

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

**Методические рекомендации для  
самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

**Б1.В.01 «Экономика фирмы»**

<b>Направление подготовки</b>	38.03.02 Менеджмент
<b>Профиль образовательной программы</b>	«Управленческий и финансовый учет»
<b>Форма обучения</b>	очная

## **Содержание**

1. Организация самостоятельной работы
  2. Методические рекомендации по выполнению курсовой работы (проекта)
  3. Методические рекомендации по подготовке реферата
    - 3.1. Реферат содержит
    - 3.2. Оформление реферата
    - 3.3. Критерии оценки реферата
  4. Методические рекомендации по выполнению индивидуальных домашних заданий
  5. Методические рекомендации по самостоятельному изучению вопросов
  6. Методические рекомендации по подготовке к занятиям
- Приложения

## 1 Организация самостоятельной работы

### 1.1 Организационно-методические данные дисциплины

№ п.п.	Наименование тем	Количество часов по видам самостоятельной работы (из табл. 2 РПД)				
		подготовка курсовой работы (проекта)	подготовка рефератов	подготовка РГР	изучение отдельных вопросов	подготовка к занятиям
3 семестр						
1.	Предмет и методы дисциплины «Экономика фирмы»		2		2	
2.	Фирма - основная экономическая структура рыночной экономики		4		2	
3.	Виды и формы предпринимательской деятельности		2		2	
4.	Организационно-правовые формы фирм (предприятий)		2		2	
5.	Среда функционирования фирмы (предприятия)		2		2	
6.	Интеграция фирм		2		2	
7.	Основные фонды и производственные мощности фирмы (предприятия)		3		5	
8.	Оборотные средства фирмы		2		2	
9.	Кадры и производительность труда		2		2	
10.	Организация, нормирование и оплата труда в фирме		2		4	
11.	Производственный процесс		2		2	
12.	Организация производства: типы, формы и методы		2		2	
13.	Структура фирмы (предприятия)		4		2	
14.	Общественные формы организации производства		2		4	

4 семестр						
15.	Экономические методы принятия управленческих решений		5		5	
16.	Управление персоналом фирмы		5		5	
17.	Планирование: стратегическое, текущее, оперативное		5		5	
18.	Снабжение и логистика фирмы		5		8	
19.	Маркетинговая деятельность фирмы		5		5	
20.	Инновационная деятельность фирмы		5		5	
21.	Инвестиционная деятельность фирмы		5		5	
22.	Качество, стандартизация и сертификация продукции		5		5	
23.	Конкурентоспособность продукции		5		5	
24.	Издержки производства и себестоимость продукции		5		8	
25.	Ценообразование и ценовая политика фирмы		5		5	
26.	Прибыль фирмы и рентабельность производства		5		5	
27.	Риски в деятельности фирмы и их предупреждение и страхование		5		5	
28.	Управление финансами фирмы		5		5	
29.	Финансовое состояние фирмы и показатели, его характеризующие		5		5	
30.	Внешекономическая деятельность фирмы		5		5	
31.	Несостоятельность (банкротство) фирмы		5		5	

## **2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ (ПРОЕКТА) (не предусмотрено РУП)**

### **3. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ РЕФЕРАТА**

#### **3.1. Реферат содержит:**

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- список использованной литературы;
- приложения.

#### **3.2. Оформление работы**

К структуре и оформлению реферата предъявляются определенные требования, которые необходимо выполнять студенту.

Листы работы должны быть пронумерованы и скреплены в скоросшиватель.

Реферат представляется в напечатанном виде на листах формата А4, ориентировочный объем 15-18 листов при наборе на компьютере с 1,5 интервалом шрифт 14 Times New Roman. Для заметок рецензента необходимо оставить поля: верхнее - 15мм, нижнее - 15мм, левое - 30мм, правое - 15мм. Абзацный отступ - 5 знаков.

Реферат должна иметь титульный лист, план и список используемой литературы (не менее 15 источников за последние 5 лет).

Страницы нумеруются в правом нижнем углу, начиная со страницы 3 (Введение). Титульный лист и лист содержания не нумеруются, но считаются.

В состав реферата должны входить: введение, основной раздел и заключение. Во введении обосновывается актуальность избранной темы, основные цели и задачи работы. В основном разделе излагаются теоретические и методологические положения по данной теме, приводятся необходимые расчеты конкретных показателей. Основной текст работы произвольно разбивается на разделы и подразделы в зависимости от его содержания. В заключении формируются основные выводы по рассматриваемой теме.

Заголовки разделов и подразделов должны четко и кратко отражать соответствующее содержание. Переносы слов в заголовках не допускаются.

Заголовки разделов, подразделов записываются с абзацного отступа. Точка в конце заголовка не ставится. Если заголовок состоит из двух предложений, то их разделяют точкой. Расстояние между заголовком и следующим текстом равно 15 мм, расстояние между текстом и последующим заголовком – 15 мм. Расстояние между заголовками раздела и подраздела – 10 мм. Переносы внутри заголовков не допускаются.

При наличии таблиц оформлять их необходимо следующим образом:

Таблица 2 - Основные показатели эффективности реализации продукции

Показатели	2013г.	2014г.	2015г.	2015г. в % к 2013г.
Прибыль от реализации продукции, тыс. руб.	6201	9477	17123	в 2,8 раза
*****	***	***	***	***

Нумерация таблиц сквозная по всей работе.

Реферат выполняется в единой стилевой манере, строго научным языком, не должна иметь грамматических, пунктуационных, стилистических ошибок, опечаток.

Образец титульного листа и содержания реферата показаны в Приложении 1 и 2.

### 3.3 Критерии оценки реферата:

При оценивании реферата обязательно учитываются актуальность темы, соответствие содержания работы выбранной теме. Особое внимание уделяется степень самостоятельности автора при освещении темы, современности рассматриваемого материала. Значимы правильность и аккуратность оформления реферата.

Студенты при изучении «Экономики фирмы» могут подготовить рефераты по следующим темам:

1. Роль и место промышленности в экономике России.
2. Юридические лица: понятие, основные характеристики и правоспособность.
3. Юридические лица: ответственность, реорганизация и ликвидация.
4. Консультативное предпринимательство
5. ООО и ОДО.
6. Организационная культура фирмы
7. Некоммерческие организации
8. Способы начисления амортизации основных фондов
9. Аренда, лизинг имущества. Франчайзинг.
10. Нормирование оборотных средств
11. Рынок труда. Занятость и безработица.
12. Бестарифные системы оплаты труда.
13. Информационные системы управления в организации производственных процессов.
14. Методы организации производства.
15. Организационная структура на принципах интрапренерства.
16. Бизнес-структура фирмы
17. Комбинирование производства: сущность, формы, показатели уровня.
18. Экономико-математические методы и типы управленческих решений.
19. Управленческие технологии.
20. Разработка бизнес- плана фирмы.
21. Выбор поставщика. Прогнозирование объемов закупки.
22. Основные виды маркетинговой деятельности.
23. Научно-технический потенциал фирмы.
24. Оценка эффективности инвестиционного проекта
25. Способы определения показателя конкурентоспособности продукции.
26. Сертификация продукции.
27. Зарубежный опыт учета затрат

28. Ценовые стратегии фирмы.
29. Методы планирования прибыли фирмы
30. Управление рисками и методы их оценки.
31. Финансовый менеджмент.
32. Показатели кредитоспособности фирмы.
33. Коммерческие операции на международных биржах, торгах, аукционах
34. Антикризисное управление

#### **4. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ДОМАШНИХ ЗАДАНИЙ** (не предусмотрено РПД)

#### **5. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО САМОСТОЯТЕЛЬНОМУ ИЗУЧЕНИЮ ВОПРОСОВ**

##### **3 семестр**

##### **5.1. Место дисциплины «Экономика фирмы» в системе экономических наук**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

Дисциплина «Экономика фирмы» тесно связана с другими экономическими дисциплинами, такими как «экономическая теория», «Основы бизнеса», «Бухгалтерский учет», «Анализ хозяйственной деятельности», «Маркетинг», «Менеджмент», и т.д.

«Экономика фирмы» рассматривает положения, изучаемые данными курсами, но в преломлении к конкретному предмету исследования – фирме и в рамках фирмы.

##### **5.2. Конкуренция и предприятие**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

Конкуренция — это экономическое состязание изготовителей одинаковых товаров на рынке за привлечение как можно большего числа покупателей и получение благодаря этому максимальной выгоды.

Конкуренция — важное средство контроля в рыночной системе.. Конкуренция вызывает расширение производства и понижение цены продукта до уровня, соответствующего издержкам производства. Конкуренция заставляет предприятия наиболее полно воспринимать научно-технические достижения, применять эффективные технику, технологию, современные методы организации производства и труда.

Понятием, противоположным конкуренции, является монополия, в условиях которой на рынке имеется только один продавец и множество покупателей.

В классической экономической литературе (в частности, в трудах А. Смита) существует термин «невидимая рука».

Известный экономист Г.Л. Азоев приводит 10 основных видов конкурентных преимуществ предприятий:

1. Конкурентные преимущества, основанные на экономических факторах.
2. Конкурентные преимущества, основанные на нормативно-правовых актах.
3. Конкурентные преимущества структурного характера.
4. Конкурентные преимущества, вызванные административными методами.

5. Преимущества, определяемые уровнем развития инфраструктуры рынка.
6. Технические (технологические) конкурентные преимущества.
7. Конкурентные преимущества, определяемые хорошей информированностью.
8. Конкурентные преимущества, основанные на географических факторах.
9. Конкурентные преимущества, основанные на демографических факторах.
10. Конкурентные преимущества неправового характера, достигаемые в результате недобросовестной конкуренции, недобросовестного выполнения представителями федеральных и местных органов власти своих обязанностей, бюрократизма, взяточничества, коррупции; криминальных действий, рэкета, контрабандного ввоза и вывоза товаров, контроля рынков криминальными структурами.

