельный человек может обеспечить себя необходимыми благами различными путями: произвести их самостоятельно или обменять на другие блага.

Существуют различные варианты производства как всего набора благ, так и каждого блага в отдельности. Необходимо определить, кем, из каких ресурсов, с помощью какой технологии производства, посредством какой организации они должны быть произведены. Поскольку количество созданных благ ограничено, то возникает проблема их распределения. Кто должен пользоваться этими благами, извлекать полезность? Должны ли все члены общества получать одинаковую долю или должны быть бедные и богатые? Какова должна быть доля тех и других? Решение данной проблемы определяет цели общества, стимулы его развития.

1. 2 Лекция №2(2 часа).

Тема: Экономическая система общества.

1.2.1 Вопросы лекции:

1. Экономические отношения
2. Общая характеристика экономической системы
3. Собственность как основа экономической системы
4. Права собственности
5. Формы собственности
6. Формы хозяйствования
7. Типы экономических систем
8. Экономические интересы, цели и средства их достижения

9. Координация выбора в различных экономических системах

10. Трансакционные издержки

1.2.2. Краткое содержание вопросов

Наименование вопроса №1: Экономические отношения.

Экономические отношения образуют сложную иерархическую систему, их можно рассматривать в зависимости от цели анализа и критериев классификации входящих в нее элементов. В данной системе можно выделить отношения воспроизведенного характера, т.е. производства, распределения, обмена и потребления, можно классифицировать отношения по формам собственности — государственной и частной.

Виды экономических отношений:

- между отдельными государствами (международные экономические отношения);
- между государством и предприятиями;
- между предприятиями;
- внутри предприятия;
- между государством и домашними хозяйствами;
- между предприятиями и домашними хозяйствами и др.

1) Социально-экономические отношения выражают отношения между людьми посредством их отношения к вещам и благам.

2) Организационно-экономические отношения возникают между экономическими субъектами в процессе организации производства. Вместе с тем в этих отношениях имеются общие черты: разделение и специализация труда; кооперирование труда; концентрация и комбинирование производства.

Наименование вопроса №2: Общая характеристика экономической системы.

Экономическая система - совокупность всех экономических элементов, механизмов и процессов, осуществляющихся в обществе на основе сложившихся в нем отношений собственности.

В основе экономической системы лежат два основных признака: форма собственности на средства производства и способ координации и управления экономической деятельностью.

1. Производство — это исходный пункт создания материальных и нематериальных благ.

2. Распределение — это распределение не только произведенных благ и услуг, но и производственных ресурсов. В рыночном хозяйстве распределение ресурсов происходит под воздействием ценового механизма.

3. Обмен способствует перемещению в пространстве благ. С помощью обмена полнее удовлетворяются потребности, а, следовательно, увеличивается богатство общества.

4. Потребление - использование общественного продукта в процессе удовлетворения экономических потребностей людей. Различают производственное и непроизводственное потребление. Непроизводственное потребление делится на общественное, коллективное и личное.

Производство, обмен, распределение и потребление, рассматриваемые в совокупности, есть экономический кругооборот.

Хозяйственный механизм — это совокупность форм, функций и методов организации общественного производства. Он включает в себя такие конкретные формы отношений, как нормы и нормативы, экономические оценки ресурсов, финансы и кредит, цена, прибыль, заработная плата, премия и т.д.

Наименование вопроса №3: Собственность как основа экономической системы.

Под собственностью в экономической системе следует понимать отношения между всеми хозяйствующими субъектами по поводу отчуждения и присвоения материальных условий производства (средства производства) и его конечных результатов (предметов потребления).

Главной характеристикой собственности является не то, что присваивается, а то, кем и как присваивается. Собственность осуществляет свою экономическую функцию только

тогда, когда она реализуется, т.е. когда приносит ее субъекту определенную экономическую выгоду в форме прибыли, дохода, ренты, дивидендов и др. Основу для принятия рациональных решений в рыночной экономике составляют права собственности. Они точно определяют набор правомочий собственника. Юридические права собственности определяются в традиционных понятиях: владение, пользование, распоряжение, которое следует отличать от присвоения (отчуждения).

Субъекты собственности - физические и юридические лица, между которыми возникают отношения собственности (частные лица, коллективы и общество). Объекты собственности — это то, по поводу чего складываются отношения собственности (экономические ресурсы и предметы потребления).

Наименование вопроса №4: Права собственности.

Права собственности - санкционированные обществом (законами, распоряжениями, традициями и обычаями) поведенческие отношения между людьми, которые возникают в связи с существованием благ и касаются их использования.

Собственность неразрывна с ограниченностью ресурсов. Собственность своим конечным основанием имеет существование благ, количество которых меньше по сравнению с потребностями в них. Такое несоответствие ведет к тому, что центральным моментом отношений собственности становится их исключительный характер. Исключить других из свободного доступа к ресурсам означает специфицировать права собственности на них. Спецификация прав собственности — это закрепление отдельных правомочий за одним или несколькими экономическими субъектами. Смысл и цель спецификации состоит в том, чтобы создать условия для приобретения прав собственности теми, кто ценит их выше, кто способен извлечь из них большую пользу.

Наименование вопроса №5: Формы собственности.

Форма собственности связана с конкретным владельцем, с тем хозяйствующим субъектом, которому принадлежат средства производства.

Частная собственность — когда исключительными правами на ресурсы пользуются отдельные индивиды.

Государственная собственность означает, что права принадлежат государству и его органам управления.

Частная форма собственности на средства производства создает реального собственника, суверенного хозяина, предпринимателя, заинтересованного владельца, ответственного за экономически эффективное воспроизводство средств производства, она формирует конкретную сферу, определяющую эффективное развитие рыночной экономики.

Государственная форма собственности - особый вид общественных отношений по поводу собственности на условия производства и результаты труда, при которых как средства труда, так и его результаты принадлежат государству. Присвоение осуществляется в пользу не частного лица, а особого собственника — государства.

Управление и распоряжение объектами собственности осуществляют органы государственной власти. В государственной собственности находятся те предприятия, преобразование которых в частную форму нецелесообразно.

Трудовая собственность развивается и приумножается от предпринимательской деятельности, ведения собственного хозяйства и других форм, в основе которых лежит труд данного лица. Нетрудовая собственность возникает вследствие получения имущества по наследству, дивидендов от акций, облигаций, доходов от средств, вложенных в кредитные учреждения, и других источников, не связанных с трудовой деятельностью.

Наименование вопроса №6: Формы хозяйствования.

Формы хозяйствования характеризуются определенным типом организационно-экономических отношений, наилучшим образом обеспечивающим реализацию экономических интересов субъекта собственности.

Частная форма собственности может иметь индивидуальную форму хозяйствования, когда собственником средств производства является единственный хозяин, которому принадлежит право присвоения результатов труда. Она может приобретать различные совместные формы хозяйствования: кооператив, товарищество, союз и т.п.

Наиболее распространенной формой хозяйствования в современной рыночной экономике является акционерная, или корпоративная. Эта форма хозяйствования представляется коллективной формой собственности.

Смешанная собственность (образованная на основе государственной и частной) - это такая акционерная форма хозяйствования, где присвоение осуществляется в интересах двух собственников — частного владельца капитала и государства.

Наименование вопроса №7: Типы экономических систем.

1. По уровню технологического развития:

- доиндустриальное общество;
- индустриальную экономику;
- постиндустриальную экономику;

2. По формам собственности и способам управления экономической деятельностью:

- традиционная экономика — способ организации хозяйственной жизни, при котором земля и капитал находятся в общем владении, а ограниченные ресурсы распределяются в соответствии с существующими традициями;

- рыночная экономика основана на частной собственности на ресурсы, на использовании системы рынков и цен для координации экономической деятельности и управления ею. В экономике свободного рынка государство не играет никакой роли в распределении ресурсов, все решения принимаются рыночными субъектами самостоятельно, на свой страх и риск;

- административно-командная экономика характеризуется доминирующей долей государственной собственности, где большинство предприятий осуществляют свою деятельность на основе государственных директив;

- смешанная экономика характеризуется важной ролью государства в производстве, распределении, обмене и потреблении всех ресурсов и материальных благ, однако участие государства в рыночной экономике не сводит на нет регулируемую роль рынка.

Особое место в развитии человеческого общества занимает переходная экономика - находится в состоянии перехода от одного типа хозяйства к другому.

Наименование вопроса №8: Экономические интересы, цели и средства их достижения

Экономические интересы — объективные побудительные мотивы экономической деятельности, связанные со стремлением людей к удовлетворению возрастающих материальных и духовных потребностей.

1) личные, связанные с индивидуальными потребностями домашних хозяйств;

2) коллективные, выражающие необходимость удовлетворения потребностей групп населения, предприятий, организаций, всех тех, кто объединен этим общим интересом, и общественные, представляющие потребности общества в целом, всего государства.

Экономические стимулы — факторы, усиливающие материальную выгоду, повышающие интерес.

Наименование вопроса №9: Координация выбора в различных экономических системах

В любой экономической системе производитель должен осуществлять расчет своих затрат и полученных выгод. Но рассчитать соотношение выгод и затрат можно только с помощью механизма цен. Этот механизм и координирует экономический выбор людей. Такой механизм, или порядок, называется спонтанным (самопроизвольным). Спонтанный порядок возник естественным путем, в ходе развития человеческой цивилизации.

Альтернативный способ получения информации о том, что, как и для кого производить, — это система приказов и поручений, идущая сверху вниз, от некоего центра к

непосредственному производителю. Такая система называется иерархией. Она основана не на ценовых сигналах, а на власти руководителя или центрального государственного органа.

Наименование вопроса №10: Трансакционные издержки

Трансакционные издержки непосредственно не связаны с производством, а представляют затраты, которые способствуют развитию обмена, заключению сделок. Вот некоторые из них:

1) издержки поиска информации о контрагентах хозяйственных сделок с целью получения наиболее выгодных условий купли-продажи;

2) издержки заключения хозяйственного договора (контракта), для этого требуются затраты времени и денег;

3) издержки измерения, которые связаны с необходимостью затрат на приобретение измерительной аппаратуры, получение знаний товароведа или приобретение торговой марки;

4) издержки спецификации и защиты прав собственности, связанные с издержками на установление объекта и субъекта собственности, а также с функционированием судебной системы и органов охраны правопорядка (альтернативный способ защиты своей собственности — «крыша»);

5) издержки оппортунистического поведения, означающего нечестность, обман, скрытие информации. Короче, это просчитанные усилия по сбиванию с правильного пути. Оппортунистическое поведение влечет за собой ощутимые издержки как до, так и после заключения сделки. Выявление и наказание нарушителя договора связаны с издержками.

