

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования

«Вологодский государственный университет»

(ВоГУ)

машиностроительный техникум

ЭКОНОМИКА

Часть 2

Учебное пособие

Специальность:

38.02.01 «Экономика и бухгалтерский учёт (по отраслям)»,

38.02.04 «Коммерция (по отраслям)»

Вологда

2015 г.

Рецензенты:

Е.И. Ковалёва, бухгалтер-экономист ФГУП «Почта России»;

А.В.Патракеева, преподаватель высшей категории МТ ВоГУ.

Иванова, О.В. Экономика: учебное пособие. Ч.2 / О.В.Иванова. – Вологда: ВоГУ, 2015.

Учебное пособие разработано на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальностям 38.02.01 «Экономика и бухгалтерский учёт (по отраслям)», 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)».

Цель данного учебного пособия – научить студентов понимать причины и сущность проблем, с которыми им предстоит встречаться в своей профессиональной и повседневной жизни, а также находить способы разрешения этих проблем и оптимальные способы поведения в мире экономики.

Учебное пособие охватывает материал, изучаемый обучающимися во втором семестре 1 курса обучения по специальностям 38.02.01 «Экономика и бухгалтерский учёт (по отраслям)», 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)»: «Рыночная экономика», «Экономика фирмы», «Современное машиностроительное производство».

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
1 РЫНОЧНАЯ ЭКОНОМИКА	7
1.1 Круговорот производства и обмена продукции в рыночной экономической системе	7
1.2 Рынок. Рыночный механизм. Рыночные структуры. Рыночная инфраструктура	8
1.3 Рыночная экономика, её характерные черты	16
1.4 Спрос. Закон спроса	18
1.5 Предложение. Закон предложения	23
1.6 Рынок как механизм согласования интересов продавцов и покупателей. Формирование рыночных цен	27
1.7 Вопросы и задания для самоконтроля	32
2 ЭКОНОМИКА ФИРМЫ	34
2.1 Предпринимательство. Формы и виды предпринимательской деятельности	34
2.2 Предприятие (фирма). Основные признаки предприятия	44
2.3 Вопросы и задания для самоконтроля	49
3 СОВРЕМЕННОЕ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОЕ ПРОИЗВОДСТВО	50
3.1 Особенности современного машиностроительного производства	50
3.2 Основной и оборотный капитал предприятия	65
3.3 Производительность труда	71
3.4 Себестоимость продукции. Ценообразование	76
3.5 Вопросы и задания для самоконтроля	81
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	84
ПРИЛОЖЕНИЕ 1 Адам Смит (краткая биографическая справка)	85

ПРИЛОЖЕНИЕ 2 Кадзума Татеиси (краткая биографическая справка)	87
ПРИЛОЖЕНИЕ 3 Основные характеристики организационно-правовых форм (ОФП) предприятий, предусмотренных ГК РФ	90

ВВЕДЕНИЕ

Учебная дисциплина «Экономика» является общепрофессиональной дисциплиной, формирующей базовые знания для освоения специальностей 38.02.01 «Экономика и бухгалтерский учёт (по отраслям)», 38.02.04 «Коммерция».

Экономика исследует проблемы, которые касаются всех людей без исключения. Все люди вовлечены в сферу экономической жизни (они совершают покупки, получают доходы, платят налоги и тому подобное). Всякий человек рано или поздно задается вопросами: от чего зависит заработная плата, почему растут цены, почему в одной стране уровень жизни выше, чем в другой, что выгоднее – работать по найму или организовать собственное дело.

Изучение экономики дает студентам не просто готовые знания в области экономической теории, но формирует экономический образ мышления, знакомит их с методами экономического анализа, необходимыми для понимания экономических процессов и явлений, происходящих в жизни общества.

Цель данного учебного пособия – научить студентов понимать причины и сущность проблем, с которыми им предстоит встречаться в своей профессиональной и повседневной жизни, а также находить способы разрешения этих проблем и оптимальные способы поведения в мире экономики.

Учебное пособие охватывает материал, изучаемый обучающимися во втором семестре 1 курса обучения по специальностям 38.02.01 «Экономика и бухгалтерский учёт (по отраслям)», 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)»; должно помочь студентам в самостоятельной работе над

курсом экономики, в подготовке к промежуточной аттестации и к итоговому экзамену по окончании изучения курса дисциплины «Экономика».

Изложение теоретического материала в нем сочетается с анализом состояния той или иной экономической проблемы в России. Это позволит студентам лучше разобраться в прошлом и настоящем России, понять суть проводимых экономических реформ, перспективы развития экономики России.

Студент должен уметь творчески использовать приобретенные знания, самостоятельно делать обобщения, совершенствовать навыки литературного изложения своих мыслей с использованием общенаучной и экономической терминологии, применять их на практике для анализа той или иной ситуации. С этой целью наряду с теоретическим материалом учебное пособие содержит вопросы и задания для самоконтроля, ответы на которые способствуют лучшему пониманию и закреплению изучаемого материала.