Насколько конкурентоспособны малые предприятия?

### **5.3. Финансовое предпринимательство**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

Основным полем деятельности финансового предпринимательства являются коммерческие банки и фондовые биржи.

Коммерческий банк — это финансово-кредитное учреждение акционерного типа, кредитующее на платной основе преимущественно коммерческие организации, осуществляющее прием денежных вкладов (депозитов) и другие расчетные операции по поручению клиентов.

Источником доходов коммерческого банка служит разница между процентными ставками депозитных (привлеченных) и ссудных средств.

Операции коммерческих банков делятся на три группы: пассивные (привлечение средств); активные (размещение средств) и комиссионно-посреднические (выполнение различных операций по поручению клиентов с уплатой комиссии).

Под *фондовой биржей* понимается организационно оформленный, регулярно функционирующий рынок ценных бумаг, способствующий повышению мобильности капитала и выявлению реальной стоимости активов.

Принцип функционирования фондовой биржи базируется на оперативном регулировании спроса и предложения. Здесь проводятся так называемые котировки ценных бумаг. Они состоят в регулярной оценке специалистами котировочного отдела биржи курсов покупателей и курсов продавцов по всем ценным бумагам, которые проходят через биржу. При этом текущие курсы постоянно демонстрируются на световом табло биржи и регулярно публикуются в специальных бюллетенях. Текущие курсы показывают, по какой цене в данный момент на данной бирже можно купить или продать определенные акции. Эти цены, пересчитанные по специальным формулам, служат основой для получения индексов биржевой активности — своеобразных барометров экономической конъюнктуры.

### **5.4. Выбор организационно-правовой формы малого предпринимательства**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

Хозяйственными обществами признаются коммерческие организации с разделенным на доли учредителей (участников) уставным капиталом.

Акционерное общество. Это общество, уставный капитал которого разделен на



определенное число акций; участники акционерного общества (акционеры) не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им акций.

Акционерное общество, участники которого могут отчуждать принадлежащие им акции без согласия других акционеров, признается открытым акционерным обществом. Такое акционерное общество вправе проводить открытую подписку на выпускаемые им акции и их свободную продажу на условиях, устанавливаемых законом и иными правовыми актами.

Акционерное общество, акции которого распределяются только среди его учредителей или иного заранее определенного круга лиц, признается закрытым акционерным обществом. Такое общество не вправе проводить открытую подписку на выпускаемые им акции либо иным образом предлагать их для приобретения неограниченному кругу лиц. Акционеры закрытого акционерного общества имеют преимущественное право приобретения акций, продаваемых другими акционерами этого общества. Число участников закрытого акционерного общества не должно превышать 50. В противном случае оно подлежит преобразованию в открытое акционерное общество в течение года, а по истечении этого срока — ликвидации в судебном порядке, если их число не уменьшится до установленного законом предела.

Акционерное общество может быть создано одним лицом или состоять из одного лица в случае приобретения одним акционером всех акций общества. Акционерное общество не может иметь в качестве единственного участника другое хозяйственное общество, состоящее из одного лица.

Общество с ограниченной ответственностью. Это учрежденное одним или несколькими лицами общество, уставный капитал которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров; участники общества с ограниченной ответственностью не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов.

Число участников общества с ограниченной ответственностью не должно превышать 50. В противном случае оно подлежит преобразованию в акционерное общество в течение года, а по истечении этого срока — ликвидации в судебном порядке, если число его участников не уменьшится до установленного законом предела. Общество с ограниченной ответственностью не может иметь в качестве единственного участника другое хозяйственное общество, состоящее из одного лица.

Общество с дополнительной ответственностью. Это учрежденное одним или несколькими лицами общество, уставный капитал которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров; участники такого общества солидарно несут субсидиарную ответственность по его обязательствам своим имуществом в одинаковом для всех кратном размере к стоимости их вкладов, определяемом учредительными документами общества. При банкротстве одного из участников его ответственность по обязательствам общества распределяется между остальными участниками пропорционально их вкладам, если иной порядок распределения ответственности не предусмотрен учредительными документами общества. Порядок создания, управления и ликвидации общества с дополнительной ответственностью не отличается от порядка, принятого для обществ с ограниченной ответственностью.

Хозяйственными товариществами считаются коммерческие организации с разделенным на вклады участников складочным капиталом. Участниками хозяйственных товариществ могут быть индивидуальные предприниматели или коммерческие организации. Полное товарищество. Товарищество на вере (коммандитное товарищество).

### **5.5. Внешняя деловая среда предприятия**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

Отдельного изучения заслуживает очень важная часть внешней среды предприятия — деловая среда.

Изучение внешней деловой среды организации (предприятия) следует начать с поставщиков материальных, энергетических и других ресурсов. Зависимость предприятия от поставщиков весьма велика. Несвоевременная поставка, поставка некачественных ресурсов, замена одних видов ресурсов другими, завышение цен на ресурсы и т.п. — все это ставит предприятие в полную зависимость от поставщиков, создает большие сложности в работе. Отсюда задача предприятия — максимально минимизировать свою ресурсную зависимость.

Следующая составляющая деловой среды — конкуренты. Задача руководства предприятия — определить возможности конкурентов и принять необходимые меры к тому, чтобы обезопасить себя от реальных и потенциальных угроз с их стороны. Оптимальный вариант в этих условиях — разработать и начать производство продукции или оказание услуг, противостоящих конкурентным и отличающихся более высоким качеством и потребительскими свойствами. Другими словами, в борьбе с конкурентами нужна наступательная, а не оборонительная позиция.

Важное место в составе деловой среды предприятия занимают потребители продукции и услуг. Помимо индивидуальных покупателей и клиентов сюда войдут: оптовые и розничные торговые фирмы, магазины, торговые агенты, официальные дистрибьюторы.

Значительную часть деловой среды предприятия составляет инфраструктура. Эта часть деловой среды, в которую входят банки, фондовые биржи, кадровые агентства, страховые компании, аудиторские и консультационные фирмы, различные транспортные организации и др., оказывает предприятию широкий спектр услуг.

В деловую среду предприятий включаются также государственные и муниципальные организации, а также органы власти. Влияние государственной власти, региональной и местной администрации, налоговой инспекции и др. на предприятия многообразно и проявляется в виде: принятия законов и других нормативных актов, определяющих правовую базу предпринимательства; лицензирования деятельности предприятия; взимания налогов и контроля за их уплатой и др. В современных условиях влияние этой части деловой среды на деятельность предприятия очень велика, так как она подвержена частым и нередко непредсказуемым изменениям, что усложняет деятельность предприятия.

Наконец, определенное влияние на деятельность предприятий оказывает международный сектор деловой среды.

## **5.6. Консорциумы, картели и концерны**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

Выделяют следующие формы объединения предприятий: консорциумы, картели, концерны, синдикаты и тресты.

Консорциум — временное объединение предприятий на основе соглашения для осуществления ограниченных по срокам и содержанию проектов в области производства, финансов, науки, экологии и др. Стороны остаются юридически самостоятельными организациями. Финансирование консорциума осуществляется за счет средств его участников.

Картель — соглашение предприятий, как правило, одной отрасли, сохраняющих юридическую и экономическую самостоятельность, целью которого является воздействие на рынок путем ограничения конкуренции через регулирование цен, рынков сбыта, объемов производства и продаж, доступа к источникам сырья, сроков платежей, ассортимента, условий найма сотрудников и др. Формы картелей могут классифицироваться по различным критериям. Например, по предмету соглашения — картельные соглашения о ценах, размере скидок, специализации, условиях торговли, квотах продаж, экспорте-импорте и др.

Концерн — объединение юридически самостоятельных предприятий под общим руководством в хозяйственной деятельности путем установления над ними финансового контроля за счет покупки или обмена акциями. Концерн осуществляет деятельность путем централизации функций научно-технического и производственного развития, инвестиционной, финансовой и внешнеэкономической деятельности. Для концерна характерно комбинирование и диверсификация производства, выпуск конкурентной продукции, ускорение внедрения новых технологий и техники. По направлениям объединения различают вертикальные и горизонтальные концерны, а также конгломераты.

## **5.7. Оценка основных фондов**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

Оценка основных фондов — это денежное выражение их стоимости. Применяются три вида их оценки: первоначальная, восстановительная и остаточная стоимость основных средств.

Первоначальная стоимость основных средств — стоимость, состоящая из затрат по их возведению (сооружению) или приобретению, включая расходы по их доставке и установке, а также иные расходы, необходимые для доведения данного объекта до состояния готовности к эксплуатации по назначению.

Основные средства принимаются к бухгалтерскому учету по первоначальной стоимости. Стоимость основных средств, в которой они приняты к бухгалтерскому учету, не подлежит изменению, кроме случаев, установленных законодательством РФ и положением по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» ПБУ 6/01.

Восстановительная стоимость основных средств — это стоимость их воспроизводства в современных условиях. Величина отклонения восстановительной стоимости основных фондов от их первоначальной стоимости зависит от темпов ускорения НТП, уровня инфляции и др. Своевременная и объективная переоценка

основных фондов имеет очень важное значение прежде всего для их простого и расширенного воспроизводства.

Переоценка объектов основных средств производится с целью определения реальной стоимости объектов основных средств путем приведения первоначальной стоимости объектов основных средств к их рыночным ценам и условиям воспроизводства на дату переоценки.

Остаточная стоимость представляет собой разницу между первоначальной или восстановительной стоимостью и суммой износа, т. е. это та часть стоимости основных средств, которая еще не перенесена на производимую продукцию.