Любая экономика сталкивается с трансакционными издержками, и экономические агенты стремятся снизить их величину. Задачу минимизации трансакционных издержек выполняют институты. Институты — совокупность созданных людьми формальных и неформальных правил, выступающих в виде ограничения для экономических агентов, а также соответствующих механизмов контроля по их соблюдению и защите.

1. 3 Лекция №3(2 часа).

Тема: Издержки и прибыль предприятия.

1.3.1 Вопросы лекции:

1. Издержки: бухгалтерские и экономические
2. Постоянные, переменные и валовые издержки
3. Средние и предельные издержки
4. Издержки предприятия в долгосрочном периоде
5. Эффект масштаба производства
6. Закон убывающей отдачи
7. Денежные доходы предприятия
8. Прибыль: бухгалтерская, экономическая и нормальная

1.3.2. Краткое содержание вопросов

Наименование вопроса №1: Издержки: бухгалтерские и экономические

Расходы предприятия в денежной (стоимостной) форме на приобретение различных экономических ресурсов с целью использования их в процессе производства и сбыта товаров называются издержками (С). Бухгалтерские издержки включают в себя:

- 1) материальные затраты;
- 2) затраты на оплату труда;
- 3) отчисления на социальные нужды;
- 4) амортизация (отчисления по установленным законодательством нормам, отражающие износ основного капитала);
- 5) прочие затраты.

Бухгалтерские издержки — это затраты предприятия на приобретение ресурсов со стороны. Их называют явными, или внешними, издержками.

Неявными называются внутренние издержки использования ресурсов, являющихся собственностью предприятия. Сумма явных (внешних) и неявных (внутренних) издержек составляет экономические издержки, которые имеют определяющее значение для оценки деятельности предприятия.

Наименование вопроса №2: Постоянные, переменные и валовые издержки.

Некоторые факторы производства используются предприятием постоянно, независимо от объемов производства: аренда помещения, возмещение банковского кредита, уплата страховых взносов, коммунальных услуг, амортизационные отчисления. Издержки, размеры которых не зависят от объема производимой продукции, называются постоянными издержками предприятия.

Затраты на выплату заработной платы основным производственным рабочим, платежи за сырье, материалы, топливо, электроэнергию и т.д. относят к переменным издержкам предприятия.

В сумме постоянные и переменные издержки составляют общие, или валовые, издержки предприятия.

Если постоянные издержки неизменны, а переменные растут по мере увеличения объемов производства, то валовые издержки будут расти.

При нулевом объеме производства валовые издержки равны величине постоянных издержек. При наращивании объема производства валовые издержки увеличиваются на величину переменных издержек в соответствующей точке.

Наименование вопроса №3: Средние и предельные издержки

Для предпринимателя представляет интерес не только общая сумма издержек производимых им товаров или услуг, но и средние издержки, т.е. издержки предприятия на единицу производимой продукции. При определении прибыльности или убыточности производства средние издержки сравниваются с ценой.

Категория предельных издержек имеет стратегическое значение, поскольку позволяет показать те издержки, которые придется понести предприятию в случае производства еще одной единицы продукции или сэкономить в случае сокращения производства на эту единицу. Иначе говоря, предельные издержки — это та величина, которую предприятие может контролировать. Поведение предельных издержек сходно с поведением средних переменных издержек.

По мере приближения к технологическому оптимуму затраты на выпуск каждой дополнительной единицы падают, а после его превышения — возрастают.

Наименование вопроса №4: Издержки предприятия в долгосрочном периоде

В долгосрочном временном интервале предприятие может менять все факторы производства. Все издержки будут выступать в качестве переменных, а средние переменные издержки будут равны средним валовым издержкам. Анализ изменения долгосрочных издержек важен для выбора стратегии предприятия в области масштабов своей деятельности.

Наименование вопроса №5: Эффект масштаба производства

Эффект масштаба будет положительным, если при увеличении размеров предприятия средние валовые издержки уменьшаются, и отрицательным — если увеличиваются.

К числу факторов, определяющих положительный эффект масштаба производства, относятся:

- специализация ресурсов — труда, оборудования, менеджмента;
- использование наиболее современного высокопроизводительного оборудования — поточных линий, автоматизированных модулей и т.п.;
- расходы на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы;
- развитие производства из отходов основного производства.

Факторы положительного эффекта масштаба производства при чрезмерном «увлечении» ими превращаются в факторы отрицательного эффекта.

Критерием эффективности масштаба производства является оптимальный размер предприятия, т.е. размер, обеспечивающий минимальные долгосрочные средние издержки. Критерий минимальных средних издержек во многом определяет поведение предприятия в долгосрочном периоде.

Принято различать постоянную, возрастающую и убывающую отдачу от масштаба производства. Если при пропорциональном увеличении количества факторов в n раз объем производства тоже увеличится в n раз, то имеет место постоянная отдача от масштаба.

Возрастающая отдача от масштаба имеет место тогда, когда пропорциональное увеличение количества всех применяемых факторов в n раз увеличивает объем производства больше, чем в n раз.

Когда пропорциональное увеличение всех применяемых факторов в n раз вызывает рост объема производства меньше, чем в n раз, имеет место убывающая отдача от масштаба производства.

Наименование вопроса №6: Закон убывающей отдачи

Факторы производства должны использоваться предприятием с соблюдением определенной пропорциональности между постоянными и переменными факторами. Нельзя произвольно увеличивать количество переменных факторов на единицу постоянного фактора, поскольку в этом случае вступает в действие закон убывающей отдачи (возрастающих затрат).

Непрерывное увеличение использования одного переменного ресурса в сочетании с неизменным количеством других ресурсов на определенном этапе приводит к прекращению роста отдачи от него, а затем и к ее сокращению. Данный закон действует при неизменном технологическом уровне производства. Переход к более прогрессивной технологии повышает отдачу ресурсов независимо от соотношения постоянных и переменных факторов. При постепенном введении в производство дополнительных единиц переменного ресурса при условии, что все остальные ресурсы постоянны, отдача от этого ресурса сначала быстро растет, а затем ее прирост начинает снижаться.

Наименование вопроса №7: Денежные доходы предприятия

Доход — определенная денежная сумма, получаемая предприятием в результате производства и реализации товаров и услуг за определенный период времени. Доход предприятия имеет три разновидности: валовой, средний и предельный.

Валовой доход (77?) — общая сумма денежной выручки, полученная предприятием в результате реализации произведенной продукции:

$$TR = PQ,$$

где P — цена реализации единицы продукции;

Q — количество единиц произведенной и реализованной продукции.

Валовой доход предприятия при постоянной цене изменяется прямо пропорционально изменению выпуска и реализации продукции.

Наименование вопроса №8: Прибыль: бухгалтерская, экономическая и нормальная

В общем виде прибыль — это разность между общей выручкой от реализации продукции и суммарными издержками. Разность между выручкой и бухгалтерскими (явными) издержками образует бухгалтерскую прибыль. Разность между выручкой и экономическими (явными и неявными) издержками есть экономическая прибыль. Поскольку явные издержки совпадают с бухгалтерскими, правомерно считать, что бухгалтерская прибыль превышает экономическую на величину неявных издержек.

Нормальная прибыль (нулевая экономическая прибыль) появляется в том случае, когда общая выручка равна общим (явным и неявным) издержкам. Данная прибыль есть минимальная плата за удержание предпринимателя от альтернативного использования ресурсов.

Наличие положительной бухгалтерской прибыли свидетельствует о благополучии предприятия. Существование нормальной прибыли говорит о том, что бизнес идет не хуже, чем в среднем по экономике. Наличие положительной экономической прибыли означает, что данное предприятие лучше других распоряжается ресурсами. Следовательно, именно положительная экономическая прибыль является наиболее точным индикатором эффективности предприятия.

1. 4 Лекция №4 (2 часа).

Тема: «Перерабатывающая промышленность в системе АПК, проблемы и перспективы»

1.4.1 Вопросы лекции:

1. Состав и структура АПК
2. Продовольственный комплекс и его роль в обеспечении продовольственной безопасности страны
3. Современное состояние перерабатывающей промышленности России: проблемы и перспективы развития.

1.4.2.Краткое содержание вопросов

Наименование вопроса №1: Состав и структура АПК.

Агропромышленный комплекс (АПК) - совокупность отраслей народного хозяйства, связанных с развитием сельского хозяйства, обслуживанием его производства и доведением сельскохозяйственной продукции до потребителя.

Сферы АПК по функциональному назначению:

- 1 - совокупность отраслей, производящих средства производства и осуществляющих материально-техническое обеспечение сельского хозяйства;
- 2 - непосредственно сельское хозяйство;
- 3 - перерабатывающая промышленность;
- 4 - отрасли, которые обеспечивают функционирование инфраструктуры АПК: связь, транспортировку, заготовку, хранение конечного продукта.

Агропромышленное производство состоит из пяти взаимосвязанных стадий:

- 1) производство средств производства для всей системы АПК;
- 2) сельскохозяйственное производство;
- 3) производство предметов потребления из сельскохозяйственного сырья;
- 4) производственно-техническое и технологическое обслуживание всех стадий воспроизводственного цикла;
- 5) реализация конечной продукции.

Агропромышленная интеграция - процесс усиления производственных связей и органического соединения сельского хозяйства с другими отраслями, занимающимися обслуживанием сельского хозяйства и доведением его продукции до потребителя.

Главной задачей всех отраслей агропромышленного комплекса является увеличение производства конечного продукта и снижение совокупных затрат в расчете на его единицу.

Наименование вопроса №2: Продовольственный комплекс и его роль в обеспечении продовольственной безопасности страны.

АПК по характеру произведенного конечного продукта:

- продовольственный, который имеет ряд подкомплексов(зерновой, свеклосахарный, плодоовощной, картофельный, мясной, молочный, масложировой, рыбный и др.);
- непродовольственный: текстильные товары, товары легкой промышленности, технические масла и др.