1 РЫНОЧНАЯ ЭКОНОМИКА

1.1 Круговорот производства и обмена продукции в рыночной экономической системе

Производство (особенно современное) является процессом общественным, так как все люди работают сообща, в тесном взаимодействии и в зависимости друг от друга.

Например, из добываемой горняками руды литейщики варят металл, который в свою очередь идет на изготовление оборудования для хлебозаводов. Результаты труда пекарей потребляют все, в том числе и шоферы, доставляющие хлеб в магазины, менеджеры по продажам, заключающие договоры на поставку хлеба, бухгалтеры, начисляющие всем зарплату, а также врачи, поддерживающие всеобщее здоровье. И так далее: цепочка подобных экономических взаимосвязей бесконечна.

Весь процесс непрерывно повторяющегося хозяйственного кругооборота в обществе называют общественным производством (или воспроизводством).

В этом процессе выделяют четыре основные стадии (Рисунок1):

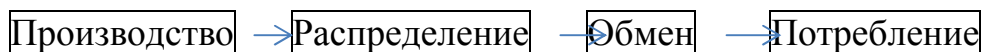


Рисунок 1 – Процесс общественного производства

Дадим определение каждой из этих стадий:

1) Производство – это процесс создания материальных и духовных благ, необходимых для существования человека.

В рыночной экономической системе кроме этого целью является также получение прибыли (в традиционной экономической системе – потребление).

2) Распределение определяется как доля каждого человека в произведенных продуктах (в форме заработной платы, ренты, прибыли и так далее).

3) Обмен – это процесс движения материальных благ и услуг от одного субъекта к другому; форма связи производственной и потребительской (через куплю - продажу с применением денег).

4) Потребление – это процесс использования результатов производства для удовлетворения определенных потребностей.

На последней фазе кругооборота производства и обмена продукции – потреблении – блага исчезают в процессе удовлетворения потребности в них. Поэтому в новом цикле кругооборота повторяется чередование всех фаз.

1.2 Рынок. Рыночный механизм. Рыночные структуры.

Рыночная инфраструктура

В рыночной экономике основополагающим элементом является рынок.

Рынок — это совокупность экономических отношений между субъектами рынка (государство, предприятия, домашние хозяйства) по поводу движения товаров и денег, которые основываются на взаимном согласии, эквивалентности (равенстве, равнозначности) и конкурентности.

Рынок как особый механизм экономических отношений между продавцами и покупателями, производителями и потребителями появился только тогда, когда в обществе возникли и сформировались необходимые для этого условия:

1) Общественное разделение труда (ОРТ).

На определенном этапе развития общества рост потребностей людей сделал невозможной их жизнедеятельность, основанную на универсальном труде и самообеспечении. Производители начали специализироваться на выпуске того или иного продукта. Специализированный труд, с одной стороны, является более производительным и приводит к росту объемов производства, а с другой стороны, он стимулирует обмен между товаропроизводителями, так как произведенный в достаточном количестве один продукт можно обменивать на другие блага, необходимые для жизнедеятельности товаропроизводителей.

2) Экономическое обособление товаропроизводителей.

Обмен товарами предполагает возмездность затрат в равнозначной форме для товаропроизводителей. Относительно друг друга они выступают как самостоятельные хозяйствующие субъекты с обособленными экономическими интересами. Эта обособленность исторически возникает на базе частной собственности на экономические ресурсы и локализации частных интересов.

3) Свобода предпринимательства для эффективного функционирования рыночного хозяйства.

Право любого хозяйствующего субъекта – выбирать желаемый вид экономической деятельности и осуществлять эту деятельность в любой допускаемой государством законной форме.

4) Минимизация транзакционных издержек.

Понятие транзакционных издержек было введено в научный оборот Р. Коузом в работе «Природа фирмы» (1937 г.). Они включают расходы, связанные с поиском информации, затраты на ведение переговоров, работы по измерению свойств товара, издержки по спецификации и защите прав собственности и так далее. Обмен в форме купли-продажи предполагает смену собственника, поэтому

важно определить и соблюсти условия, на которых экономическое благо сменит собственника, и как эта смена будет осуществляться. Все эти усилия и затраты учитываются в трансакционных издержках и предполагаемый доход предпринимателя должен быть больше трансакционных издержек, связанных с организацией и ведением бизнеса.

Рынок выполняет в экономической системе пять основных функций.

1) Информационная функция.

На рынке хозяйствующие субъекты получают полный объем информации о ценах и товарах, об уровне спроса и предложения.

2) Посредническая функция.

Рынок обеспечивает прямую связь между производителями и потребителями, позволяя им найти более выгодные варианты купли-продажи.

3) Ценообразующая функция.

При свободном ценообразовании цена не скована внешними ограничениями. Она ни кем не назначается, а формируется в результате торгов.

4) Регулирующая функция.

Постоянное колебание цен не только информирует о состоянии дел, но и регулирует хозяйственную деятельность. Растет цена – расширяется производство и наоборот.