Основные фонды оцениваются по ликвидационной стоимости, по которой оценивается объект основных средств при реализации.

### **5.8. Виды производственных мощностей, баланс загрузки оборудования**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

Различают входную, выходную, проектную и среднегодовую производственную мощность.

Для агрегатов с технологической специализацией (большинство видов металлообрабатывающего оборудования, деревообрабатывающих станков) расчет производственной мощности сводится к определению пропускной способности оборудования и расчету коэффициента его загрузки, т. е. к составлению баланса загрузки оборудования.

Расчет баланса загрузки по группам однотипного оборудования производится в определенном порядке.

Подобные расчеты выполняются по тем группам оборудования, которые являются ведущими для данного производства. По остальным группам оборудования расчет мощности производится в случаях, если данная группа может оказаться «узким местом» и лимитировать производство.

В цехах и на участках, где производственная мощность определяется производственной площадью, проводится расчет баланса производственной площади в квадрато-метро-часах аналогично расчету в станко-часах. Более объективно загрузку оборудования предприятий с прерывным режимом работы отражает коэффициент сменности, а для предприятий с непрерывным процессом производства — коэффициент загрузки оборудования.

### **5.9. Нематериальные активы: сущность, назначение, классификация**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

Как экономическая категория нематериальные активы представляют собой совокупность объектов долгосрочного пользования (свыше 1 года), не имеющих материально-вещественной формы, но необходимых предприятиям и организациям для эффективного осуществления хозяйственной деятельности. Они обладают стоимостью и способностью приносить организации экономические выгоды, т.е. доход.

Отличительные признаки нематериальных активов.

Классификация нематериальных активов следующая:

1. Объекты интеллектуальной собственности.
2. Права пользования земельными участками и природными ресурсами.
3. Отложенные затраты включают в себя организационные расходы на научно - исследовательские и опытно - конструкторские разработки (НИОКР):

Цена фирмы (деловая репутация фирмы, «гудвилл») - разница между стоимостью фирмы как единого целого имущественно - финансового комплекса, имеющего определённую репутацию, и балансовой стоимостью имущества этой фирмы. В отечественном учёте цена фирмы определена законодательно как «разница между покупкой и оценочной стоимостью имущества» по приватизируемым организациям. Международные стандарты дают принципиально иное определение «гудвилл» - как разница между покупной ценой и суммой рыночных стоимостей чистых активов по отдельности.

В состав нематериальных активов не включают интеллектуальные и деловые качества человека, его квалификацию и способность к труду, поскольку они неотделимы от своего носителя и не могут быть использованы без него.

В соответствии с п. 4 ПБУ 14/2000 выделяются несколько видов нематериальных активов.

Оценка нематериальных активов - это денежное выражение стоимости нематериальных активов, в которой они находят отражение в бухгалтерском учете. В бухгалтерском учете применяются два вида оценки нематериальных активов: оценка по первоначальной стоимости и оценка по остаточной стоимости.

Согласно действующему законодательству РФ в ряде случаев предусмотрена обязательная экспертная оценка поступающих объектов нематериальных активов.

Экспертная оценка - это независимая оценка, производимая квалифицированными специалистами- оценщиками.

Оценка нематериальных активов базируется на следующих подходах:

- затратный;
- доходный.

#### **5.10. Рациональное использование оборотных фондов: экономическое значение**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

Эффективная работа предприятия — это достижение максимальных результатов при минимальных затратах. Минимизация затрат достигается в первую очередь оптимизацией структуры источников формирования оборотных средств, т.е. разумным сочетанием собственных, кредитных и заемных ресурсов.

Одна из главных задач предприятия в современных условиях — интенсификация производства при неуклонном соблюдении принципа ресурсосбережения.

В общей системе мероприятий по обеспечению режима экономии основное место занимает экономия предметов труда, под которой принято понимать уменьшение затрат сырья, материалов, топлива на единицу продукции, разумеется, без какого бы то ни было ущерба для качества, надежности и долговечности изделия.

Экономическое значение рационального использования оборотных фондов выражается в следующем.

- Снижение удельных расходов сырья, материалов, топлива обеспечивает производству большие экономические выгоды.

- Экономия материальных ресурсов, внедрение в производство новых, более экономичных материалов способствуют установлению в процессе воспроизводства более прогрессивных пропорций между отдельными отраслями, достижению более совершенной отраслевой структуры промышленного производства.

- Стремление к экономии материальных ресурсов побуждает к внедрению новой техники и совершенствованию технологических процессов.

- Экономия в потреблении материальных ресурсов способствует улучшению использования производственных мощностей и повышению общественной производительности труда.

- Экономия материальных ресурсов в огромной мере способствует снижению себестоимости промышленной продукции.

- Существенно влияя на снижение себестоимости продукции, экономия материальных ресурсов оказывает положительное воздействие и на финансовое состояние предприятия.

Таким образом, значение экономической эффективности улучшения использования и экономии оборотных фондов весьма велико, поскольку они оказывают положительное воздействие на все стороны производственной и хозяйственной деятельности предприятия.

### **5.11. Факторы и резервы роста производительности труда**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

Выделяют две группы факторов повышения производительности:

- 1) находящиеся под управлением делового субъекта;
- 2) не находящиеся под управлением делового субъекта.

Группы факторов роста производительности труда:

- материально-технические,
- организационные,
- социально-экономические.

Как самостоятельный фактор иногда выделяют масштаб производства.

Резервы роста производительности труда - это неиспользованные возможности экономии затрат труда (снижения трудоемкости и увеличения выработки).

Существует несколько подходов к классификации резервов роста производительности труда.

1. Совокупность резервов целесообразно классифицировать в соответствии с классификацией факторов.

2. Резервы роста производительности труда на предприятии могут различаться по двум признакам: по характеру используемых факторов (экстенсивных и интенсивных); по направлениям воздействия (по группам используемых ресурсов).

3. По уровню возникновения различают резервы: общегосударственные, региональные, межотраслевые, отраслевые, внутрипроизводственные.

По срокам использования резервы делятся на текущие и перспективные.

Для использования резервов на предприятиях разрабатываются планы организационно-технических мероприятий, в которых указываются виды резервов роста производительности труда, мероприятия по их реализации, планируемые затраты для этого, сроки проведения работ, ответственные исполнители.

### **5.12. Нормирование труда**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

Норма есть узаконенное установление, признанный обязательным порядок, установленная мера, средняя величина.

Особенность норм оплаты труда состоит в том, что они могут отражать согласованность экономических интересов общества, коллектива и личности через нормирование экономической деятельности по показателям целевых заданий, условий, средств и методов их реализации. Если заданные условия, в которых реализуются нормы оплаты труда, отражают в той или иной мере сочетание названных интересов, то они стимулирующие, а если нет, то тормозящие.

Нормы оплаты труда обязательно должны подкрепляться юридическими нормами, а также правовыми санкциями на случай их нарушения.

Конституция РФ гарантирует каждому работнику вознаграждение за труд не ниже установленного законом минимального размера оплаты труда (ч. 3 ст. 37).

Большинство предприятий, особенно средних и крупных, по-прежнему использует традиционную тарифную систему.

Основные элементы организации оплаты труда на таких предприятиях — техническое нормирование труда, система тарифного нормирования заработной платы, формы и системы заработной платы.

Техническое нормирование труда есть процесс установления технически обоснованных норм затраты труда, необходимых для количественной оценки затрат труда и его результатов.

К количественным оценкам относятся: нормы времени, численность персонала, выработка нормированных заданий.

Система тарифного нормирования представляет собой совокупность нормативных материалов, с помощью которых устанавливается уровень заработной платы работников на предприятии в зависимости от квалификации работников (сложности работ), условий труда, географического расположения предприятия и других отраслевых особенностей.

### **5.13. Повременная форма оплаты труда**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

На предприятиях различных форм собственности наиболее распространены две формы оплаты труда: сдельная — оплата за каждую единицу продукции или выполненный объем работ и повременная — оплата за отработанное время, но не календарное, а рабочее, нормативное, которое регулируется законом.

Существует ряд условий, при которых целесообразно применять ту или иную форму оплаты труда.

Необходимые условия для применения повременной оплаты:

- учет и контроль за фактически отработанным каждым работником временем с указанием времени простоя;
- обоснованное присвоение рабочим-повременщикам тарифных разрядов (тарифных ставок и окладов), а специалистам и другим служащим ставок (должностных окладов) в соответствии с выполняемыми должностными обязанностями с учетом деловых качеств работников;
- разработка и применение обоснованных норм обслуживания, нормирование заданий и нормативов численности по каждой категории рабочих.

Повременная заработная плата имеет две системы: простую повременную и повременно-премиальную. При повременной оплате помимо заработка по тарифной ставке (окладу) за фактически отработанное время выплачивается премия за выполнение и перевыполнение определенных показателей в работе.

В соответствии с трудовым законодательством РФ предприятия имеют право устанавливать размеры средств на оплату труда, а также механизм их распределения между работниками. Вместе с тем предприятия и организации в последние годы идут по пути поиска нетрадиционных методов организации оплаты труда — применения бестарифных моделей.

#### **5.14. Принципы организации производственных процессов**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

Организация производства — система мер, направленных на рационализацию сочетания в пространстве и времени вещественных элементов и людей, занятых в процессе производства. Под организацией производственного процесса понимают методы подбора и сочетания его элементов в пространстве и времени с целью достижения эффективного конечного результата. В основе организации производственного процесса (изготовления продукта) лежат принципы непрерывности, пропорциональности, параллельности, прямооточности, ритмичности, гибкости, специализации и др.