Обеспечение продовольственной безопасности сопряжено с рисками, которые могут существенно ее ослабить. Наиболее значимы следующие категории рисков:

- макроэкономические — обусловленные снижением инвестиционной привлекательности отечественного реального сектора экономики и

конкурентоспособности отечественной продукции, а также зависимостью важнейших сфер экономики от внешнеэкономической конъюнктуры;

- технологические — вызванные отставанием от развитых стран в уровне технологического развития отечественной производственной базы, различиями в требованиях к безопасности пищевых продуктов и организации системы контроля их соблюдения;

- агроэкологические — обусловленные неблагоприятными климатическими изменениями, а также последствиями природных и техногенных чрезвычайных ситуаций;

- внешнеторговые — вызванные колебаниями рыночной конъюнктуры и применением мер государственной поддержки в зарубежных странах.

Поэтому важнейшими стратегическими направлениями государственной продовольственной политики в ближайший период являются:

- 1) создание эффективной рыночной системы производства, распределения, обмена и сбыта сельхозпродукции и продовольствия;

- 2) переход от нецивилизованных к организованным продовольственным рынкам;

- 3) разработка четкой и последовательной стратегии налогообложения, основывающейся на комплексном анализе имеющейся информации о сложившейся ситуации на продовольственных рынках России, с учетом международного опыта.

Наименование вопроса №3: Современное состояние перерабатывающей промышленности России: проблемы и перспективы развития.

Условно все отрасли перерабатывающей промышленности можно разделить на три группы в зависимости от вида перерабатываемого сырья:

- 1) перерабатывающие сельскохозяйственное сырье растительного происхождения (зерновая, свеклосахарная отрасли и т.д.);

- 2) перерабатывающие сельскохозяйственное сырье животного происхождения (мясная, молочная промышленность);

- 3) добывающие и перерабатывающие несельскохозяйственное сырье (соляная, рыбодобывающая промышленность и т.д.).

Перерабатывающая промышленность России включает более 30 отраслей.

Состояние современной перерабатывающей промышленности в настоящее время характеризуется спадом производства, технической отсталостью и хронической нехваткой капитальных вложений для воспроизводства основных средств, большим удельным весом затрат ручного труда, отсутствием собственной сырьевой базы, ростом импортной продукции на отечественном рынке, вытеснением отечественного производителя с рынка в связи с его неконкурентоспособностью. Причиной такого спада стало: отсутствие обеспечения предприятий перерабатывающей промышленности качественным сырьем в результате разрушения сложившихся сырьевых зон; ежегодное повышение цен на энергоносители; несовершенство взаиморасчетов между предприятиями АПК; высокие проценты за пользование кредитами и т.д.

Данную проблему необходимо решать путем интеграции перерабатывающих предприятий с сельхозпроизводителями. Экономическая интеграция - сотрудничество, при котором достигается объединение хозяйствующих субъектов, их приспособление друг к другу, углубление взаимодействия, развитие связей между ними.

1. 5 Лекция №5 (2 часа).

Тема: «Формы экономических отношений на предприятиях и в объединениях перерабатывающей промышленности»

1.5.1 Вопросы лекции:

1. Экономическая сущность собственности и ее формы
2. Организационно-правовые формы хозяйствования юридических лиц, их сущность и особенности
3. Понятие и сущность общей и производственной структуры предприятия

1.5.2. Краткое содержание вопросов.

Наименование вопроса №1: Экономическая сущность собственности и ее формы

Присвоение — процесс, который возникает в результате соединения объекта и субъекта присвоения, т.е. это конкретно-общественный способ овладения вещью. Оно означает отношение субъекта к определенным вещам как к собственным.

Собственность — это совокупность отношений между хозяйствующими субъектами по поводу присвоения средств производства и его результатов. Отношения присвоения охватывают все сферы воспроизводственного процесса — от производства до потребления.

Отношения собственности образуют определенную систему, которая содержит в себе три вида отношений — по поводу:

- присвоения объектов собственности;
- экономических форм реализации объектов собственности (т.е. получение с них дохода);
- хозяйственного использования объектов собственности.

Объекты собственности — это все то, что можно присваивать или отчуждать. Субъекты собственности — персонифицированные носители отношений собственности.

Право собственности — совокупность узаконенных государством прав и норм экономических взаимоотношений физических и юридических лиц, которые возникают между ними по поводу присвоения и использования объектов собственности.

Существуют два основных типа собственности: частная и общественная.

Частная собственность — такой тип собственности, когда исключительное право на владение, пользование и распоряжение объектом собственности и получение дохода принадлежит частному (физическому или юридическому) лицу.

Частный тип собственности выступает как совокупность индивидуально-трудовой, семейной, индивидуальной с использованием наемного труда, партнерской и корпоративной форм собственности.

Наименование вопроса №2: Организационно-правовые формы хозяйствования юридических лиц, их сущность и особенности

По организационно-правовой форме юридические лица, являющиеся коммерческими организациями в соответствии с ГК РФ, могут быть классифицированы следующим образом:

- 1) хозяйственные товарищества — полное, на вере (коммандитное);
- 2) хозяйственные общества — с ограниченной ответственностью, с дополнительной ответственностью, акционерные (открытого и закрытого типов);
- 3) государственные и муниципальные унитарные предприятия — основанные на праве хозяйственного ведения и оперативного управления;
- 4) производственные кооперативы (артели).

После вступления в силу ГК РФ экономическим субъектам представилась возможность широкого выбора организационной формы. ГК РФ проведено разделение на коммерческие и некоммерческие организации.

К числу коммерческих отнесены: 1) хозяйственные общества и товарищества:

- полное товарищество;
- товарищество на вере;
- общество с ограниченной ответственностью;
- общество с дополнительной ответственностью;
- акционерное общество;
- производственный кооператив;

2) государственные и муниципальные унитарные предприятия, основанные:

- на праве хозяйственного ведения;
- на праве оперативного управления (казенное предприятие). К числу некоммерческих относятся:

- 1) потребительский кооператив;
- 2) общественные организации и объединения;
- 3) религиозные организации и объединения;
- 4) фонды;
- 5) учреждения;
- 6) ассоциации;
- 7) союзы.

Наименование вопроса №3: Понятие и сущность общей и производственной структуры предприятия

Предприятие — самостоятельный хозяйственный субъект, производящий продукцию, оказывающий услуги в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли.

Производственная структура характеризует разделение труда между подразделениями предприятия и их кооперацию. Она оказывает существенное влияние на технико-экономические показатели производства, структуру управления предприятием, организацию оперативного и бухгалтерского учета.

Производственная структура предприятия динамична. Она совершенствуется по мере развития техники и технологии производства, управления, организации производства и труда.

Главными элементами производственной структуры предприятия являются рабочие места, участки и цехи.

Факторы, влияющие на формирование производственной структуры предприятия:

- общеструктурные (народнохозяйственные) факторы определяют комплексность и полноту структуры предприятия;
- отраслевых факторов принадлежат широта специализации отрасли, уровень развития отраслевой науки и проектно-конструкторских работ, особенности организации снабжения и сбыта в отрасли, обеспеченность отрасли услугами других отраслей;
- региональные факторы определяют обеспеченность предприятия различными коммуникациями — газо- и водопроводами, транспортными магистралями, средствами связи и т.п.

1.6.Лекция №6: (2 часа).

Тема: «Экономика и организация труда на перерабатывающих предприятиях АПК»

1.6.1 Вопросы лекции:

1. Трудовые ресурсы и формирование рабочей силы на предприятиях перерабатывающей промышленности АПК
2. Производительность труда
3. Организация оплаты труда и материального стимулирования работников перерабатывающих предприятий
4. Нормирование труда

1.6.2. Краткое содержание вопросов.

Наименование вопроса №1: Трудовые ресурсы и формирование рабочей силы на предприятиях перерабатывающей промышленности АПК

Трудовые ресурсы — часть населения, способная заниматься общественно полезной деятельностью. Она включает людей в трудоспособном возрасте — мужчин от 16 до 60 лет, женщин от 16 до 55 лет, за исключением инвалидов I и II группы, а также лиц, получающих пенсию на льготных условиях. К трудовым ресурсам, кроме того, относят работающих в нетрудоспособном возрасте (престарелых и подростков от 14 лет и старше).

Трудовые ресурсы промышленных предприятий:

- 1)промышленно-производственный персонал включает всех работников, занятых в основных производственных и вспомогательных цехах и службах, в аппарате управления, заводских лабораториях, вычислительных центрах, работников всех видов охраны.

2)непромышленный персонал - работники, которые не участвуют в профильной деятельности предприятий и занятых в непроизводственной сфере.

По виду деятельности в состав рабочей силы входят:

1)руководители — работники, осуществляющие общее руководство деятельностью возглавляемых коллективов;

2)специалисты — работники, занятые инженерно-техническими, экономическими, юридическими, бухгалтерскими и другими видами интеллектуального труда (экономисты, технологи, механики, социологи, товароведы, юрисконсульты и др.);

3)рабочие — работники предприятий, непосредственно занятые созданием материальных благ или оказанием производственных услуг;

4)служащие — это работники, осуществляющие подготовку и оформление документации, делопроизводство, хозяйственное обслуживание.

При определении численного состава трудовых ресурсов выделяют явочную, списочную и среднесписочную численность работников:

-Явочная численность — численность рабочих, которые должны являться на работу ежедневно и обеспечивать нормальный ход производства.

-Списочная численность — количество работников, включенных в список на определенную дату. В список включают постоянных работников предприятий и работающих по договору один и более дней и получающих на предприятии заработную плату;

-Среднесписочная численность рабочих за месяц — сумма списочного состава за каждый день (включая праздничные и выходные), деленная на количество календарных дней месяца.

Наименование вопроса №2: Производительность труда.

Производительность труда - результативность конкретного труда, эффективность использования целесообразной производственной деятельности человека в течение определенного рабочего времени. Производительность труда растет, если количество продукции, вырабатываемой в единицу рабочего времени, увеличивается или если рабочее время на изготовление единицы продукции уменьшается.

На перерабатывающих предприятиях для измерения производительности труда используют два показателя: выработка продукции на единицу затрат труда и трудоемкость единицы продукции.