5) Санирующая функция.

Санация – система мер по предотвращению банкротства предприятий, улучшению их финансового состояния посредством кредитования, реорганизации, реструктуризации. Функция санации рынка сводится к так называемому «естественному отбору», то есть более слабые, менее конкурентоспособные фирмы вынуждены

уходить с рынка, а их место занимают более сильные экономические субъекты.

Характеристику рынка как совокупности или арены купли - продажи можно раскрыть через его структуры, систему и инфраструктуру.

Структура рынка - это внутреннее строение, расположение, порядок отдельных элементов рынка, их удельный вес в общем объеме рынка.

Признаками любой структуры являются:

- тесная связь между ее элементами;
- определенная устойчивость этих связей;
- целостность, совокупность данных элементов.

Рыночный организм имеет сложную структуру. Единый рынок включает в себя отдельные элементы, отдельные рынки, их виды и подвиды.

Рынок можно классифицировать по географическому положению (местный, региональный, национальный, мировой), по характеру и объему продажи (розничная, оптовая торговля), по товарному ассортименту (рыбный, мясной, рынок одежды, обуви, жилья) и по ряду других признаков. Например, с точки зрения субъекта различают рынки покупателей, продавцов, посредников.

С точки зрения соответствия функционирования рынка действующему законодательству различают легальный и нелегальный (теневой, черный) рынки.

Нас же, прежде всего, интересует деление рынков по видам или объектам производственных ресурсов:

1) Рынок средств производства.

Торговля средствами производства – это грандиозный рынок, на котором взаимодействуют между собой непосредственные производители продукции. Все предприятия органически связаны

друг с другом как поставщики и потребители машин, оборудования, сырья, топливных ресурсов. Товары производственного назначения покупаются и продаются обычно оптом, большими партиями. Оптовая торговля выступает посредником между предприятиями-производителями и предприятиями-потребителями продукции.

Характерная особенность рыночной экономики состоит в том, что каждый покупатель и продавец находят в этом безбрежном пространстве своего партнера, продукция и цены которого его устраивают. Это торговля по прямым договорным связям. По этой схеме рынок средств производства развивался извечно и объективно вел к прогрессу в производстве.

2) Рынок капитала и финансов

В движении капитальной стоимости денежная форма капитала является наиболее чувствительной ко всем сбоям в процессе реализации и расширенного воспроизводства. Потребность в заемном капитале существовала всегда. Кредит – непереносимое условие всякой предпринимательской деятельности. В качестве продавцов капитала (дача займы на определенный срок за определенную плату – процент) выступали и выступают ростовщики, владельцы крупных капиталов, банки. В XIX столетии получил развитие и ныне процветает рынок ценных бумаг – акций и облигаций. Торговля капиталом обеспечивает постоянное его передвижение между видами предпринимательской деятельности. Тем самым, создается, суживается или расширяется та деятельность или отрасль, где вырабатываются товары или услуги для удовлетворения производственных и личных потребностей. Рынок капиталов придает пропорциональность, сбалансированность всему хозяйству.

3) Рынок потребительских товаров

На нем взаимодействует все население с производителями и продавцами продовольствия, одежды, обуви и других предметов

потребления. Без развития этого рынка теряется общественный смысл отношений обмена. От состояния потребительского рынка зависит обеспеченность населения, уровень потребления, устойчивость денежного обращения. Это сосудистая система общества, посредством которой обеспечивается доставка всего необходимого человеку для жизнедеятельности, в соответствии с его покупательской способностью.

4) Рынок информационных материалов и информационных услуг

О выгоде купли-продажи идей английский писатель Бернард Шоу писал: «Если у меня есть яблоко и у тебя есть яблоко и если мы ими обменяемся – у нас будет по одному яблоку. А если мы обменяемся идеями – у нас у каждого будет по две идеи».

Производители и потребители, продавцы и покупатели принимают решения, исходя из ожидаемых условий. Качество принимаемого решения тем выше, чем больше информации имеется при принятии решения.

Основной способ избежать ошибочного решения – получить больше информации прежде, чем начать действовать. На рынках, где информации недостаточно, появляются посредники, которые собирают и продают информацию, создаются фирмы, специализирующиеся на сборе информации о спросе и предложении. Информация – это дорогое благо. Вы хотите продать товар по самой высокой цене. Вам надо найти того единственного покупателя, который готов заплатить такую цену. Без посредника не обойтись ни продавцу, ни покупателю. В предполагаемой сделке они оба могут выиграть от его услуг. Посредник сведет их, предоставит в их распоряжение необходимую информацию.

Современный рынок характеризуется развитой инфраструктурой – щ совокупностью учреждений, фирм, которые

обеспечивают успешное функционирование рыночных отношений. Инфраструктура призвана облегчить участникам рыночных отношений реализацию их интересов и обеспечить цивилизованный характер их деятельности.