Имеются и другие принципы (требования) к организации производственного процесса. Все вышеизложенные принципы (требования) к организации производственного процесса реализовать на конкретном производстве нереально, ибо различаются методы организации производственного процесса, типы производства, номенклатура выпускаемой продукции и т. д., имеются также причины, препятствующие реализации вышеизложенных принципов.

Например, принцип пропорциональности иногда способствует снижению использования производственной мощности подразделений предприятия и, как следствие, снижению производительности труда отдельных рабочих мест. Поэтому для конкретного производства необходим индивидуальный набор принципов (требований) к рациональной организации производственных процессов и оптимизации производства, необходим «здоровый смысл» и творческий подход к организации производства.

#### **5.15. Массовое производство**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.



Под *типом производства* понимают комплексную характеристику особенностей организации, техники и экономики производства.

На тип производства оказывает влияние ряд факторов: широта номенклатуры и уровень специализации, масштабность производства, стабильность выпускаемой продукции и др.

Различают три типа производства: единичное, серийное и массовое.

Массовое производство — наиболее эффективное и высокопроизводительное. Главное преимущество здесь — ограниченная номенклатура деталей, изготавливаемых в значительных объемах и постоянно повторяющихся. Это позволяет применять специальное, высокопроизводительное оборудование, которое располагается по ходу технологического процесса обработки деталей. В таких условиях появляется возможность максимально механизировать и автоматизировать процессы производства, применять автоматические поточные линии. За каждым станком закрепляются одна-две операции, на которых можно использовать рабочих средней квалификации. Широко используется параллельная передача предметов труда с операции на операцию.

#### **5.16. Функциональная и линейно-функциональная организационные структуры**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

Под организационной структурой предприятия понимаются состав, соподчиненность, взаимодействие и распределение работ по подразделениям и органам управления, между которыми устанавливаются определенные отношения по поводу реализации властных полномочий, потоков команд и информации.

Функциональная структура управления предполагает создание подразделений для выполнения определенных функций на всех уровнях управления. Управленческие решения при этом разделяются на линейные и функциональные, каждое из которых обязательно для исполнения. В такой структуре общие и функциональные руководители не вмешиваются в дела друг друга. Каждый руководитель замыкает на себя только часть функций. Обратная связь может отсутствовать.

Модификация этой структуры — функционально-объектная структура управления, где в рамках функциональных отделов выделяются наиболее квалифицированные специалисты, ответственные за выполнение всех работ по конкретному объекту.

Координация работ по поддержанию взаимодействия между различными функциями — задача сложная. Поэтому в чистом виде функциональная структура практически не применяется. Она используется в сочетании с линейной структурой, образуя линейно-функциональную структуру управления.

Линейно-функциональная структура управления является самым распространенным видом структуры бюрократического типа, характеризуется большим числом горизонтальных и вертикальных связей и незначительным участием низовых звеньев управления в принятии решений. Руководители при данной системе подразделяются на линейных и функциональных. Основой построения данной системы является: а) линейная вертикаль управления; б) специализация управленческого труда по функциональным признакам (техника, экономика, маркетинг, производство, финансы и т.

д.).

Линейно-функциональные структуры управления наиболее эффективны там, где аппарат управления выполняет рутинные, часто повторяющиеся и редко меняющиеся задачи и функции (на небольших предприятиях, а также на предприятиях с массовым или крупносерийным типом производства). Когда производство становится более сложным или более гибким линейно-функциональная структура изменяется с целью снижения уровня централизации.

### **5.17. Оптимальные размеры производства**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

В каждой отрасли промышленности оптимальные масштабы предприятий должны определяться оптимальными масштабами производства, условиями транспортировки сырья и готовой продукции и рядом других факторов, связанных с размещением предприятия.

Под оптимальными масштабами производства в промышленности следует понимать такие, которые обеспечивают выполнение заключенных договоров и обязательств по производству продукции (выполнению работ) в установленные сроки с минимумом приведенных затрат на производство и реализацию продукции.

В каждой конкретной отрасли имеются оптимальные масштабы предприятий, объективно обусловленные механизмом образования экономического эффекта концентрации от сочетания оптимальных производств с условиями и факторами организации и размещения производства в данной отрасли.

В отдельных отраслях имеются специфические факторы, оказывающие влияние на масштабы производства и предприятий.

Основными показателями уровня концентрации в промышленности являются масштабы предприятий, определяемые:

- годовым выпуском продукции;
- среднегодовой численностью работающих;
- среднегодовой стоимостью основных фондов;
- потреблением электроэнергии за год;
- удельным весом крупных предприятий в выпуске продукции всей отраслью;
- средними масштабами предприятия в отрасли.

Для характеристики уровня концентрации производства в отраслях, изготавливающих один вид продукции, используются натуральные показатели.

В отраслях с комбинированным характером выпуска продукции уровень концентрации может определяться удельным весом крупных доменных печей в общей выплавке чугуна за год, удельным весом конверторов и электропечей в общей выплавке чугуна за год, удельным весом мощных прокатных станов в общем производстве проката, объемом переработки доменных и сталеплавильных шлаков и т.д.

В отраслях промышленности (машиностроении, химической, легкой, пищевой и других), в которых изготавливается разнообразная продукция, уровень концентрации производства определяется в стоимостных показателях, например удельным весом крупных производств в общем выпуске продукции за год по товарной (реализованной)

продукции в неизменных ценах.

В некоторых отраслях с многономенклатурной продукцией уровень концентрации может определяться также в натуральных или условно-натуральных измерителях.

#### **5.18. Показатели уровня и экономической эффективности специализации производства**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

Для анализа специализации необходим выбор и обоснование критериев, которые должны:

- давать оценку уровня специализации, позволяющую сравнивать во времени специализацию одного предприятия с другими;
- показывать относительный уровень экономической эффективности специализации;
- допускать агрегатирование от низшего звена производства (участка, цеха) до высшего (предприятия);
- реагировать на изменения технического уровня производства;
- отличаться простотой расчета;
- обладать универсальностью применения.

Анализ этих требований показывает, что критерии специализации не могут быть простыми. Они должны учитывать показатели доли профильной продукции, стандартизации, экономического эффекта, полученного вследствие ограничения номенклатуры выпускаемой продукции.

Оптимальные масштабы специализированных производств.

Применение оптимальных масштабов производства в качестве базы для определения уровня специализации учитывает особенности каждого изделия. Для предприятия, выпускающего несколько изделий, уровень специализации определяется коэффициентами специализации по всем изделиям и удельным весом каждого из них в объеме продукции. Так же рассчитывается и уровень специализации производства по отрасли.

Для более полной характеристики состояния специализации производства могут быть использованы показатели технического и организационного уровня производства: удельный вес автоматического и специализированного оборудования в общем его парке; удельный вес поточно-массового производства в общем объеме изготовления продукции; удельный вес унифицированных деталей, узлов и других полуфабрикатов.

**Экономическая** эффективность специализации и кооперирования — результат организационно-плановых мероприятий и повышения технического уровня производства. Эффективность организационно-плановых мероприятий проявляется в снижении себестоимости вследствие роста производительности труда и уменьшения условно-постоянных расходов, приходящихся на единицу продукции. Основная доля экономического эффекта от специализации приходится на повышение технического уровня производства и качества продукции. Оба эти направления увеличения эффективности производства действуют одновременно.

Экономическая эффективность специализации промышленного производства определяется рядом факторов.

На специализированных предприятиях технический уровень производства значительно выше, чем на универсальных.

#### **4 семестр**

### **5.19. Контроль принятия управленческих решений**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

Контроль – это одна из основных функций управления, представляющая собой процесс обеспечения достижения целей, поставленных организацией, обеспечения реализации принятых управленческих решений.

При помощи контроля руководство организации определяет правильность своих решений и устанавливает потребность в их корректировке.

Процесс контроля – это процесс отслеживания хода выполнения принятых управленческих решений и оценки достигнутых результатов в ходе их выполнения. Он включает установление стандартов, измерение фактически достигнутых результатов и их отклонений от установленных стандартов.

Насколько удачна модель и эффективно принятое управленческое решение зависит от профессионализма менеджера, принимающего решения.

Поэтому при осуществлении контроля оценивается и измеряется как ход выполнения принятых решений, так и соответствие принятых ранее решений реализовавшемуся развитию проблемной ситуации.

Отсутствие надежной системы контроля и, как следствие, эффективной обратной связи, может привести организацию к кризисной ситуации. Отсутствие эффективной обратной связи стало причиной краха многих крупных и мелких организаций.

Функция контроля является всеобъемлющей. Любая функция управления может эффективно действовать только при наличии эффективно действующей системы контроля. Контроль не является только полномочиями специально назначенного контролера. Функцию контроля должен осуществлять любой руководитель.

Контроль подразделяется на предварительный, текущий и заключительный.

Основными составляющими процесса контроля являются выработка стандартов и критериев, сопоставление с ними реальных результатов, осуществление корректирующих действий.

При установлении системы контроля целесообразно придерживаться таких принципов, как:

- установление жестких, но достижимых стандартов;
- осмысленность и однозначное восприятие стандартов сотрудниками;
- двустороннее общение с сотрудниками;
- отсутствие чрезмерного контроля;
- вознаграждение за достижение установленных стандартов и норм.

Для более эффективного осуществления контроля выполнения достаточно большого числа работ и принятых решений целесообразно использовать сетевые графики, ленточные графики, диаграммы Ганта, матричные расписания и т.д.

Эффективное функционирование системы контроля в современном управленческом контуре невозможно без использования возможностей, предоставляемых современной вычислительной техникой и современными информационными системами

поддержки и сопровождения процесса выработки и принятия управленческих решений.

## **5.20. Принципы формирования и функционирования управления персоналом фирмы**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

Управление персоналом - это совокупность принципов, методов и средств целенаправленного воздействия на персонал, обеспечивающих максимальное использование их интеллектуальных и физических способностей при выполнении трудовых функций для достижения целей предприятия.