Выработку продукции на единицу затрат труда (ПТвыр) определяют отношением количества продукции V за период (смена, месяц, год) к затратам труда работников за этот же период T

$$ПТ_{выр} = V / T$$

Трудоемкость единицы продукции (t_e), являясь обратнопропорциональным показателем, определяет затраты труда (в человеко-часах или человеко-днях) на производство единицы продукции:

$$t_e = T / V$$

Трудоемкость характеризует затраты труда в человеко-часах на единицу продукции.

Наименование вопроса №3: Организация оплаты труда и материального стимулирования работников перерабатывающих предприятий

Основные принципы организации оплаты труда следующие:

- соответствие уровня заработной платы конъюнктуре рынка, учет соотношения спроса и предложения на рабочую силу на рынке труда;
- установление минимального (гарантированного) уровня оплаты, ниже которого она не может быть;
- отсутствие верхних пределов заработной платы, что позволяет стимулировать работника к высокой производительности труда;
- формирование средств на оплату труда по остаточному принципу; стимулирование через систему вознаграждения роста доходов предприятия и его подразделений;

- оплата труда в соответствии с индивидуальным трудовым вкладом каждого работника в экономические результаты деятельности подразделения и предприятия в целом;
- простота и ясность построения системы оплаты, доступность ее для понимания каждым рабочим и служащим.

Формы оплаты труда:

- повременная;
- сдельная.

Наименование вопроса №4: Нормирование труда

Нормирование труда — определение максимально допустимого количества времени для выполнения конкретной работы или операции в условиях данного производства (минимально допустимого количества продукции, изготавливаемой в единицу времени — час, смену). Различают опытно-статистический и аналитический методы нормирования труда.

Аналитический метод предусматривает проведение следующих операций:

- исследование трудового процесса, расчлененного на составные элементы;
- изучение всех факторов, влияющих на затраты труда;
- проектирование более совершенного состава операции и методов ее выполнения;
- разработка мероприятий, улучшающих обслуживание рабочего места;
- расчет времени на выполнение работы;
- внедрение нормы в производство.

1.7.Лекция №7 (2 часа).

Тема: «Формы организации производства»

1.7.1.Вопросы лекции

1. Размещение предприятий
2. Специализация и диверсификация производства
3. Кооперирование производства
4. Концентрация производства
5. Комбинирование производства

1.7.2.Краткое содержание вопросов

Наименование вопроса №1: Размещение предприятий.

Размещение предприятий — организация изготовления той или иной продукции или оказания тех или иных услуг на определенной территории. Важными факторами, влияющими на выбор места расположения предприятия, являются: ситуация в регионе с трудовыми ресурсами; состояние коммуникаций (наличие подъездных железнодорожных путей, автомобильных дорог, водных артерий, аэродромов); климатические условия в регионе; уровень налогов в регионе; уровень конкуренции и экологическая ситуация в регионе, а также развитость социальной инфраструктуры.

При решении вопроса о размещении предприятия возможны следующие подходы.

1.Метод критической точки. Это метод сравнительного анализа затрат по вариантам размещения, позволяющий сделать выбор наиболее эффективного из имеющегося набора альтернатив.

2. Метод взвешивания: позволяет дать количественную оценку решения о размещении, систематизируя факторы, влияющие на это решение и оценивая веса каждого из них.

Наименование вопроса №2: Специализация и диверсификация производства.

Специализация — обособление отдельных отраслей, предприятий (и их подразделений) и сосредоточение на них производства определенной продукции или определенной стадии технологического процесса. Основными признаками специализации являются: специальные оборудование и технология, определенный вид готовой продукции или оказываемых услуг, специальные кадры рабочих и специалистов. В промышленности

специализация осуществляется по одной из следующих трех форм: предметная, поддетальная и технологическая (или стадийная).

Производственная идентичность — производственно-техническая близость двух видов бизнеса.

Управленческая идентичность имеет место в случае, когда у двух видов бизнеса (старого и нового) одинаковые принципы организации производства и труда, материально-технического обеспечения и сбыта, управления персоналом и т.п.

Рыночная идентичность возникает в тех случаях, когда и старый, и новый продукт используется одними и теми же потребителями, распределяется через общие дилерские и розничные сети, когда совпадают подходы к организации маркетинга.

Наименование вопроса №3: Кооперирование производства

Кооперирование — установление длительных производственных связей по совместному изготовлению продукции или оказанию услуг между специализированными отраслями, предприятиями, цехами. Кооперирование является следствием специализации. Предпосылкой кооперирования выступает наличие постоянной потребности в определенных материалах, полуфабрикатах, комплектующих изделиях, услугах у отрасли, предприятия, цеха, участка.

Процесс кооперирования может осуществляться на различном уровне: внутрипроизводственном, внутриотраслевом, межотраслевом, региональном, межрегиональном, международном. На любом из перечисленных уровней кооперирование может осуществляться как на «входе» специализированной структуры, так и на ее «выходе», причем партнерами предприятия на «входе» являются его поставщики, а на «выходе» — потребители его продукции или услуг. Кооперирование может быть технологическим (стадийным), предметным и поддетальным.

Наименование вопроса №4: Концентрация производства

Концентрация производства — сосредоточение производства определенных видов продукции или услуг на немногих крупных предприятиях.

Концентрация производства может осуществляться в двух основных формах: производство однородной (например, только автомобилей) и разнородной (например, кроме автомобилей изготовление холодильников, стиральных машин и т.п.) продукции.

В качестве показателя уровня концентрации используются: доля рынка, занимаемая предприятием; стоимость основных фондов; численность персонала.

Наименование вопроса №5: Комбинирование производства

Комбинирование производства — объединение в составе одного предприятия нескольких разнородных производств, другими словами, это соединение в одной компании производств различных отраслей на организационной, технологической и экономической основе.

Комбинирование в промышленности выступает в трех основных формах:

- последовательная переработка сырья, вплоть до получения готовой продукции;
- использование отходов производства для выработки других видов продукции;
- комплексная переработка сырья, т. е. выработка из одного сырья нескольких видов полезных продуктов.

1.8. Лекция №8 (2 часа)

Тема: «Организация основного производства на предприятии».

1.8.1. Вопросы лекции:

1. Типы и методы организации производства
2. Производственная структура предприятия
3. Рабочее место, его организация и обслуживание

1.8.2. Краткое содержание вопросов.

1. Наименование вопроса №1: Типы и методы организации производства.

Под типом производства понимают комплексную характеристику особенностей организации и технического уровня производства.

В основе классификации типов производства обычно лежат следующие показатели: объем производства, широта и степень постоянства номенклатуры продукции, специализация рабочих мест.

Основные особенности единичного производства:

- непостоянный характер производственного процесса;
- широкая и непостоянная номенклатура выпускаемых изделий;
- рассредоточение производства по специализированным подразделениям предприятия;
- изготовление продукции на основе индивидуальных (на каждое изделие) заказов;
- использование в процессе производства работников высокой квалификации;
- повышенная длительность производственного цикла;
- контроль качества каждого готового изделия.

Типы производства:

1) единичное;

2) серийное:

- мелкосерийное;

- среднесерийное;

- крупносерийное;

3) массовое.

Отличительные черты массового производства:

- высокая степень специализации производства;
- непрерывность производственного процесса;
- автоматизация технологического процесса;
- стандартизация и унификация деталей, узлов и агрегатов;
- диспетчеризация производства;
- автоматизация контроля качества продукции.

Методы организации производства представляют собой совокупность операций и приемов при изготовлении продукции или оказании услуг.

Различают три основных метода организации производства: единичный, партионный и поточный.

Наименование вопроса №2: Производственная структура предприятия

Производственная структура предприятия - внутреннее строение предприятия, т.е. совокупность составляющих его взаимосвязанных подразделений и коммуникаций. Производственная структура предприятия отражает разделение труда между отдельными подразделениями, т.е. внутризаводскую специализацию и кооперирование производства.

На практике выделяют три уровня элементов производственной структуры предприятия:

- цехи, хозяйства, службы;
- участки, отделения, пролеты;
- рабочие места.

Основной структурной единицей предприятия является цех — организационно-технологически обособленное звено предприятия, выполняющее определенную часть общего производственного процесса. Выделяют четыре группы цехов: основные, вспомогательные, подсобные, побочные.

В производственной структуре предприятия кроме указанных четырех групп цехов выделяют еще два хозяйства: складское и дворовое.

Наименование вопроса №3: Рабочее место, его организация и обслуживание

Рабочее место — часть территории цеха (участка), на которой исполнитель (исполнители) выполняет определенный круг работ по изготовлению продукции или обслуживанию технологического процесса.

- 1) простое рабочее место - если на нем один работник обслуживает один агрегат;
- 2) многостаночное рабочее место организуется, когда один работник обслуживает одновременно несколько агрегатов;
- 3) коллективные рабочие места имеют место тогда, когда один агрегат обслуживается несколькими работниками.
- 4) стационарные рабочие места неподвижны: располагаются на закрепленной производственной площади и оснащаются стационарными средствами труда;
- 5) подвижные рабочие места не имеют закрепленных за ними производственных площадей. Они сами продвигаются к месту расположения предметов труда;
- 6) пространственные рабочие места не связаны с какой-либо отраслью экономики, видами продукции или средствами труда.

Организация рабочего места включает: специализацию рабочего места, рациональную планировку рабочего места, оснащение рабочего места оборудованием, инвентарем и оснасткой, бесперебойное обеспечение рабочего места энергоносителями, транспортом и т.п., создание комфортных условий труда.

Комплексное обслуживание рабочих мест значительно сокращает потери рабочего времени и способствует повышению производительности труда.

1.9. Лекция №9 (3 часа)

Тема: « Понятие и сущность маркетинга. Маркетинговые исследования».

1.9.1. Вопросы лекции:

1. Сущность, задачи и принципы маркетинга
2. Функции маркетинга
3. Концепции маркетинга
4. Маркетинговые исследования: сущность и этапы проведения
5. Маркетинговая информация и методы ее сбора

1.9.2. Краткое содержание вопросов.

Наименование вопроса №1: Сущность, задачи и принципы маркетинга.

Маркетинг — это социальный процесс, направленный на удовлетворение потребностей и желаний людей и организаций путем обеспечения свободного конкурентного обмена товарами и услугами, представляющими ценность для покупателя.