Инфраструктура рынка выполняет целый ряд функций, среди которых можно выделить:

- 1) обеспечение непрерывного процесса купли-продажи товаров, ресурсов, капиталов;
- 2) распределение товарных потоков по отраслям, регионам;
- 3) формирование рыночной конъюнктуры;
- 4) повышение оперативности и эффективности работы рыночных субъектов на основе специализации отдельных субъектов экономики и видов деятельности;
- 5) достижение сбалансированности рынка.

Рыночная инфраструктура включает в себя большое количество элементов, которые тесно связаны между собой и в совокупности играют важную роль в экономике. Как правило, к элементам инфраструктуры рынка относят различные биржи, банки, государственные финансы, налоговую систему, систему регулирования занятости и другие элементы.

Взаимосвязь и взаимодействие наиболее важных элементов рынка, которыми выступают предложение, спрос и цена образуют рыночный механизм.

Рыночный механизм – такая форма организации производства, при которой потребители и производители взаимодействуют посредством рынка для решения основных проблем экономики: какие товары должны быть произведены, в каком количестве, как их производить и для кого они создаются, кто будет их потреблять.

Нормальное функционирование рыночного механизма возможно, если реализуются организационные принципы его построения. К ним относят:

1) Экономическую свободу хозяйствующих субъектов.

Она проявляется либо как свобода потребителя (свободный потребительский выбор на рынке товаров и услуг), либо как свобода предпринимательства (производитель свободен в выборе сферы приложения капитала, выборе экономических партнеров, рынков сбыта и так далее).

2) Рыночную конкуренцию.

Условия конкурентной среды определяют по количеству продавцов и покупателей на рынке, возможности влияния на рыночные цены, виду выпускаемой продукции, наличию барьеров по входу в отрасль, информируемости агентов о рыночной конъюнктуре.

3) Главенство потребителя на рынке, так как в рыночной системе именно потребитель отвечает на вопрос «Что производить?», покупая или не покупая тот или иной товар на рынке.

4) Рыночное ценообразование. На рынке существует основной механизм формирования цен – рыночная конъюнктура, то есть соотношение спроса и предложения в каждый конкретный период времени.

5) Договорные, в основном контрактные, отношения, возникающие между экономически равными хозяйствующими субъектами.

6) Открытость экономики, то есть свободное перемещение через национальные границы в ту и другую стороны, как товаров, так и факторов производства.

7) Государственное регулирование тех процессов и явлений, с которыми не справляется рынок.

Таким образом, рыночный механизм обслуживает весь процесс общественного производства, включающий в себя сферы

производства, распределения, обмена и потребления материальных благ. При этом суть рыночных отношений сводится к возмещению затрат продавцов (товаропроизводителей и торговцев) и получению ими прибыли, а также удовлетворению платежеспособного спроса покупателя на основе свободного взаимного соглашения и конкурентности.

1.3 Рыночная экономика, её характерные черты

В любой экономической системе основные социально-экономические задачи решались с учетом конкретных исторических целей, географического положения, наличия ресурсов, культурного уровня общества и так далее.

История мировой экономики свидетельствует: большего эффекта достигают те страны, где существует рыночное хозяйство, действуют рыночные механизмы, функционирует рыночная экономика.

Рыночная экономика – способ организации экономической жизни, при котором капитал и земля находятся в собственности отдельных лиц, а ограниченные ресурсы распределяются с помощью рынков.

Рассмотрим характерные черты современной рыночной экономики.

К основным признакам рыночной экономики относятся:

1) наличие основной доли частной собственности на средства производства в национальном хозяйстве страны (более 50%);

2) право частной собственности – признаваемое обществом право отдельных граждан и их объединений владеть, пользоваться и распоряжаться определенным объемом (частью) любых видов экономических ресурсов;

- 3) частная хозяйственная инициатива – право каждого владельца производственных ресурсов самостоятельно решать, каким образом и в какой мере их использовать для получения дохода;
- 4) свободные цены на товары и услуги;
- 5) возможность беспрепятственного проникновения товаропроизводителя на рынок и ухода с него в любое время;
- 6) наличие конкуренции и ее поддержка;
- 7) полная самостоятельность и ответственность субъектов рынка;
- 8) мобильность материальных, финансовых, трудовых и иных ресурсов, необходимых для производства товаров и услуг;
- 9) правовое (законодательное) обеспечение рыночных механизмов;
- 10) предоставление всем гражданам права на предпринимательскую деятельность в любой сфере экономики;
- 11) ограниченное вмешательство государства в хозяйственную деятельность, государство выступает в роли частной фирмы.

Российская экономика вступила на путь рыночных преобразований в 1992 г. с целью выхода из охватившего экономику СССР системного кризиса в конце 80-х гг. Переход от административно-командной системы хозяйствования к современной рыночной оказался очень сложным для страны.

Основными ориентирами формирования российской модели рыночной экономики являются следующие показатели:

- 1) ориентация на многообразие форм собственности;
- 2) многообразие форм предпринимательской деятельности, сочетание частного и государственного предпринимательства;

- 3) смешанный экономический механизм регулирования экономики, активная роль государства в регулировании воспроизводственных процессов;
- 4) многообразие форм распределения национального продукта.