В системе управления персоналом выделяются субъект и объект. Субъекты управления персоналом можно разделить на внутренние и внешние.

Объект (управляемый элемент, т.е. то, что изучается) – это основные компоненты системы управления персоналом: подбор, расстановка, оценка, стимулирование и т.д.

Необходимо различать принципы управления персоналом, под которыми понимают правила, основные положения и нормы, которым должны следовать руководители и специалисты в процессе управления персоналом. Основные принципы формирования и функционирования управления персоналом предприятия представлены в табл. 1.

Таблица 1- Принципы формирования и функционирования управления персоналом

Принцип системы управления персоналом	Содержание
Экономичность	Предполагает наиболее эффективную и экономичную систему управления персоналом, снижение доли затрат на систему управления в общих затратах на единицу выпускаемой продукции, повышение эффективности производства
Прогрессивность	Означает соответствие системы управления персоналом передовому зарубежному и отечественному опыту
Перспективность	При формировании системы управления персоналом следует учитывать перспективы развития предприятия
Оптимальность	Выбор наиболее рационального варианта предложений по формированию управления персоналом
Научность	Разработка мероприятий по формированию управления персоналом должна основываться на достижениях науки в области управления
Оперативность	Своевременное принятие решений в области управления персоналом
Согласованность	Взаимодействие между иерархическими звеньями по вертикали, а также между звеньями системы управления персоналом по горизонтали должны быть согласованы с основными целями предприятия

Все принципы управления персоналом реализуются во взаимодействии. Их сочетание зависит от конкретных условий функционирования системы управления персоналом предприятия.

## 5.21. Стадии процесса стратегического планирования фирмы, ориентированной на рынок

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

Целью разработки стратегии развития предприятия является выявление главных направлений дальнейшего его развития на основе максимального использования научно-технического, производственного и кадрового потенциала. Стратегическое планирование, как правило, включает разработку долгосрочных планов, рассчитанных на 10—15 лет. При разработке долгосрочных планов определяются главные направления, по которым будет развиваться предприятие, устанавливаются содержание и последовательность выполнения важнейших организационно-экономических и технических мероприятий, обеспечивающих достижения поставленных главных целей. Стадии процесса стратегического планирования предприятия, ориентированного на рынок, представлены на рис. 1.



Рис. 1 - Стадии процесса стратегического планирования предприятия, ориентированного на рынок

Процесс стратегического планирования предприятия начинается с определения цели предприятия, его положения в деловой среде с помощью портфельного анализа сфер деятельности.

Важной частью процесса стратегического планирования является выработка целей для существующих и новых сфер деятельности.

Следующая стадия — разграничение и анализ рынков по сферам деятельности, определение сегментов рынка и основной концепции сочетания элементов маркетинга.

Важное место в процессе стратегического планирования предприятия займет определение уровня стратегических сфер деятельности. В их числе четыре стадии:

- продуктовая стратегия;

- коммуникационная стратегия;
- ценовая стратегия;
- распределительная стратегия.

Процесс стратегического планирования предприятия, ориентированного на рынок, завершает маркетинговый контроль.

## **5.22. Условия поставок материальных ресурсов**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

Для закрепления хозяйственных связей применяются договоры поставки и договоры купли-продажи.

Купля-продажа отличается от поставки тем, что, во-первых, товары сдаются покупателю тотчас же по заключении договора, а в случае поставки – через определенный срок. Во-вторых, тем, что предметом купли-продажи является определенный товар, существующий и принадлежащий предприятию-продавцу в момент заключения договора, предметом же поставки может быть товар, определяемый в момент заключения договора только количеством и качеством, либо вообще еще не изготовленный.

В любом случае договор, регламентирующий отношения партнеров, выполняет следующие функции:

- закрепляет юридически отношения между партнерами;
- устанавливает порядок и способы выполнения обязательств;
- предусматривает способы защиты обеспечения обязательств.

Аспекты хозяйственных отношений, не отраженные в договоре, регламентируются основами гражданского законодательства и Гражданским кодексом Российской Федерации.

Основные элементы договора:

1. Предложение и принятие предложения.
2. Финансовые условия.
3. Право заключать контракты.
4. Законность.

Структура контракта предусматривает определение предмета контракта, указание качества и количества товара, сумму контракта, порядок поставки и приемки товара, ответственности сторон, порядок разрешения споров.

Условия поставки включают в себя восемь основных параметров.

1. Основные обязанности поставщика и покупателя.
2. Момент перехода права собственности от продавца к покупателю.
3. Цена поставляемой продукции.
4. Упаковка и маркировка.
5. Погрузка на транспортные средства и доставка до перевозчика.
6. Страхование перевозки.
7. Выгрузка и приемка продукции.
8. Урегулирование споров.

## **5.23. Управление запасами**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

Величина активов в форме запасов во многом зависит от объемов операционной деятельности предприятия. Запасы формируются на первой стадии операционного цикла, поэтому для принятия решения о размере оборотных средств, авансируемых в запасы, необходимо правильно спрогнозировать предстоящий объем продаж. Управление запасами сложно и потому, что неверные решения об их размере немедленно приводят к потерям в объемах производства или излишним расходам по хранению.

В экономической литературе описаны различные подходы к определению потребности в оборотных средствах для формирования материальных запасов. Достаточно эффективным методом управления материальными элементами оборотных активов является разработка на предприятии финансовых нормативов.

Существует несколько методов расчета норматива оборотных средств: метод прямого счета, аналитический и коэффициентный методы.

Достаточно распространенная в зарубежной практике модель управления запасами (ЕОО - модель, или экономичный размера заказа) основывается на определении такой величины запасов, которая, с одной стороны, минимизирует общие затраты по их поддержанию, а с другой - достаточна для успешной работы предприятия. Формулируя политику управления запасами, нужно определить, сколько и когда следует заказывать. При определении оптимального размера заказа нужно соблюдать равновесие между расходами на точили иной заказ и расходами на хранение средних запасов. Совокупные затраты, связанные с закупкой и хранением запасов, подразделяются на две группы.

Первая группа - затраты по размещению заказов.

Вторая группа - затраты по хранению запасов.

В практике финансового менеджмента широко используется ABC-метод управления товарно-материальными запасами (ABC method of inventory control), в соответствии с которым управлению дорогими элементами товарно-материальных запасов уделяется больше внимания, чем дешевым.

В некоторых отраслях промышленности в настоящее время используется метод управления запасами товарно-материальных ценностей "точно в срок" (JIT - just-in-time).

Крупные компании используют компьютерные системы контроля запасов. После внесения в память компьютера информации обо всех видах запасов автоматически происходит регистрация расхода материалов и корректировка остатков. При достижении момента возобновления запаса поставщику через компьютерную сеть передается заказ на новую поставку, а после ее получения вновь корректируются остатки.

В практике некоторых предприятий при решении задач управления запасами используются логистические подходы.

#### **5.24. Изменение концепции маркетинга в современных условиях**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

Маркетинг — это новая предпринимательская философия, система взглядов на современное рыночное производство.

По сути, концепция современного маркетинга как новой предпринимательской философии — это концепция рыночного управления, ориентированная на интересы



конечного потребителя. Она построена на интегрированном маркетинге, нацеленном на обеспечение удовлетворения запросов потребителей в качестве основы для достижения целей фирмы.

Во второй половине XX в. большинство стран в своем развитии перешло от общества-производителя, когда предложение порождало спрос, к обществу-потребителю, когда спрос порождает предложение. В этих условиях организации все чаще стали ощущать необходимость в изучении существующего и потенциального рынков сбыта, в оценке потребительского спроса и состояния конкурентов.

Маркетинговая стратегия — это комплекс мероприятий по разработке, производству и сбыту товаров (услуг) на основе запросов потребителей, направленный на максимизацию прибыли предприятия.

Предприятия, уделяющие значительное внимание процессу разработки маркетинговой стратегии, придерживаются философии маркетинга, помогающей им ориентировать объемы выпуска и качество продукции на потребности покупателя.

Теоретические основы, или концепции, маркетинга претерпели большие изменения, поэтому в его эволюции можно выделить три стадии:

1) производственная ориентация (вторая половина XIX в.), когда в центре внимания было производство, прежде всего, товаров массового потребления. Спрос превышал предложение, и основная задача сводилась к добыче сырья и применению рациональных способов изготовления продукции. Процесс продажи, т.е. реализация товаров, был относительно несложным;

2) ориентация на реализацию. По мере насыщения рынка удовлетворение потребностей покупателей стало иметь более существенное значение для отдельных предпринимателей. Это обусловило возникновение дебатов по вопросам рационализации сбыта, в том числе развития рекламы, расширения объема продаж и т.д. Однако в центре внимания политики предпринимателей были все же производственные решения и капиталовложения;

3) ориентация на маркетинг. В настоящее время почти для всех промышленно развитых стран свойственно рыночное изобилие товаров. Однако наряду с растущим потребительским спросом и расширяющимся ассортиментом товаров оно недолговечно и быстро меняется. Велико влияние международных рынков и постоянно растущего потока рыночной информации. В результате спрос потребителей стал основополагающим в развитии производства, а рыночная информация о потребностях общества — основой стратегии фирм и иных субъектов рынка.

В маркетинге изначально заложены принципы системного подхода к управлению, с позиций которого любое хозяйственное образование рассматривается как живой организм, развивающийся в тесном взаимодействии с окружающим миром. Суть системы маркетинга состоит в том, что фирма разрабатывает свою рыночную стратегию, направленную на удовлетворение потребностей покупателя, с учетом влияния окружения — маркетинговой среды.