Основные принципы маркетинга:

- направленность на достижения итогового практического результата производственно-сбытовой деятельности;
- эффективную продажу товарной продукции на рынке в установленных объемах;
- нацеленность хозяйствующего субъекта не на единовременный, а на долговременный результат маркетинговой работы;
- единство и взаимосвязь стратегии и тактики активного приспособления к требованиям потенциальных покупателей с одноименным целенаправленным воздействием на их вкусы и потребности;
- достижение дополнительных конкурентных преимуществ в конкретной борьбе за счет увеличения качественных показателей продукции.

Наименование вопроса №2: Функции маркетинга.

Традиционно в современной отечественной литературе выделяют следующие функции маркетинга:

1) аналитическая функция:

- изучение рынка как такового;
- изучение потребителей;
- изучение фирменной структуры;
- изучение товара (товарной структуры);
- анализ внутренней среды предприятия;

2) производственная:

- организация производства новых товаров, разработка новых технологий;
 - организация материально-технического снабжения;
 - организация системы формирования спроса и стимулирование сбыта;
 - изучение товара (товарной структуры);
- 3) управления и контроля:
- организация стратегического и оперативного планирования на предприятии;
 - информационное обеспечение управления маркетингом;
 - коммуникативная продукция маркетинга (организация системы коммуникаций на предприятии);
 - организация контроля маркетинга (обратные связи, ситуационный анализ).
- 4) планирования. Эта функция включает два этапа:
- соответствующими подразделениями предприятия разрабатываются планы товарной, ценовой, сбытовой, коммуникационной и кадровой политики;
 - на основе этих планов формируется программа маркетинга — важный документ, от успешной реализации которого зависит эффективная деятельность компании в будущем.
- 5) сбытовая:
- системы товародвижения ценообразования;
 - системы формирования спроса и стимулирования сбыта;
 - проведение целенаправленной товарной и ценовой политики;
- 6) производственная. Эта функция предполагает осуществление заложенных в планах направлений — производство определенного ассортимента продукции, разработка новых товаров, осуществление послепродажного обслуживания товара, обновление оборудования и т.д.

Наименование вопроса №3: Концепции маркетинга.

- Производственная концепция (концепция совершенствования производства): в ее основе лежит увеличение объемов производства существующего ассортимента товаров;
- Товарная концепция маркетинга (концепция совершенствования товара) основана на предрасположенности потребителей покупать товары с наилучшими эксплуатационными показателями;
- Концепция сбытового маркетинга (концепция интенсификации коммерческих усилий) предполагает, что потребитель будет покупать любые товары, если компания активно их продвигает;
- Концепция традиционного маркетинга (концепция чистого маркетинга) ориентирует производство на покупателей: выявляет потребности целевых рынков и удовлетворяет их более эффективным способом, чем у конкурентов;
- В основе концепции социальноответственного маркетинга компании лежит замена традиционной концепции маркетинга в целях рационализации потребления и экологической защищенности общества от нежелательных процессов производства.

Наименование вопроса №4: Маркетинговые исследования.

Маркетинговые исследования — процесс сбора, фиксации и анализа данных по конкретным направлениям маркетинговой деятельности. Основная цель — уменьшение неопределенности и сокращение риска в процессе принятия управленческих решений, а также прослеживание выполнения маркетинговых задач. Задачи маркетинговых исследований:

- исследование характеристик рынка;
- измерение вероятных возможностей рынка;
- анализ распределения долей рынка между предприятиями;
- анализ сбыта;
- изучение направлений деловой активности;
- исследование товарной продукции конкурентов;
- прогнозирование как в долго-, так и краткосрочном периоде;
- исследование реакции на новый товар и его возможностей;

- изучение политики цен.

Этапы маркетинговых исследований:

- 1) разработка замысла — определение проблемы, постановка целей;
- 2) выбор методов исследования;
- 3) определение источников информации и ее сбор;
- 4) обработка и анализ данных;
- 5) формирование выводов и оформление результатов исследования.

Наименование вопроса №5: Маркетинговая информация и методы ее сбора.

Маркетинговая информационная система — совокупность данных, способов и приемов, предназначенных для хранения, обработки, анализа, оценки и распространения информации с целью совершенствования планирования и контроля исполнения маркетинговых задач. Маркетинговая информация:

- первичная: полученная впервые для решения конкретно поставленной проблемы, вторичной — информация, уже кем-то ранее собранная для других целей, которая может оказаться полезной для решения данной проблемы;
- вторичная: собирается заранее для других целей, не связанных с проблемой текущего маркетингового исследования.

1.10.Лекция №10 (3 часа)

Тема: «Ценовая и сбытовая политика маркетинга. Управление маркетингом».

1.10.1 Вопросы лекции:

1. Понятие цены и ценообразования в системе маркетинга
2. Ценовая политика маркетинга
3. Сбытовая политика маркетинга
4. Сущность управления маркетингом
5. Организация службы маркетинга на перерабатывающих предприятиях

1.10.2.Краткое содержание вопросов.

Наименование вопроса №1: Понятие цены и ценообразования в системе маркетинга.

Цена - количество денег, запрашиваемое за продукцию или услугу, или сумма благ, ценностей, которыми готов пожертвовать потребитель в обмен на приобретение определенной продукции или услуги.

Ценовая конкуренция — вид конкурентной борьбы посредством изменения цен на товары.

Этапы ценообразования:

- 1.Выбор цели, которую преследует предприятие, производя определенный продукт;
- 2.Этот этап связан с определением спроса;
- 3.Анализ издержек;
- 4.Анализ цен конкурентов;
- 5.Выбор метода ценообразования:
 - минимальный уровень цены, определяемый затратами;
 - максимальный уровень цены, сформированный спросом;
 - оптимально возможный уровень цены;
- 6.Установление окончательной цены.

Наименование вопроса №2: Ценовая политика маркетинга

Ценовая политика — комплекс мер и стратегий по управлению ценами и ценообразованием. Она зависит от конкурентной структуры рынка. Обычно выделяют четыре типа рынка — свободной, монополистической, олигополистической конкуренции и чистой монополии.

Ценовая стратегия – мероприятия по изменению и установлению цен:

- стратегия «снятия сливок» основывается на продаже товара по высоким ценам;

-стратегия низких цен основывается на продаже нового товара изначально по низким ценам с целью завоевания рынка;

-стратегия дифференцированных цен предполагает установление цены на товар по сегментам рынка.

Ценовая тактика — это мероприятия разового и краткосрочного характера, которые включают различные скидки и надбавки к ценам.

Наименование вопроса №3: Сбытовая политика маркетинга.

Сбытовая политика — комплекс мероприятий, направленных на доведение продукта до потребителя, основанный на выборе оптимальной схемы доставки продукта от производителя к потребителю, ее физической реализации, т.е. товародвижения, а также послепродажного обслуживания потребителей. Путь, по которому товары движутся от производителя к потребителю, называется каналом распределения или каналом маркетинга.

Брокер — аккредитованный (зарегистрированный) посредник при заключении сделок между покупателями и продавцами товаров, ценных бумаг, валют и других ценностей на фондовых и товарных биржах, валютных рынках.

Оптовый торговец — организация или отдельное лицо, главной деятельностью которых является оптовая торговля.

Розничный торговец — это организация или отдельное лицо, основным видом деятельности которых является розничная торговля.

Наименование вопроса №4: Сущность управления маркетингом

Управление маркетингом на предприятии необходимо рассматривать в трех направлениях:

- 1) управление деятельностью (маркетинговое управление);
- 2) управление функцией;
- 3) управление спросом.

Маркетинговое управление — управление предприятием, подчиняемое требованиям рынка. Маркетинговая функция — одна из важнейших функций предприятия в условиях рыночной деятельности.

Продажная цена — установленная предприятием цена продажи, которая должна будет покрывать все затраты предприятия и приносить прибыль. Управление маркетингом — методы воздействия на уровень и характер спроса, на его распределение во времени методами, которые помогают достичь своих целей.

Наименование вопроса №5: Организация службы маркетинга на перерабатывающих предприятиях.

Организационная структура службы маркетинга определяется спецификой выпускаемой продукции, количеством рынков и масштабами сбытовой деятельности предприятия. Ее организационное построение основывается, как правило, на использовании одной из организационных структур (или на их сочетании) — функциональной, дивизионной или матричной:

- функциональный подход ориентирован на постоянную структуру службы маркетинга по выполнению основных функций в координации с другими подразделениями;

- дивизионный подход используется в случаях, когда предприятие (крупная компания) диверсифицировано по производственному ассортименту продукции или работает на нескольких рынках, в результате чего формируются самостоятельные «точки прибыли» (дивизионы, отделения).

Маркетинговую службу возглавляет ее руководитель (маркетинг-директор) на правах первого заместителя руководителя перерабатывающего предприятия.

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРОВЕДЕНИЮ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

2.1 Семинарское занятие №1 (2 часа).

Тема: Рынок как экономическая система.

2.1.1 Вопросы к занятию:

1. Рынок: условия его возникновения и функционирования
2. Экономические агенты
3. Функции и структура рынка
4. Инфраструктура рынка
5. Кругооборот товаров, доходов и расходов
6. Механизм функционирования рынка
7. Типы рыночных структур

2.1.2 Краткое описание проводимого занятия.

Наименование вопроса №1: Рынок: условия его возникновения и функционирования.

Рынок — это механизм взаимодействия покупателей и продавцов товаров и услуг по поводу установления цены, обеспечивающий обмен продуктами труда. Для возникновения рынка необходимы три условия:

- 1) разделение труда, которое обязательно ведет к специализации и обмену;
- 2) понимание самостоятельности или обособленности хозяйствующих субъектов. Товарный обмен обязательно предполагает стремление к взаимовыгодности. А такое стремление возникает на основе экономической самостоятельности, которая выражается в экономической ограниченности, обособленности интересов. Эта самостоятельность (обособленность) исторически возникает на базе частной собственности, которая обеспечивает наиболее полную экономическую обособленность производителей. Они сами решают, что, как и для кого производить;
- 3) свобода предпринимательства и обмена ресурсами, ведь общественное разделение труда, специализация, предпринимательство и обмен могут существовать и в иерархических системах, где определяется, кому, что производить и с кем обмениваться произведенной продукцией.

Наименование вопроса №2: Экономические агенты.

В хозяйственной деятельности участвуют хозяйствующие субъекты, называемые в экономической теории экономическими агентами.