Современное положение России в мировой рыночной экономике характеризуется противоречивыми тенденциями. С одной стороны, она располагает значительными природными, трудовыми ресурсами, крупным производственным потенциалом, занимает ведущие позиции в производстве и экспорте многих важных товаров (правда, в основном топливно-сырьевой группы), обладает мощным научно-техническим потенциалом, высоким образовательным уровнем населения. С другой стороны, экономический спад 90-х гг. обусловил существенное ослабление позиций России в мировом хозяйстве.

1.4 Спрос. Закон спроса

Рыночную экономику можно рассматривать как бесконечное взаимодействие продавца и потребителя, где одни готовы представить к продаже товар по данной цене в данное время, а другие готовы приобрести этот товар при определённых условиях.

Запрос фактического или потенциального потребителя на приобретение товара по имеющимся у него средствам, которые предназначены для этой покупки, в условиях рыночной экономики называется спросом.

С экономической точки зрения, спрос – это сложившаяся в определенный период времени зависимость величин приобретённых товаров на данном товарном рынке от цен, по которым эти товары могут быть предложены к продаже.

Спрос в таком понимании характеризует состояние рынка, а также – связь массы товаров, которую люди готовы купить, с величиной цен, по которой они могут совершить покупку.

В условиях рыночной экономики спрос характеризуется такой категорией, как величина спроса.

Величина спроса - это объем товара определенного вида (в натуральном измерении), который покупатели готовы (хотят и могут) приобрести на протяжении определенного периода времени (месяца, года) при определенном уровне цены этого товара.

Различие между понятиями «величина спроса» и «спрос» рассмотрим в Таблице 1.

Таблица 1 – Характеристика понятий «спрос», «величина спроса»

Величина спроса	Спрос
Сколько товаров покупатели готовы будут приобрести за месяц при цене, равной X рублей?	Сколько товаров покупатели готовы будут приобрести за месяц при различных уровнях цен на данный товар?

На величину спроса влияет огромное количество факторов.

- 1) Вкусы и предпочтения потребителей. Так, например, активная рекламная компания здорового образа жизни, может привести к росту спроса на спортивные тренажеры и натуральные продукты, увеличив величину спроса при тех же ценах.
- 2) Доходы потребителей. Для подавляющей группы нормальных качественных товаров рост дохода потребителей вызывает увеличение спроса при тех же ценах.

Однако для относительно худших товаров, имеющих сравнительно более низкое качество, рост дохода побуждает потребителя

заменить относительно худший товар более качественным и тем самым сокращает спрос.

- 3) Число потребителей. При прочих равных условиях, чем больше число потенциальных покупателей, тем выше рыночный спрос на товар.
- 4) Цены на другие товары. Например, высокая цена на товар одного производителя может вызвать увеличение спроса на аналогичный товар другого производителя, предлагающего данный товар на рынке по сниженной цене.
- 5) Экономические ожидания потребителей. Ожидания могут касаться изменения цен, денежных доходов, экономической ситуации в стране и так далее. Так, ожидания роста цен (так называемые инфляционные ожидания) могут вызвать рост спроса на товар уже в настоящий период времени, а ожидания сокращения денежных доходов (например, в связи с предстоящим увольнением) – сокращение спроса.

Связь между ценой и величиной спроса складывается так, что более высокой цене соответствует меньшее число покупок. Такую закономерность в поведении покупателей можно обнаружить по большинству товаров, что и подтверждается личным опытом любого человека, посещающего магазины.

Закономерность эта играет такую роль в жизни рынка, что экономисты возвели ее в почетный ранг закона спроса и часто называют даже первым законом экономики.

Закон спроса гласит: повышение цен обычно ведет к уменьшению величины спроса, а снижение цен — к ее увеличению.

Действие закона спроса может быть объяснено на основе действия двух взаимосвязанных эффектов: эффекта дохода и эффекта замещения.

Суть этих эффектов в следующем:

- 1) С одной стороны, рост цен сокращает реальный доход потребителя при неизменной величине его денежного дохода, снижает его покупательную способность, что ведет к относительному сокращению величины спроса на подорожавший товар (эффект дохода).
- 2) С другой стороны, этот же рост цен делает более привлекательными для потребителя другие товары, побуждает его заменить подорожавший товар более дешевым аналогом, что опять таки ведет к сокращению величины спроса на него (эффект замещения).

Однако в условиях рынка есть ситуации, в которых закон спроса не действует.