## **5.25. Система инновационных коммуникаций**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

Инновационные коммуникации и характерные для них отношения возникают там, где участники инновации вступают в рыночные отношения и обмениваются информацией по предмету и объекту нововведения, а также (и это главное) разделяют будущий результат и несут риск, связанный с ним.

Таким образом, можно сказать, что инновационная коммуникация — это деятельность, направленная на претворение новаций в жизнь. Сущность инновационной коммуникации заключается в трех основных составляющих:

- коммуникации как сфере деятельности;
- технологическом аспекте коммуникации;
- реализации идей и действий предпринимателя.

Для реализации научной идеи применяются различные способы, набор предметов и субъектная структура, что составляет технологический аспект инновационной коммуникации. Эффективные коммуникации, как проявление творчества, образуют особую инновационную культуру.

Каковы же основные общие свойства системы инновационных коммуникаций?

1. Система инновационных коммуникаций есть целостная совокупность экономических отношений субъектов инновации.

2. Между субъектами такой системы действуют существенные связи, которые с закономерной необходимостью определяют интегративные качества системы.

3. Коммуникации между субъектами инновации определенным образом упорядочены.

4. Система инновационных коммуникаций обладает интегративными качествами.

Перечисленные выше свойства коммуникаций проявляются всегда, когда они наполнены инновационными потоками, имеющими определенную целевую направленность и динамику.

К инновационным организациям первого поколения следует отнести технологические институты, проектные организации и пусконаладочные предприятия, которые распространяли новшества, созданные в стенах академической науки, как правило, естественного направления. Действовали эти организации в рамках одной отрасли.

Начиная с 1970-х годов получили развитие инновационные предприятия второго поколения — научно-производственные объединения. Они создавались по двум направлениям:

- освоения новой товарной продукции;
- соединения прикладных исследований, проектирования и опытно-промышленной базы под одной крышей для сокращения цикла производства новой научно-технической продукции.

Инновационные предприятия третьего поколения создавались как межотраслевые. Они обладали широким диапазоном функций и межведомственным составом партнеров. Впоследствии к этим инновационным образованиям присоединилось кооперативное движение, а также различные общественные организации.

Современные инновационные предприятия можно отнести к четвертому поколению. Здесь сосуществуют и конкурируют между собой элементы всех четырех

поколений. Их подлинная роль формируется в сегодняшних условиях рынка новшеств.

Наряду с конкуренцией между инновационными предприятиями развиваются качественно новые коммуникации, основанные как на научном, так и на коммерческом интересе. В их числе субподряд, кооперация, партнерство и другие формы. Особое внимание заслуживают три современные формы инновационных коммуникаций: кооперационная, субъектная и кризисная.

### **5.26. Финансирование инвестиционной деятельности фирмы**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

Процесс формирования инвестиционных ресурсов включает:

- разработку прогноза потребности в инвестициях;
- поиск возможных источников формирования инвестиций;
- распределение источников формирования инвестиций по направлениям инвестирования для определения их оптимальной структуры.

Источники финансирования инвестиций выбираются на первой фазе инвестиционного цикла. Ими могут быть как собственные, так и привлеченные со стороны средства.

К собственным средствам, направляемым предприятием на финансирование инвестиционной деятельности, относятся:

- свободные денежные средства, имеющиеся на счету предприятия к началу реализации инвестиционных проектов;
- средства, полученные в результате дополнительной эмиссии акций предприятия;
- денежные средства от реализации излишнего и выбывающего имущества и неамортизированных основных фондов предприятия при перепрофилировании его производства;
- часть дохода предприятия в форме чистой прибыли и амортизации, реинвестируемой в процессе осуществления инвестиционных проектов.

Привлеченные со стороны средства для финансирования инвестиционного проекта можно подразделить на следующие группы:

а) субсидии — средства, предоставляемые на безвозмездной основе (ассигнования из бюджетов различных уровней, фондов поддержки предпринимательства, благотворительные и иные взносы организаций всех форм собственности и физических лиц, включая международные организации и финансовые институты);

б) заемные средства (кредиты, займы), подлежащие возврату на заранее определенных условиях;

в) средства в виде имущества, предоставляемого предприятию в лизинг.

Выбор источников финансирования инвестиционных проектов в значительной степени зависит от их эффективности.

### **5.27. Правовое обеспечение качества продукции**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

В настоящее время получило широкое развитие законодательство, связанное с различными правовыми аспектами качества продукции. Среди принятых законодательных

актов необходимо отметить такие, как Гражданский кодекс РФ, законы «О защите прав потребителей», «О качестве пищевых продуктов», «О техническом регулировании» и др.

Основными субъектами правового регулирования отношений являются: потребитель — гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных бытовых нужд, не связанных с извлечением прибыли; изготовитель, исполнитель, продавец — предприятия независимо от их формы собственности, а также индивидуальные предприниматели, производящие товары для реализации потребителям; выполняющие работы или оказывающие услуги потребителям по возмездному договору; реализующие товары потребителям по договору купли-продажи.

Права и обязанности изготовителя, исполнителя, продавца.

Закон РФ «О стандартизации» устанавливает основные положения, принципы, понятия, порядок организации работ в области стандартизации, которые являются едиными и обязательными для всех органов государственного управления, субъектов хозяйственной деятельности (в том числе граждан — предпринимателей) независимо от их ведомственной принадлежности и формы собственности, а также общественных объединений. Формы и методы взаимодействия предприятий и предпринимателей друг с другом, с государственными органами управления устанавливаются стандартами государственной системы стандартизации.

Государственная система стандартизации Российской Федерации (ГСС РФ) включает комплекс основополагающих стандартов.

Объектами стандартизации являются продукция, работа (процесс), услуги, которые в равной степени относятся к любому материалу, компоненту, оборудованию, системе, правилу, процедуре, функции, методу или деятельности.

К нормативным документам по стандартизации, действующим на территории России, относятся:

- государственные стандарты Российской Федерации — ГОСТ Р;
- применяемые в установленном порядке (ГОСТ Р 1.5—92) международные (региональные) стандарты;
- общероссийские классификаторы технико-экономической информации;
- стандарты отраслей;
- стандарты предприятий;
- стандарты научно-технических, инженерных обществ и других общественных объединений;
- нормы и правила по стандартизации.

В соответствии с Законом «О защите прав потребителей» в России стали проводиться работы по сертификации продукции, услуг, работ. Закон возложил на Госстандарт России организацию и проведение работ по обязательной сертификации товаров (работ, услуг), подпадающих под действие данного закона. Госстандартом России создана система сертификации.

## **5.28. Конкурентоспособность и коммерческий успех продукции в современных условиях**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

На современном этапе развития на смену товарам как объектам конкуренции приходят технологии. Страны-лидеры уже сегодня конкурируют за технологии, остальные страны участвуют в товарной конкуренции, и только в странах-аутсайдерах преобладает конкуренция за благоприятные условия продажи природных и трудовых ресурсов. Сегодня конкурентоспособность страны и фирм определяется главным образом интенсивностью применения инноваций.

Инновационная волна в мире началась в таких отраслях, как электроника, разработка программного обеспечения, телекоммуникации, химия, биология. Сейчас она захватила многие отрасли во всем мире. Если раньше для предприятий бытовало правило "не осуществляй инноваций до тех пор, пока не будешь вынужден это сделать", то сейчас все отчетливее звучит новое правило - "инновации или гибель". Ведущие компании на Западе тратят на исследования и разработки, которые являются источниками инноваций, от 5% прибыли и больше.

Цель компании, выпускающей инновационную продукцию, - уход от конкуренции и завоевание монопольного положения на рынке, которое будет гарантировать получение прибыли. При этом существует высокая степень неопределенности результата, вызванная известной непредсказуемостью реакции покупателей. Существуют широкое и узкое понятия инновационной продукции.

Под инновационной продукцией в узком понимании значится продукция, обладающая научной и научно-технической новизной, прежде всего наукоемкая и научно-техническая продукция предприятий. Наукоемкая продукция - это продукция, в стоимости которой значительную долю составляют затраты интеллектуального научного труда. Научно-техническую продукцию определяют как совокупность научно-технической информации, имеющей коммерческое значение и реализуемой потребителю преимущественно в нематериальной форме (в виде лицензий и научно-технических услуг). Различают инновационную продукцию потребительского и производственного назначения.

Инновационная продукция имеет ряд особенностей.

Современные исследования показывают высокие инновативные характеристики покупателей на внутренних и внешних рынках.

Среди факторов конкурентоспособности и потребительской и производственной продукции возрастает значение инновационных параметров - показателей новизны технологии, дизайна, новых эксплуатационных характеристик.

### **5.29. Классификация затрат, включаемых в себестоимость продукции**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

В себестоимость производства и реализации продукции включаются расходы, связанные:

- с непосредственным производством продукции, обусловленные технологией и организацией производства;
- использованием природного сырья;
- подготовкой и освоением производства;

- совершенствованием технологии и организации производства, а также улучшением качества продукции, повышением ее надежности, долговечности и других эксплуатационных свойств (затраты некапитального характера);

- изобретательством и рационализацией, проведением опытноэкспериментальных работ, изготовлением и испытанием моделей и образцов, выплатой авторских вознаграждений и т.п.;

- обслуживанием производственного процесса;
- обеспечением нормальных условий труда и техники безопасности;
- управлением производством
- подготовкой и переподготовкой кадров;
- отчислением на социальные нужды (единый социальный налог) и др.

В отечественной практике управления затратами для целей планирования, учета и калькулирования применяется следующая классификация:

- по виду производства — затраты основные и вспомогательные;
- по виду продукции — затраты на отдельное изделие, группу однородных изделий, заказ, передел, работы, услуги;
- по виду расходов — статьи калькуляции (для калькулирования себестоимости продукции и организации аналитического учета) и элементы затрат (для составления проектной сметы затрат и отчета по затратам на производство);
- по месту возникновения затрат — участок, цех, производство, хозрасчетная бригада.