К экономическим агентам относятся домашние хозяйства (отдельные лица и семьи), предприятия (фирмы), государство (органы государственного управления, государственные учреждения), а также некоммерческие организации. При этом первые три (домашние хозяйства, предприятия и государство) относятся к рыночным агентам, а некоммерческие организации — к нерыночным. Отличительная черта экономических агентов — принятие и реализация самостоятельных решений в сфере хозяйственной деятельности.

Наименование вопроса №3: Структура рынка.

Структура рынка — совокупность взаимосвязанных качественных и количественных соотношений между отделенными элементами рынка, характеризующая ее устойчивую определенность и обеспечивающая функционирование рынка. Ее можно классифицировать по разным признакам:

- по объектам обмена в первую очередь выделяют три рынка — рынок товаров и услуг, рынок труда и рынок капиталов, затем необходимо назвать денежный рынок, рынок ценных бумаг (фондовый рынок), валютный рынок, рынок информации, рынок инвестиций, рынок инноваций и др.;
- в пространственном разрезе выделяют местный (локальный) рынок, который ограничивается одним или несколькими районами страны, национальный рынок,

расположенный в пределах национальной территории, мировой рынок, охватывающий все страны мира;

- по механизму функционирования различают свободный, монополизированный и регулируемый рынки;
- в соответствии с действующим законодательством той или иной страны различают легальный (функциональный) и нелегальный (теневой) рынки;
- по степени насыщенности товарами и услугами выделяют равновесный, дефицитный и избыточный рынки.

Наименование вопроса №4: Инфраструктура рынка.

Под рыночной инфраструктурой понимается система учреждений, служб и организаций, обеспечивающих свободное движение товаров и услуг на рынке. Ее характеризует комплекс элементов, институтов и видов деятельности, создающих организационно-экономические и правовые условия для нормального функционирования рынка. Элементом инфраструктуры рынка выступает кредитная система (банки, страховые и инвестиционные компании, фонды организаций, обладающих правом коммерческой деятельности). В кредитную систему входят все, кто способен мобилизовать временно свободные средства, превратить их в кредиты, а потом в инвестиции. Ядро кредитной системы — банковская система, включающая в себя центральный, коммерческие, ипотечные и инвестиционные банки.

Наименование вопроса №5: Кругооборот товаров, доходов и расходов.

Масса денег или товаров, циркулирующая в течение определенного периода времени, называется потоком. Объем продукции, произведенной в течение года, — это годовой поток, в то время как такой же объем продукции, имеющейся в наличии на определенную дату, — это запас. Рынок независимо от его конкретного вида базируется на четырех основных элементах: спрос, предложение, цена и конкуренция:

Спрос (платежеспособный) — представленная на рынке потребность в определенном количестве тех или иных товаров, которые потребители могут купить при сложившихся ценах и денежных доходах.

Предложение — количество товаров, которое имеется в продаже при данной цене.

Наименование вопроса №6: Механизм функционирования рынка

Рыночная система обладает внутренним порядком и подчиняется определенным закономерностям, способна саморегулироваться и эффективно функционировать. Рыночный механизм — механизм формирования цен и распределения ресурсов, взаимодействия продавцов и покупателей товаров и услуг по поводу установления цен, объема производства и его структуры. Рыночный механизм функционирует в соответствии с системой экономических законов: закона стоимости, законов спроса и предложения, закона убывающей предельной полезности, закона убывающей отдачи и т.д. Действие этих законов проявляется через основные элементы механизма рынка.

Наименование вопроса №7: Типы рыночных структур

Рыночные структуры отличаются друг от друга по количеству и размерам функционирующих на данном рынке предприятий, характеру производимой этими предприятиями продукции, возможностями входа на рынок новых предприятий и выхода из него, а также доступностью информации, необходимой для принятия экономических решений.

Наиболее эффективно рыночный механизм действует в условиях свободной, или совершенной, конкуренции. Рынок совершенной конкуренции характеризуется:

- множеством покупателей и продавцов;
- высокой мобильностью факторов производства;
- отсутствием барьеров на пути вступления на рынок или выхода из него;
- однородностью продаваемой продукции;
- равным доступом всех участников рыночных отношений к информации.

2.2.Семинарское занятие №2 (2часа)

Тема: Теория спроса и предложения

2.2.1. Вопросы семинара:

1. Предмет микроэкономической теории
2. Спрос и факторы, влияющие на него
3. Предложение и факторы, влияющие на него
4. Мгновенный, кратко- и долгосрочный периоды равновесия
5. Эластичность спроса
6. Эластичность предложения
7. Последствия установления государством неравновесных цен
8. Влияние налогов на рыночное равновесие

2.2.2. Краткое описание проводимого занятия.

Наименование вопроса №1: Предмет микроэкономической теории.

Микроэкономика — область экономической науки, которая исследует экономическую деятельность предприятий. Микроэкономический анализ имеет дело со всей совокупностью обособленных производителей и потребителей, с детальным изучением их поведения, мотивов и интересов. Основной формой организации производства является предприятие. Предприятие — основное звено народного хозяйства. Оно выступает как особая форма функционирования производительных сил и производственных отношений.

Наименование вопроса №2: Спрос и факторы, влияющие на него.

Спросом называется количество товаров и услуг, которое будет куплено по определенной цене за определенный временной период. Он является формой выражения потребности, представленной на рынке и обеспеченной соответствующими денежными средствами. Закон спроса заключается в том, что спрос на товары изменяется в обратной зависимости от цены. Закон спроса не действует в трех случаях:

- 1) при ажиотажном спросе, вызванном ожидаемым повышением цен;
- 2) для некоторых редких и дорогостоящих товаров, являющихся средством помещения денег;
- 3) при переключении спроса на более качественные и дорогостоящие товары.

Основными факторами, влияющими на изменение спроса, являются:

- изменения в структуре населения, например его старение. Увеличение числа пенсионеров увеличивает спрос на лекарства, медицинское обслуживание;
- изменение цен на другие товары, особенно на товары-заменители (субституты). Так, рост цен на сливочное масло вызывает повышение спроса на маргарин;
- экономическая политика государства;
- изменение потребительских предпочтений под воздействием рекламы, моды.

Наименование вопроса №3: Предложение и факторы, влияющие на него

Предложением называется количество товара или услуг, которое производители готовы продать по определенной цене за определенный период. Зависимость между ценой и предложением уже не обратная, а прямая. Закон предложения гласит: предложение изменяется в прямой зависимости от изменения цены. По мере роста цен производители предлагают к продаже большие количества товаров, а по мере их падения — меньшие. Если предложение превысит спрос, то товар перестанут покупать, и поэтому продавцы вынуждены будут снижать цены. Когда же спрос превысит предложение, то цена повысится.

Наименование вопроса №4: Мгновенный, кратко- и долгосрочный периоды равновесия

Проблемы изменения равновесной цены в зависимости от временного периода подробно исследовал А. Маршалл, который ввел понятия мгновенного, кратко- и долгосрочного равновесия.

При мгновенном равновесии предложение товара не меняется, но в связи с увеличением спроса равновесная цена на него увеличивается.

Краткосрочное равновесие устанавливается за более длительный промежуток времени при увеличении предложения, но без роста численности предприятий, производящих товар.

Долгосрочное, или нормальное, равновесие устанавливается, когда изменяются как объем используемых для производства товара ресурсов, так и число предприятий. Благодаря этому предложение товара увеличивается, а это приводит к понижению равновесной цены. Таким образом, долгосрочное равновесие называется нормальным потому, что оно отражает типичную ситуацию, когда возникает конкуренция между предприятиями и в результате устанавливается относительно длительное равновесие между спросом и предложением.

Наименование вопроса №5: Эластичность спроса.

Мера реакции одной величины на изменение другой называется эластичностью. Эластичность показывает, на сколько процентов изменится одна переменная величина при изменении другой на 1%. %. Другими словами, эта величина измеряет чувствительность объема спроса к изменению цены товара при условии, что остальные факторы, влияющие на спрос, неизменны.

Показатель (коэффициент) ценовой эластичности спроса (E_p) определяется по формуле:

$$E_p = \Delta Q / \Delta P$$

где ΔQ — прирост величины спроса, %;

ΔP — прирост цены, %.

Показатель ценовой эластичности спроса для всех товаров является отрицательной величиной.

Наименование вопроса №6: Эластичность предложения

По той же формуле, что и коэффициент ценовой эластичности спроса, рассчитывается коэффициент эластичности предложения по цене, различие состоит только в том, что вместо величины спроса берется величина предложения:

$$E_{pz} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q}$$

где Q_0 и Q_1 — предложение до и после изменения цены;

P_0 и P_1 — цены до и после изменения.

Измерив эластичность предложения по цене, можно получить ответ на вопрос, насколько производство той или иной продукции реагирует на изменение цены. Поскольку предложение связано с изменением производственного процесса, оно медленнее адаптируется к изменению цены, чем спрос, поэтому фактор времени является важнейшим в определении показателя эластичности предложения.

Наименование вопроса №7: Последствия установления государством неравновесных цен.

Иногда, преследуя социальные цели, государство идет на установление максимальных и минимальных цен, по которым производителям позволено продавать свою продукцию.

Государственный контроль за ценами нарушает функционирование рыночного механизма, в результате чего общество несет потери.

Наименование вопроса №8: Влияние налогов на рыночное равновесие.

Рассмотрим воздействие на рыночное равновесие различных налогов, которые устанавливаются на деятельность предприятия. Пусть первоначальное состояние на рынке какого-либо товара характеризуется как равновесное. Допустим, что правительство вводит акцизный налог на данный товар, на каждую его единицу. Введение налога вызывает смещение кривой предложения влево вверх. Это происходит вследствие того, что ранее производители согласны были предложить количество товара при одной цене, теперь же они согласны предложить то же количество товара, но уже по повышенной цене.

В результате изменения рыночного равновесия производителям достается выручка от продажи по прежней цене, а излишек продажной цены, равный величине налога, пойдет государству.

2.3.Семинарское занятие №3 (4 часа)

Тема: Экономическая сущность и эффективность использования основных производственных фондов

2.3.1 Вопросы к занятию:

1. Основные фонды: понятие, значение, классификация и стоимостная оценка
2. Амортизация основных фондов и методы ее начисления
3. Показатели использования основных фондов предприятия

2.3.2.Краткое описание проводимого занятия.

Наименование вопроса №1: Основные фонды: понятие, значение, классификация и стоимостная оценка.