- 1) Парадокс Гиффена: рост цен на основную группу товаров первой необходимости приводит к отказу от более дорогих и качественных товаров и к увеличению объема спроса на данный основной продукт (может наблюдаться в период голода). Например во время голода в Ирландии в середине 19 века объем спроса на картофель увеличился. Гиффен связал это с тем, что в бюджете бедных семей расходы на картофель занимали значительную долю. Повышение цен на данный товар приводило к тому, что реальные доходы этих слоев населения падали, и они были вынуждены сокращать покупки прочих товаров, увеличивая потребление картофеля, чтобы выжить и не умереть с голода.
- 2) В случае, когда цена является показателем качества. В этом случае потребитель может считать, что высокая цена товара свидетельствует о его высоком качестве, и, соответственно, увеличивает спрос на данный товар.
- 3) Эффект Веблена: связан с престижным спросом, ориентированным на приобретение товаров, свидетельствующих, по мнению

покупателей, о его высоком статусе или принадлежности к «товарам-льготникам».

- 4) Эффект ожидаемой динамики цен: если цена товара снижается и потребители ожидают сохранения этой тенденции, то размер спроса в данный временной период может уменьшаться, и наоборот.
- 5) Для редких и дорогостоящих товаров, являющихся средством вложения денег.

Возможность возникновения трудностей при сбыте товаров заставляет любого продавца изучать спрос на своем рынке сбыта и прогнозировать реакцию покупателя на те или иные изменения цен и величин предложения товаров. В решении этой задачи помогает информация о степени эластичности спроса по цене.

Эластичность спроса — это показатель, выражающий колебания совокупного спроса, вызванные изменением цен на товары и услуги; масштаб изменения величины спроса (в %) при изменении цены на 1%.

Понятие эластичности спроса раскрывает процесс адаптации рынка к изменению основных факторов (ценой товара, ценой товара аналога, дохода потребителя).

Различные товары различаются между собой по степени изменения спроса под воздействием того или иного фактора. Степень реакции спроса на эти товары поддается количественному измерению с помощью коэффициента эластичности спроса.

Это значит, что формула расчета эластичности изменения спроса при изменении цен (коэффициента эластичности) имеет вид:

Коэффициент эластичности спроса по цене = Изменение числа покупок (в %) : Изменение цены (в %) (1)

Например, если снижение цены на 5% приводит к росту величины спроса на 8%, то коэффициент эластичности будет равен 1,6 (8:5).

Если величина спроса в % изменяется больше, чем величина цены в %, такой спрос называют эластичным. А если величина спроса в % изменяется меньше, чем величина цены в %, мы имеем дело с неэластичным спросом. Следовательно, в вышеприведённом примере спрос эластичный.

Знание степени эластичности спроса на товар имеет большое практическое значение. Так, например, продавцы товара с высокой эластичностью спроса могут пойти на снижение цены с целью резко увеличить объём продаж и получить прибыль больше, чем если бы цена товара была выше.

Для товаров с низкой эластичностью спроса подобная ценовая практика неприемлема – при снижении цены объём продаж изменится слабо и не компенсирует упущенную выгоду.

Существуют товары с разной эластичностью по цене. В частности, хлеб и соль являются примерами неэластичного спроса. Повышение или снижение на них цен в целом не влияет на количество их потребления.

При наличии большого количества продавцов спрос на любой товар будет эластичным, поскольку даже незначительное повышение цены одним из конкурентов заставит потребителей обращаться за покупкой к другим продавцам, предлагающих этот же товар дешевле.

1.5 Предложение. Закон предложения

Люди имеют возможность купить на рынке нужные им товары благодаря тому, что эти товары предлагаются к продаже. Изучая действия продавцов товаров и услуг, нетрудно заметить, что количество товаров, которое предлагается ими к продаже, также напрямую зависит от складывающегося в торговле уровня цен.

Анализ рыночного механизма будет односторонним без рассмотрения предложения, характеризующего экономическую

ситуацию на рынке не со стороны покупателя, как спрос, а со стороны продавца.

Предложение – сложившаяся в определенный период времени зависимость величин продаваемых на рынке товаров в течение определенного периода времени (месяца, года) от уровней цен, по которым этот товар может быть продан.

Объем и структура предложения характеризует экономическую ситуацию на рынке со стороны продавцов (производителей) и определяется размерами и возможностями производства, а также той долей товаров, которая направляется на рынок и при благоприятном экономическом стечении обстоятельств может быть приобретена покупателями. К товарному предложению относят все товары, находящиеся на рынке, и в том числе относят товары, находящиеся в пути.

Объем предложения, как правило, меняется в зависимости от цены. Если цена окажется низкой, то продавцы предложат мало товара, другую часть товара придержат на складе, если же цена будет высокой, то производитель предложит рынку максимальное количество товаров. Когда же цена существенно возрастет и окажется очень высокой, то производители постараются увеличить предложение товаров, пытаясь сбыть даже бракованные изделия.

Предложение по аналогии со спросом характеризуется такой категорией, как величина предложения.

Величина предложения - это объем товара определенного вида (в натуральном измерении), который продавцы готовы (хотят и могут) предложить в течение определенного периода времени на рынок при определенном уровне рыночной цены на этот товар.