Для практического использования в системе управления формированием затрат и издержек целесообразно выделить и рассмотреть классификацию затрат по статьям калькуляции и элементам затрат.

### **5.30. Факторы и пути снижения себестоимости продукции**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

В настоящее время при анализе фактической себестоимости выпускаемой продукции, выявлении резервов и экономического эффекта от ее снижения используется расчет по экономическим факторам. Экономические факторы наиболее полно охватывают все элементы процесса производства - средства, предметы труда и сам труд. Они отражают основные направления работы коллективов предприятий по снижению себестоимости: повышение производительности труда, внедрение передовой техники и технологии, лучшее использование оборудования, удешевление заготовки и лучшее использование предметов труда, сокращение административно-управленческих и других накладных расходов, сокращение брака и ликвидация непроизводительных расходов и потерь.

Экономия, обуславливающая фактическое снижение себестоимости, рассчитывается по следующему составу (типовому перечню) факторов:

1. Повышение технического уровня производства.
2. Совершенствование организации производства и труда.
3. Изменение объема и структуры продукции, которые могут привести к относительному уменьшению условно-постоянных расходов (кроме амортизации),

относительному уменьшению амортизационных отчислений, изменению номенклатуры и ассортимента продукции, повышению ее качества.

4. Улучшение использования природных ресурсов.

5. Отраслевые и прочие факторы.

Решающим условием снижения себестоимости служит непрерывный технический прогресс.

Серьезным резервом снижения себестоимости продукции является расширение специализации и кооперирования.

Снижение себестоимости продукции обеспечивается, прежде всего, за счет повышения производительности труда.

Важнейшее значение в борьбе за снижение себестоимости продукции имеет соблюдение строжайшего режима экономии на всех участках производственно-хозяйственной деятельности предприятия.

Сокращение затрат на обслуживание производства и управление также снижает себестоимость продукции.

Значительные резервы снижения себестоимости заключены в сокращении потерь от брака и других непроизводительных расходов.

Масштабы выявления и использования резервов снижения себестоимости продукции во многом зависят от того, как поставлена работа по изучению и внедрению опыта, имеющегося на других предприятиях.

### **5.31. Цели ценовой политики**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

Ценовая политика предприятия — это установление (определение) цен, обеспечивающих выживание предприятия в рыночных условиях; включает выбор метода ценообразования, разработку ценовой системы предприятия, выбор ценовых рыночных стратегий и др.

Существуют три основные цели ценовой политики: обеспечение выживаемости предприятия, максимизация прибыли и удержание рынка. Обеспечение выживаемости предприятия — главная цель фирмы, осуществляющей свою деятельность в условиях жесткой конкуренции, когда на рынке много производителей с аналогичными товарами. Важными компонентами данной ценовой политики являются объем сбыта (продаж) и доля на рынке. Для захвата большей доли рынка и увеличения объема сбыта используются заниженные цены.

К максимизации прибыли стремятся не только компании, имеющие устойчивое положение на рынке, но и не уверенные в своем будущем фирмы, пытающиеся максимально использовать выгодную конъюнктуру рынка. В этих условиях фирма делает оценку спроса и издержек применительно к разным уровням цен и останавливается на таких ценах, которые обеспечивают максимальную прибыль. Удержание рынка состоит в сохранении фирмой существующего положения на рынке или благоприятных условий для своей деятельности.

На систему ценообразования, а, соответственно, на ценовую политику предприятия, оказывает большое влияние состояние денежной сферы, а именно: изменение покупательной способности рубля и курсы иностранных валют к рублю.

### **5.32. Классификация доходов фирмы**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

Доходами фирмы, согласно бухгалтерскому учету, считается увеличение экономических выгод в результате поступления активов (денежных средств, иного капитала) и (или) погашения обязательств, приводящего к увеличению капитала этой фирмы, за исключением вкладов участников (собственного имущества). Доходы подразделяются на доходы от обычных видов деятельности и прочие поступления. К прочим поступлениям относятся: операционные доходы, внереализационные доходы, чрезвычайные доходы.

Организация самостоятельно признает поступления доходами от обычных видов деятельности или прочими поступлениями, исходя из Положения по бухгалтерскому учету «Доходы организаций».

Налоговой базой для целей налогообложения признается денежное выражение прибыли, подлежащей налогообложению. Прибылью, подлежащей налогообложению, признается полученный налогоплательщиком доход, уменьшенный на величину произведенных расходов. При определении налоговой базы прибыль, подлежащая налогообложению, определяется нарастающим итогом с начала налогового периода.

Доходы, облагаемые по ставке в размере 24%, получаемые российскими предприятиями, в соответствии с Налоговым кодексом РФ подразделяются на доходы от реализации и внереализационные доходы и делятся в зависимости от видов деятельности на 10 групп (видов операций). При этом каждой группе должны соответствовать только взаимосвязанные доходы и расходы.

При определении доходов и расходов от реализации для целей налогообложения применяются два метода: метод начисления и кассовый метод.

Налогоплательщики исчисляют налоговую базу по итогам каждого отчетного (налогового) периода на основе данных налогового учета, подтверждением которых являются:

- первичные учетные документы (включая справку бухгалтера);
- аналитические регистры налогового учета;
- расчет налоговой базы.

Расчет налоговой базы должен содержать следующие данные, сгруппированные по восьми укрупненным позициям.

1. Период, за который определяется налоговая база (с начала налогового периода нарастающим итогом).
2. Сумма доходов от реализации, полученных в отчетном налоговом периоде.
3. Сумма расходов, произведенных в отчетном (налоговом) периоде, уменьшающих сумму доходов от реализации.
4. Прибыль (убыток) от реализации.
5. Сумма внереализационных доходов.



6. Сумма внереализационных расходов.
7. Прибыль (убыток) от внереализационных операций.
8. Итого налоговая база за отчетный налоговый период.

### **5.33. Риски при финансировании проекта**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

При решении вопросов финансирования проекта учет рисков — одно из наиболее важных условий эффективности его выполнения, обеспечивающее решение двух основных задач:

- обеспечение потока инвестиций, необходимых для планомерного выполнения проекта;
- снижение капитальных затрат и риска проекта за счет оптимальной структуры инвестиций и получения налоговых преимуществ.

План финансирования проекта должен учесть следующие виды рисков:

- риск нежизнеспособности проекта;
- налоговый риск;
- риск неуплаты задолженностей;
- риск не завершения строительства.

Риск нежизнеспособности проекта должен гарантировать, что предполагаемые доходы будут достаточными для покрытия затрат, выплаты задолженностей и обеспечения окупаемости любых по размеру капитальных вложений.

Налоговый риск предусматривает невозможность гарантировать налоговую скидку, если проект не вступит в эксплуатацию к предусмотренному сроку; потерю выигрыша на налогах, если участники прекратили работы над уже функционирующим, но экономически не оправдавшим себя проектом; изменение налогового законодательства; решения налоговой службы, понижающие налоговые преимущества в результате осуществления проекта.

Риск неуплаты задолженностей может зависеть от краткосрочного падения спроса на производимый продукт либо возникает в результате снижения цен на него из-за перепроизводства. Чтобы такие колебания не повлияли на жизнеспособность проекта, ежегодные доходы от его осуществления должны перекрывать максимальные годовые выплаты по задолженности. Возможны следующие меры снижения риска от неуплаты платежей: использование резервных фондов, производственные выплаты, дополнительное финансирование, кредиты.

Риск не завершения строительства должен быть гарантирован участниками строительства и инвесторами. Если в проекте использованы новый технологический процесс или ноу-хау, инвестор может потребовать безусловных гарантий завершения строительства, поскольку такие проекты значительно дороже, чем первоначально предусматривалось.

### **5.34. Общая оценка баланса фирмы**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

Основными финансовыми документами фирмы являются: 1) баланс предприятия;

2) сводный отчет о прибылях и убытках (счет прибылей и убытков); 3) отчет о полученной прибыли к распределению; 4) отчет о фондах и их использовании; 5) счет финансирования.

Бухгалтерский баланс представляет собой способ экономической группировки и обобщения имущества организации по составу и размещению, а также по источникам его формирования (собственные и заемные обязательства), выраженным в денежной оценке.

Баланс организации знакомит собственников, менеджеров и других лиц, связанных с управлением, с имущественным состоянием хозяйствующего субъекта. Из баланса ясно, чем собственник владеет, т.е. каков в количественном и качественном отношении запас материальных средств, которым предприятие способно распоряжаться, и кто принимал участие в создании этого запаса. По балансу определяют, сумеет ли предприятие в ближайшее время выполнить свои обязательства перед третьими лицами — акционерами, инвесторами, кредиторами, покупателями, продавцами и другими или ему угрожают финансовые затруднения.

На основе данных баланса определяют конечный финансовый результат работы предприятия в виде наращивания собственного капитала за отчетный период, который отражается в виде чистой прибыли в пассиве баланса.

Важнейшим элементом баланса является актив, который отражает совокупность имущественных средств хозяйствующей единицы. В состав актива включаются имущество и права.

Перечисление всех составных групп частей актива, количественно измеренных и оцененных, отражается в соответствующих статьях бухгалтерского баланса.

Статьи актива располагаются по определенной системе, в основе которой лежит степень ликвидности, т.е. прямая зависимость от того, как быстро данная часть имущества приобретает в хозяйственном обороте денежную форму. В отечественном балансе актив строится в порядке возрастающей ликвидности.