Производственные фонды — это совокупность используемых в процессе производства основных фондов и оборотных средств.

Деление всех производственных фондов на основные и оборотные обусловлено различием их экономической сущности, функциональной роли в производственном процессе и характером перенесения их стоимости на стоимость готового продукта.

Основные фонды — это различные орудия труда (машины, аппараты, здания, сооружения и т.п.), которые, во-первых, многократно участвуют в процессе по переработке исходного сырья в готовый продукт, во-вторых, в процессе использования сохраняют свою первоначальную форму и содержание и, в-третьих, переносят свою стоимость на стоимость готового продукта по частям.

Вся совокупность основных фондов подразделяется:

- на основные производственные фонды, непосредственно или косвенно участвующие в производственном процессе;
- непроизводственные основные фонды, функционирующие в непроизводственной сфере и предназначенные преимущественно для обслуживания работающих. К ним относятся жилые дома, школы, детские дошкольные учреждения, объекты бытового и культурного назначения, здравоохранения, физкультуры, спорта, отдыха и т.д.

Наименование вопроса №2: Амортизация основных фондов и методы ее начисления.

Амортизация представляет собой процесс экономического возмещения износа. Основная цель амортизации — накопление средств, необходимых для последующего полного восстановления (реновации) ОПФ.

Амортизация как экономическая категория выполняет следующие функции:

- является основой для определения физического и морального износа основных фондов;
- служит базой для расчета себестоимости продукции и прибыли организации;
- выступает регулятором в части налогообложения имущества и прибыли организации;
- является основой для исчисления амортизационных отчислений как источника инвестиций в основной капитал;
- обеспечивает процесс воспроизводства основных производственных фондов.

При расчете амортизации используются следующие показатели:

- норма амортизационных отчислений (норма амортизации);
- сумма амортизационных отчислений;
- сумма накопленной амортизации.

Методы начисления амортизации:

- 1) линейный (метод равномерного начисления);
- 2) уменьшаемого остатка;
- 3) суммы чисел лет срока полезного использования;

4) списания стоимости пропорционально объему продукции (производственный метод).

Наименование вопроса №3: Показатели использования основных фондов предприятия.

Показатели использования основных фондов делятся на три группы.

1. Показатели, характеризующие движение основных производственных фондов.

2. Показатели эффективности использования основных фондов.

Все эти показатели можно разделить на две группы.

Показатели, характеризующие эффективность использования всех основных фондов предприятия, фондоотдача, фондоемкость, фондовооруженность и фондорентабельность.

3. Показатели, характеризующие состояние основных производственных фондов.

2.4. Семинарское занятие №4 (2 часа)

Тема: Теоретические основы формирования и использования оборотного капитала

2.4.1. Вопросы к занятию:

1. Сущность оборотного капитала предприятия

2.4.2. Краткое описание проводимого занятия.

Наименование вопроса №1: Сущность оборотного капитала предприятия.

Оборотный капитал — денежные средства, авансированные в оборотные производственные фонды и фонды обращения. Оборотный капитал — это средства, обслуживающие процесс деятельности, участвующие одновременно и в процессе производства, и в процессе реализации продукции. В обеспечении непрерывности и ритмичности процесса производства и обращения заключается основное назначение оборотных средств предприятия.

Фазы оборотного капитала:

- в первой фазе ($D — T$) оборотные средства, имевшие первоначально форму денежных средств, превращаются в производственные запасы, т.е. переходят из сферы обращения в сферу производства.

- во второй фазе ($T — П — T_1$) оборотные средства участвуют непосредственно в процессе производства и принимают форму незавершенного производства, полуфабрикатов и готовых изделий.

- третья фаза кругооборота оборотных средств ($T_1 — D_1$) совершается вновь в сфере обращения.

Разница между поступившей денежной выручкой и первоначально затраченными денежными средствами ($D_1 — D$) определяет величину денежных накоплений предприятия.

Классификация оборотных средств:

1) по экономическому содержанию — оборотные производственные фонды и фонды обращения;

2) по способу формирования — собственные и заёмные;

3) по методу планирования — нормируемые и ненормируемые;

4) по степени ликвидности — быстро и медленно реализуемые средства, или активы.

Фонды обращения — сумма денежных средств предприятия, вложенная в процесс реализации продукции и необходимая для обслуживания этого процесса.

Нормируемые оборотные средства — денежные средства, необходимые для минимального запаса товарно-материальных ценностей и обеспечения бесперебойного процесса производства и реализации продукции.

Ненормируемые оборотные средства — товары отгруженные, денежные средства, дебиторская задолженность и прочие активы

Уставный капитал представляет собой совокупность вкладов (рассчитываемых в денежном выражении) акционеров в имущество при создании предприятия для обеспечения его деятельности в размерах, определенных учредительными документами.

Резервный капитал — это средства, которые идут на покрытие общих балансовых убытков при отсутствии иных возможностей их возмещения.

2.5.Семинарское занятие №5 (4 часа)

Тема: Себестоимость продукции перерабатывающих предприятий АПК

2.5.1.Вопросы к занятию:

1. Себестоимость как основной показатель экономической эффективности производственно-хозяйственной деятельности, методика ее расчета.

2.5.2.Краткое описание проводимого занятия

Наименование вопроса №1: Себестоимость как основной показатель экономической эффективности производственно-хозяйственной деятельности, методика ее расчета.

Себестоимость продукции представляет собой стоимостную оценку используемых в процессе производства продукции (работ, услуг) природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов, а также других затрат, требуемых для ее производства и реализации.

1. По характеру затрат различают:

-производственную: все расходы по производству продукции и ее перевозке внутри предприятия (корма, семена и т.д.), она является окончательной;

-полную (коммерческую) себестоимость отличается от производственной дополнительным включением затрат по реализации продукции (доставка к месту реализации, расходы по упаковке, погрузке, разгрузке).

Калькулирование себестоимости - особую систему расчетов, посредством которой может быть определена себестоимость как всей произведенной продукции (или отдельных ее частей), так и единицы каждого вида продукции.

2. В зависимости от времени учета, планирования и назначения калькуляции различают:

-плановую: рассчитывается на определенный предстоящий период на основе перспективных (нормативных) расходов средств труда и заработной платы по намечаемому выходу продукции;

-провизорную (ожидаемую): определяется на 1 октября отчетного года на основе фактических затрат и выхода продукции за три квартала, которые суммируются с предполагаемыми затратами и выходом продукции за четвертый квартал;

-фактическую (отчетную) себестоимость: устанавливается на основе учетных данных по фактически полученной продукции и производственным затратам.

3. В зависимости от объема затрат на предприятиях различают:

-производственную: отражает затраты на производство продукции;

-полную себестоимость продукции: включает производственную себестоимость и расходы предприятия, связанные с реализацией продукции (затраты на тару и упаковку, перевозку готовой продукции, затраты на сбыт).

4. В зависимости от способа отнесения затрат на себестоимость продукции расходы подразделяют:

-прямые - расходы, связанные с производством отдельных видов продукции, которые могут быть прямо и непосредственно включены в их себестоимость;

-косвенные - расходы, связанные с производством нескольких видов продукции, включаемые в себестоимость согласно действующему законодательству.

2.6.Семинарское занятие №6 (2 часа)

Тема: Производственные процессы и их организация.

2.6.1. Вопросы к занятию:

1. Понятие, структура и классификация производственных процессов
2. Основные принципы организации производственных процессов

2.6.2. Краткое описание проводимого занятия

Наименование вопроса №1: Понятие, структура и классификация производственных процессов.

Организация производства — комплекс мероприятий, методов и приемов, направленных на обеспечение наиболее эффективного сочетания людей в процессе труда со средствами и предметами труда в пространстве и времени.

Производственный процесс представляет собой совокупность естественных (физических, химических и т.п.) и трудовых процессов, направленных на изготовление из исходных материалов готовой продукции. Производственный процесс на предприятии в целом можно рассматривать как совокупность цеховых производственных процессов. Эти процессы можно разделить на две большие группы — основные и вспомогательные.

Ступенью производственного процесса называется группа операций, отнесенная к определенному орудии труда, определенному исполнителю или участку.

Наименование вопроса №2: Основные принципы организации производственных процессов.

К числу главных принципов организации производственных процессов относятся специализация, пропорциональность, параллельность, непрерывность, поточность, прямоточность, равномерность, ритмичность.

- Специализация подразумевает расчленение производственного процесса на специализированные ступени (участки), операции, элементы операций;

- Пропорциональность предполагает пропорциональную производительность всех подразделений предприятия — основных, вспомогательных, подсобных и побочных цехов, а внутри этих цехов — пропорциональную производительность отделений, участков, рабочих мест;

- Параллельность означает параллельное (одновременное) выполнение отдельных частей производственного процесса (ступеней, операций и т.д.);

- Непрерывность означает необходимость полного устранения или сведения к минимуму всякого рода перерывов в ходе, предметы труда при этом должны без задержек переходить от одного участка (рабочего места) на другой;

- Поточное производство обеспечивает более высокие производительность и качество продукции, экономию на текущих издержках, рост прибыли;

- Прямоточность требует, чтобы каждый предмет труда проходил кратчайший путь на всех ступенях и операциях производственного процесса — от запуска исходного сырья до выхода готовой продукции;

- Равномерность означает выпуск в одинаковые отрезки времени одинаковых объемов продукции;

- Ритмичность означает выпуск продукции в каждый данный отрезок времени в объеме, предусмотренном планом-графиком.

2.7. Семинарское занятие №8 (2 часа)

Тема: Организация производственной инфраструктуры предприятия

2.7.1. Вопросы к занятию:

1. Организация сбыта продукции
2. Организация складского хозяйства
3. Организация инструментального хозяйства
4. Организация ремонтного хозяйства
5. Организация энергетического хозяйства

2.7.2. Краткое описание проводимого занятия

Наименование вопроса №1: Организация сбыта продукции.

Процесс производства продукции заканчивается ее сбытом. Технологически процесс сбыта включает в себя складирование готовой продукции, ее хранение, доработку (если это требуется), транспортировку, доставку к торговым (оптовым и розничным) организациям, предпродажную подготовку, собственно продажу продукции, а в ряде случаев и послепродажное обслуживание.