Обычно чем выше цена, по которой можно продать экономическое благо (пользующийся спросом товар), тем больший его объем продавцы и изготовители готовы предложить на рынок. Это

связано с тем, что чем большую сумму денег продавец выручит за проданные им товары, тем больше он сможет потратить на удовлетворение собственных желаний и достичь более комфортной жизни.

Как и в случае со спросом, понятия «величина предложения» и «предложения» отвечают на определенный вопрос (Таблица 2).

Таблица 2 – Характеристика понятий «предложение», «величина предложения»

Величина предложения	Предложение
Сколько товаров изготовители будут готовы предложить на продажу за месяц при цене, равной X рублей?	Сколько товаров изготовители будут готовы предложить за месяц при различных уровнях цен на данный товар?

На величину предложения влияет огромное количество факторов, например:

- 1) изменение издержек производства в результате технических нововведений, изменения источников ресурсов, изменения связанные с налоговой политикой, а также характеристики, которые влияют на формирование стоимости факторов производства;
- 2) выход на рынок новых фирм;
- 3) изменения цен на другие товары;
- 4) природные катастрофы;
- 5) политические действия и войны.

Как правило, рост цен вызывает увеличение числа выпускаемых (предлагаемых к продаже) товаров, а снижение цен — уменьшение этого числа.

Такую закономерность поведения производителей (продавцов) на рынках большинства товаров экономисты называют законом предложения.

Закон предложения гласит: повышение цен обычно ведет к росту величины предложения, а снижение цен — к ее уменьшению.

Рост величины предложения товара при увеличении его цены обусловлен в общем случае тем обстоятельством, что при неизменных издержках на единицу товара с увеличением цены растёт прибыль и производителю (продавцу) становится выгодным продать больше товара. Реальная картина на рынке сложнее этой простой схемы, но выраженная в ней тенденция имеет место.

Степень изменения объема предложения в зависимости от изменения цены характеризует эластичность предложения по цене. Мерой этого изменения является коэффициент эластичности предложения, рассчитываемый как отношение объема предложения к росту цен.

Коэффициент эластичности предложения по цене =
Изменение числа товаров, предложенных к продаже (в %) : Изменение
цены (в %) (2)

Например, если повышение цены на 4% приводит к росту величины предложения на 6%, то коэффициент эластичности будет равен 1,5 (6:4).

Изучение эластичности предложения является необходимым условием исследования относительного изменения предложения в соответствии с относительным изменением рыночной цены.

Если предлагаемое количество товара остается неизменным для перепродажи по любой цене, то имеет место неэластичное предложение. Когда же небольшое изменение цены вызывает сокращение предложения до нуля, а небольшое увеличение цены

обуславливает увеличение предложения то данная ситуация характеризует абсолютно эластичное предложение.

Таким образом эластичность предложения изменяется под воздействием технического прогресса, изменения качественного и количественного состава используемых ресурсов, усиления ограниченности ресурсов применяемых при производстве того или иного товара, что ведет к уменьшению значения эластичности предложения.

1.6 Рынок как механизм согласования интересов продавцов и покупателей. Формирование рыночных цен

Логика поведения на рынке и покупателей, и производителей товаров противоположна: при росте цены производители и продавцы готовы предложить на рынок все большую массу товаров, тогда как покупатели отвечают на рост цены снижением величины своего спроса. Эта противоположность реакции величин спроса и предложения порождается противоположными интересами, которые приводят на рынок покупателей и продавцов.

Покупатели хотят приобрести на имеющуюся у них ограниченную сумму денег как можно больше товаров. Продавцы, напротив, хотят получить за свой ограниченный объем товаров как можно большую сумму денег. Как рынок согласовывает эти противоречивые интересы продавцов и покупателей?

Мы выяснили, что мотивы, которыми руководствуются на рынке продавцы и покупатели, совершенно различны. Но, чтобы остались довольны и те и другие, им надо договориться и заключить между собой сделку купли-продажи товара. А главное условие такой сделки — величина цены, по которой продавцы готовы обменять

товар на деньги, а покупатели — оплатить покупку желанного блага. И поскольку поиск обоюдоприемлемой цены в механизме рыночной деятельности играет центральную роль, то именно с выяснения закономерностей рождения рыночной цены мы и начнем.

Чтобы легче было понять механизм рыночного ценообразования, начнем сразу с конкретного примера, воспользовавшись данными о рынке велосипедов.

Для начала сведем в одну таблицу – Таблицу 3 – всю имеющуюся у нас информацию о величинах спроса и предложения на этом рынке при различных уровнях цен.

Таблица 3 – Информация о величинах спроса и предложения на рынке велосипедов при различных уровнях цен

Цена, денежных единиц	Величина спроса, штук	Величина предложения, штук	Превышение предложения над спросом, штук
3500	0	130	130
3000	12	122	110
2400	27	108	81
2000	38	97	59
1650	50	85	35
1300	66	70	4
1000	88	56	-32
750	120	42	-78

Мы видим, что при цене в 3500 денежных единиц изготовители готовы предложить на рынок 130 велосипедов, а покупатели даже не подходят к прилавку.