Пассив баланса показывает, во-первых, какие средства (капитал) вложены в хозяйственную деятельность предприятия и, во-вторых, кто и в какой форме участвовал в создании имущественной массы предприятия. Пассив баланса определяется как обязательства за полученные предприятием ресурсы (активы).

Важным моментом является группировка обязательств по субъектам: одни из них являются обязательствами перед собственниками хозяйства, другие — перед третьими лицами (кредиторами, банками и др.). Такое деление имеет важное значение при определении срочности погашения обязательств, другими словами, изымаемое источников средств. Обязательства перед собственником составляют практически постоянную часть баланса. Обязательства же второго вида (заемные средства) имеют ту или иную срочность погашения и, таким образом, периодически становится известной часть средств, имеющих своим источником эти обязательства.

Внешние обязательства (долги) подразделяются на долгосрочные и краткосрочные, их принято называть заемным капиталом.

Показатель «чистые активы» — новый для российских предприятий. Чистые активы — это величина, определяемая вычитанием из суммы активов предприятия суммы его внешних обязательств.

Существует тесная взаимосвязь между активом и пассивом баланса, так как в процессе производственной деятельности идет постоянная трансформация отдельных элементов актива и пассива баланса. Каждая группа пассива функционально связана с определенной частью актива баланса.

Бухгалтерский баланс является основным источником информации для анализа финансового состояния предприятия. На практике применяется структурно-динамический анализ с помощью составления уплотненного баланса.

### **5.36. Оценка состава и структуры источников средств**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

Пассив бухгалтерского баланса отражает источники финансирования средств предприятия, сгруппированные на определенную дату по их принадлежности и назначению.

В рыночных условиях хозяйствования оценка структуры источников средств проводится как внутренними, так и внешними пользователями бухгалтерской информации.

Источниками формирования имущества любого предприятия вне зависимости от организационно-правовых видов и форм собственности служат собственные и заемные средства.

К числу основных показателей, характеризующих структуру источников средств, относятся коэффициент независимости, коэффициент финансовой устойчивости, коэффициент финансирования, коэффициент обеспеченности.

При оценке структуры источников имущества предприятия особое внимание должно быть уделено способу их размещения в активе. Считается оптимальным, если за счет собственных источников (собственного капитала) сформированы основные средства и часть оборотных (необходимо иметь в виду, что в странах с рыночной экономикой к собственным источникам приравниваются и долгосрочные обязательства).

Способность предприятия выполнить свои обязательства анализируется и через структуру собственного капитала.

Коэффициент обеспеченности собственными средствами характеризует наличие у предприятия собственных оборотных средств, необходимых для финансовой устойчивости.

### **5.37. Внешнеторговый контракт**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

В международной практике контрактом принято называть международный договор купли-продажи. Договор считается международным только в том случае, если коммерческие предприятия договаривающихся сторон находятся на территории разных государств. Такое толкование международного договора дается в конвенции ООН о договорах международной купли-продажи товаров (Венская конвенция 1980г.). По видам контракты подразделяются на контракты разовой поставки, с периодической поставкой и на поставку комплексного оборудования.

Контракт разовой поставки — единовременное соглашение, которое предусматривает поставку согласованного количества товара к определенной дате (сроку, периоду времени). Поставка товаров производится один или несколько раз в течение установленного срока. Контракт с периодической поставкой предусматривает регулярную (периодическую) поставку определенного количества (партий) товара на протяжении установленного в условиях контракта срока. По срокам различают краткосрочные контракты (обычно на один год) и долгосрочные (продолжительностью 5—10, а иногда и до 15 лет). Контракты на поставку комплексного оборудования отличаются многообразием, весьма сложным содержанием, наличием различных условий и предполагают осуществление тесных связей с покупателем (заказчиком) после поставки оборудования.

Контракт должен заключаться в простой письменной форме. Такое требование содержится в Гражданском кодексе РФ. В случае нарушения этого требования сделка признается недействительной.

В соответствии с Рекомендациями при заключении контракта следует указывать унифицированный номер контракта, состоящий из трех групп знаков. Первая группа состоит из двух букв или трех цифр, которые означают код страны покупателя (продавца) по международному классификатору «Страны мира», используемому при таможенном оформлении. Вторая группа состоит из восьми цифр, означающих код организации покупателя (продавца) в соответствии с Общероссийским классификатором «Предприятия и организации» (ОКПО). Третья группа состоит из пяти цифр и представляет собой порядковый номер документа у организации-покупателя (продавца). Между группами ставится разделитель в виде знака /.

В соответствии с Рекомендациями в контракте обязательно должны быть следующие разделы.

1. Предмет контракта.
2. Цена и сумма.
4. Условия платежа.
5. Сроки поставки.
6. Условия приемки товара по качеству и количеству.
7. Форс-мажор.
7. Рассмотрение споров.
8. Санкции.
9. Прочие условия сделки.
10. Адреса покупателя и продавца.
11. Подписи сторон.

При оформлении внешнеторговой бартерной сделки обязательно должны указываться:

- дата заключения и номер внешнеторговой бартерной сделки;
- номенклатура, количество, качество, цена товара по каждой товарной позиции, сроки и условия экспорта (импорта) товара;
- перечень услуг, работ, интеллектуальной собственности, их стоимость, сроки оказания услуг, выполнения работ, передачи исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности или предоставления права на использование объектов интеллектуальной собственности;

- перечень документов, представляемых российскому физическому или юридическому лицу для подтверждения факта оказания услуг, выполнения работ, передачи исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности или предоставления права на использование объектов интеллектуальной собственности.

Внешняя торговля товарами, услугами и интеллектуальной собственностью с использованием внешнеторговых бартерных сделок может осуществляться только после оформления соответствующего паспорта внешнеторговой бартерной сделки, в котором в том числе указываются сведения о платежах с использованием денежных и (или) иных платежных средств, в случае, если внешнеторговая бартерная сделка осуществляется с частичным использованием денежных и (или) иных платежных средств.

### **3.38. Предупреждение банкротства**

При изучении вопроса необходимо обратить внимание на следующие особенности.

В большинстве развитых стран потенциальные банкроты выжимаются из деловой сферы задолго до официального обретения ими этого статуса. Например, во Франции существует специальная «система тревоги», предупреждающая экономических партнеров о симптомах возможного банкротства.

Мониторинг управления банкротством предприятий представляет собой сформированную на макроуровне систему сбора данных о состоянии предприятий и расчета показателей, позволяющих диагностировать возникновение банкротства, отслеживать тенденции и динамику происходящих изменений и на этой основе принимать оптимальные управленческие решения по региону и стране в целом.

Объективная необходимость применения мониторинга в этой области диктуется тем, что применяемые ранее, в условиях планово-распределительной экономики, методы анализа и прогнозирования практически перестали работать. Возникла необходимость создать соответствующую современным задачам систему изучения и управления сложными процессами, включая несостоятельность предприятий. Следует учитывать опыт зарубежных стран в этой области. Он весьма различен.

В нашей стране мониторинг осуществляется на основании распоряжения Федеральной службы России по делам о несостоятельности и финансовому оздоровлению от 31 марта 1999 г. «О введении мониторинга финансового состояния организаций и учета их платежеспособности». Сформирована система управления банкротством предприятий, содержащая следующие элементы.

1. Участники системы, к которым относятся предприятия-банкроты, их кредиторы, государство, трудовые коллективы, руководитель должника, арбитражный управляющий (временный управляющий, административный управляющий, внешний управляющий, конкурсный управляющий), арбитражный суд, инвесторы, дебиторы, саморегулируемая организация арбитражных управляющих.

2. Государственное регулирование, включающее:

- правовое (законодательное, методическое, информационное) обеспечение;
- налоговое регулирование;
- реструктуризацию — очистку от несвойственных бизнесу предприятия объектов, выделение самостоятельно функционирующих элементов бизнеса или их

продажа (осуществляется в соответствии с постановлением Правительства РФ от 22 мая 1998 г. № 476) «О мерах по повышению эффективности применения процедур банкротства»;

- обучение арбитражных управляющих;
- финансово-кредитную политику государства, выражающуюся в оказании финансовой поддержки на безвозмездной основе и на условиях льготных кредитов жизненно важным для экономики предприятиям в соответствии с Положением о порядке предоставления государственной финансовой поддержки неплатежеспособным предприятиям и использования средств федерального бюджета, отраслевых и межотраслевых внебюджетных фондов в целях реорганизации или ликвидации неплатежеспособных предприятий (Приложение № 2 к постановлению Правительства РФ от 20 мая 1994 г. № 498);

- социальную защиту работников предприятия-банкрота, выражающуюся в создании рабочих мест для них, переподготовке, выплате пособий (регулируется в соответствии с Положением об организации работы по содействию занятости в условиях массового высвобождения, утвержденным постановлением Правительства РФ от 5 февраля 1993 г. № 99);

- методическое обеспечение проведения диагностики деятельности предприятий, профилактики банкротства, а также санации в случае его возникновения;

3. Система государственных органов и служб на федеральном и территориальных уровнях, обеспечивающих государственное регулирование.

4. Принципы управления банкротством.

Таким образом, в России существует мощная система профилактики банкротства предприятий на макроуровне, которая впитала в себя успешный зарубежный опыт многих развитых стран.

## **6. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ К ЗАНЯТИЯМ** (не предусмотрено РПД)

Приложение 1

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

**Кафедра экономики агробизнеса и ВЭС**

**РЕФЕРАТ**  
по «Экономике фирмы»  
на тему: «Методы организации производства»

**Выполнил:**

**Проверил:**

**Оренбург – 20\_\_**

Приложение 2

**Содержание**

Введение	3
1. Метод организации индивидуального и мелкосерийного производства	8
2. Поточный метод	11
3. Метод синхронизированного производства	15
Заключение	15
Список использованных источников	17