Канал сбыта — это путь, проходимый продукцией от производителя к потребителю. Существует три основных метода сбыта: прямой (или непосредственный), косвенный и комбинированный (смешанный).

Наименование вопроса №2: Организация складского хозяйства

Склад — комплекс зданий, сооружений и устройств, предназначенный для приемки, размещения и хранения поступивших грузов (товаров), подготовки их к потреблению и отпуску потребителям. Основными задачами складского хозяйства являются:

- организация постоянного и бесперебойного снабжения производства соответствующими материальными ресурсами;
- обеспечение количественной и качественной сохранности материальных ресурсов;
- комплектование деталей и других материальных ресурсов, подбор, дозировка и прочие операции подготовительно-заключительного характера.

Можно выделить четыре группы средств технического оснащения складов:

- средства для хранения материальных объектов (платформы, стеллажи и т.п.);
- подъемно-транспортные устройства (мостовые краны, кран-балки, вилочные погрузчики, конвейеры, монорельсы, авто- и электрокары, штабелеры и др.);
- тара (поддоны, контейнеры и т.п.);
- измерительное оборудование (весы, счетчики, рулетки, штангенциркули и т. п.).

Наименование вопроса №3: Организация инструментального хозяйства

Инструментальное хозяйство предприятия представляет собой совокупность отделов и цехов, занятых проектированием, приобретением, изготовлением, ремонтом и восстановлением технологической оснастки, а также ее учетом, хранением и выдачей в цехи и на рабочие места.

Основными задачами инструментального хозяйства предприятия являются:

- определение потребности в оснастке;
- планирование обеспечения предприятия оснасткой;
- нормирование расхода оснастки и поддержание ее запасов на необходимом уровне;
- обеспечение предприятия покупной оснасткой;
- организация собственного производства оснастки;
- организация учета и хранения оснастки;
- обеспечение рабочих мест оснасткой;
- обеспечение рационального использования оснастки;
- организация восстановления оснастки;
- учет и анализ эффективности использования оснастки.

Наименование вопроса №4: Организация ремонтного хозяйства.

Техническим обслуживанием принято называть комплекс операций по поддержанию работоспособности или исправности оборудования при его производственном использовании, во время ожидания, хранения и транспортировки.

Ремонт — комплекс операций по восстановлению исправности, работоспособности или ресурса оборудования либо его составных частей благодаря замене или восстановлению изношенных деталей и регулировке механизмов.

Задачи ремонтной службы предприятия:

- 1) сохранение оборудования в технически исправном состоянии, обеспечивающем его высокую производительность и качество работы;
- 2) сокращение времени на техническое обслуживание и ремонт оборудования;
- 3) снижение затрат на ремонт и техобслуживание.

Наименование вопроса №5: Организация энергетического хозяйства

Основными задачами энергетического хозяйства являются:

- 1) бесперебойное обеспечение предприятия, его подразделений и рабочих мест всеми видами энергии с соблюдением установленных для нее параметров — напряжения, давления, температуры и др.;
- 2) рациональное использование энергетического оборудования, его ремонт и обслуживание;
- 3) эффективное использование и экономное расходование в процессе производства всех видов энергии.

К основным видам энергии, используемой на промышленном предприятии, относятся: электрическая энергия, тепловая и химическая энергия твердого, жидкого и газообразного топлива, тепловая энергия пара и горячей воды, механическая энергия.

К энергоресурсам относятся: электрический ток, натуральное топливо, природный и сжиженный газ, пар различных параметров, сжатый воздух разного давления, горячая вода и конденсат, вода под давлением.

Технологически (функционально) в составе энергетического хозяйства предприятия выделяются три подсистемы:

- генерирующая (электростанции, котельные, насосные установки, газогенераторные и компрессорные станции и т.п.);
- распределительная (трубопроводы и сети, распределительные устройства, трансформаторные подстанции);
- потребляющая (энергоприемники основного и вспомогательного производства, непроизводственные потребители).

2.8.Семинарское занятие №8 (2 часа)

Тема: Товар и товарная политика. Качество товара.

2.8.1. Вопросы к занятию:

1. Понятие товара, торговой марки и упаковки товара
2. Жизненный цикл товара
3. Товарная политика
4. Сущность и понятие качества товара
5. Механизм и методы управления качеством
6. Стандартизация и сертификация качества

2.8.2.Краткое описание проводимого занятия.

Наименование вопроса №1: Понятие товара, торговой марки и упаковки товара.

Товар — это комплекс полезных свойств вещи. Поэтому он автоматически включает все составные элементы, необходимые для материального удовлетворения нужд потребителя.

Западные экономисты выделяют три уровня товара:

1. Товар по замыслу. В него включаются все возможные выгоды, которые покупатель может получить от приобретения данного товара.
2. Товар в реальном исполнении. Он уже более конкретен и имеет определенные свойства, которые воспринимаются покупателем через выбор отдельных (свойственных каждому товару индивидуально) свойств,— качество, упаковка, внешнее оформление, марочное название.
3. Товар с подкреплением. Здесь товар дополняется услугой.

Товарный знак (торговая марка) — зарегистрированное в установленном порядке обозначение, присвоенное товару для его отличия от других и указания на его производителя (предприятие, фирму). Представляет собой рисунок (символ, знак), определенное сочетание букв, чисел. Основные функции товарного знака:

- свидетельствовать о высоком качестве продаваемого товара;

- вызывать доверие покупателя благодаря хорошей репутации владельца товарного знака (не обязательно изготовителя продукта)осуществляющего контроль качества товара.

Существуют четыре типа обозначения знака (марки):

- 1) фирменное имя — слово, буква или группа слов, букв, которые могут быть произнесены;
- 2) фирменный знак — символ, рисунок либо отличительный цвет или обозначение;
- 3) торговый образ — персонифицированная торговая марка;
- 4) торговый знак — фирменное имя, фирменный знак, торговый образ или сочетания их, защищенные юридически.

Упаковка — оболочка товара. Она может быть одно- и многослойной, внутренней и внешней. Под транспортной упаковкой (тарой) понимают вместилище, необходимое для хранения, идентификации или транспортировки товара. И наконец, неотъемлемой частью упаковки являются маркировка и печатная информация с описанием товара, нанесенные на саму упаковку или вложенные в нее.

Наименование вопроса №2: Жизненный цикл товара

Жизненный цикл товара — период существования определенного вида товара — от его появления на рынке (в продаже) до исчезновения с рынка.

Выделяют четыре этапа жизненного цикла товара.

Этап I — зарождение и представление на рынке.

Этап II — стадия роста. Характеризуется тем, что товар сталкивается с конкурентами, возрастает информированность потребителей о товаре. Объем и темпы роста увеличиваются.

Этап III — стадия «зрелости» продукта. Характеризуется появлением на рынке группы потребителей, наиболее чувствительных к цене.

Этап IV — стадия падения (стагнация). Товар заканчивает свое существование с исходными технологическими параметрами различного качества в условиях недозагрузки производственных мощностей. Обороты падают в абсолютном масштабе.

Наименование вопроса №3: Товарная политика

Товарная политика определяет определенный курс действий товаропроизводителя на основе четко сформулированной программы действий на рынке. Направления товарной политики компании:

- сегментация рынков, усиление на них своего присутствия за счет увеличения объема продаж;
- сегментация потребителей, максимальное удовлетворение их потребностей, формирование потребительских предпочтений;
- ассортиментная политика;
- марочная стратегия.

Марка — имя, термин, знак, символ, рисунок или их сочетание, предназначенные для идентификации товаров или услуг одного продавца или группы продавцов и отличия их от товаров и услуг конкурентов.

Марочное название — часть марки, которую можно произнести вслух.

Марочный знак (эмблема) — часть марки, которую можно опознать, но невозможно произнести, например символ, изображение, отличительная окраска или специфическое шрифтовое оформление.

Наименование вопроса №4: Сущность и понятие качества товара.

Качество товаров, работ, услуг — объективно существующая совокупность свойств и характеристик изделия, которая определяет его как таковое и отличает от другого изделия. Качество — это такое свойство товара, которое отражает также потребительную стоимость, внешнюю форму товара при применении. Понятие качества включает в себя соответствие:

- требованиям стандарта;

- применению. Свойство товара, посредством которого гарантируется удовлетворение нужд покупателя;
- стоимости. То есть товар должен быть высокого качества и иметь цену, доступную для потребителя;
- скрытым потребностям.

Наименование вопроса №5: Механизм и методы управления качеством

Управление качеством происходит на государственном, региональном и отраслевом уровнях, а также на уровне предприятия.

Под управлением качеством продукции (УПК) понимаются действия, осуществляемые при создании, эксплуатации или потреблении продукции в целях установления, обеспечения и поддержания необходимого уровня ее качества. Этапы УПК:

- 1) установление уровня качества продукции, обеспечивающего получение при ее создании и использовании наилучших результатов;
- 2) обеспечение требуемого качества продукции посредством осуществления на всех стадиях жизненного цикла продукции комплекса соответствующих мер.

Механизм управления качеством продукции - совокупность взаимосвязанных объектов и субъектов управления, используемых принципов, методов и функций управления на различных этапах жизненного цикла продукции и уровнях управления качеством.

Методы управления качеством:

- финансирование деятельности в области управления качеством;
- хозяйственный расчет в подразделениях системы управления качеством;
- экономическое стимулирование производства, распределение и предоставление потребителям продукции и услуг, соответствующих их требованиям;
- ценообразование на продукцию и услуги с учетом их уровня качества;
- образование фондов экономического стимулирования качества, в том числе фондов поощрения и премирования за качество;
- применение системы оплаты труда и материального поощрения;
- использование экономических мер воздействия на поставщиков в зависимости от качества поставляемой продукции и оказываемых услуг.

Наименование вопроса №6: Стандартизация и сертификация качества

Совокупность организационных и технических мер, необходимых для обеспечения потребителю гарантий стабильно высокого качества продукции и ее соответствия требованиям стандартов и контракта, называется системой качества. В систему качества входят следующие виды деятельности:

- маркетинг, поиски и изучение рынка;
- проектирование и разработка продукции;
- подготовка и разработка производственных процессов;
- материально-техническое снабжение;
- производство;
- контроль, проведение испытаний и обследований;
- упаковка и хранение;
- реализация и распределение;
- монтаж и эксплуатация;
- техническая помощь и обслуживание;
- послепродажная деятельность;
- утилизация после использования.