Это означает, что при такой цене на рынке может сложиться ситуация избыточного предложения или затоваривания.

Избыток (затоваривание) — ситуация, возникающая на рынке, когда при существующем уровне цены продавцы предлагают к продаже больший объем товаров, чем покупатели готовы купить при такой цене.

Эта ситуация будет сохраняться до тех пор, пока уровень цены не опустится ниже некоторой величины в диапазоне 1000-1300 денежных единиц за один велосипед.

Действительно, наши данные говорят о том, что при цене в 1000 денежных единиц мы обнаружим на рынке прямо противоположную ситуацию: величина спроса окажется больше величины предложения. Возникнет нехватка, дефицит товаров.

Дефицит – ситуация на рынке, когда покупатели при существующем уровне цены готовы купить больший объем товаров, чем продавцы при такой цене согласны предложить к продаже.

А возможна ли ситуация, когда на рынке не будет ни избытка товаров, ни их дефицита?

Посмотрим на строчки, соответствующие уровням цен в 1000 и 1300 денежных единиц. В диапазоне цен 1000-1300 денежных единиц за 1 велосипед на рынке происходит принципиальное изменение ситуации: избыток товара сменяется дефицитом.

Значит, где-то в этом диапазоне существует цена, при которой на рынке не будет ни избытка, ни дефицита товаров – сколько товаров будет предложено к продаже, столько и будет куплено.

Ситуацию, описанную в приведенном выше примере, удобно рассмотреть на графике (Рисунок 2), если построить на нем одновременно и кривую спроса, и кривую предложения.

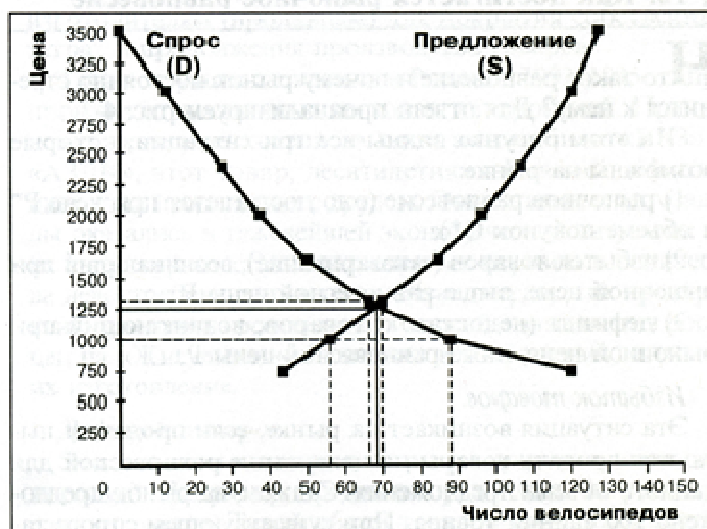


Рисунок 2 – Кривые спроса и предложения на рынке велосипедов

Как мы видим, эти кривые пересеклись. Опустив из точки пересечения кривых спроса и предложения перпендикуляры на ось «Цена» и ось «Число велосипедов», мы обнаружим, что эта точка имеет (при некотором округлении) координаты 68 и 1250. Иными словами, график показывает, что лишь при цене 1250 денежных единиц на рынке может возникнуть совершенно особая ситуация: количество товаров, которое изготовители согласны будут предложить на рынок (68 велосипедов), окажется равным количеству товаров, которое покупатели при этой цене готовы приобрести.

Экономисты называют такую ситуацию рыночным равновесием: спрос и предложение при этих условиях как бы уравнивают друг друга. Соответственно, цену, при которой такое равновесие достигается, принято называть равновесной ценой, а

объем товаров, который по этой цене можно продать, равновесным объемом продаж.

Равновесная цена – цена, позволяющая продать весь объем товаров, который изготовители (продавцы) согласны при такой цене предложить на продажу.

Что же позволяет рыночной экономической системе координировать деятельность сотен миллионов людей и добиваться результатов лучших, чем при командно-административной системе?

Этим термином со времен Адама Смита экономисты называют механизм цен, который в рыночной экономике играет центральную роль.

Механизм цен – формирование и изменение рыночных цен под влиянием столкновения интересов покупателей и продавцов, принимающих свои решения без принуждения извне.

Именно цены служат для всех продавцов и покупателей главным источником информации о положении дел на рынке, о соотношении предложения товаров и спроса на них.

Информация эта может быть троякого рода:

- 1) если цены повышаются, значит, товаров на рынок поступает меньше, чем покупатели готовы приобрести при этом уровне цен;
- 2) если цены снижаются, значит, товаров на рынок поступает больше, чем покупатели готовы приобрести при этом уровне цен;
- 3) если цены остаются почти неизменными, значит, на рынок поступает примерно столько товаров, сколько покупатели готовы приобрести при этом уровне цен.

Эти закономерности изменения цен иллюстрирует Рисунок 3.

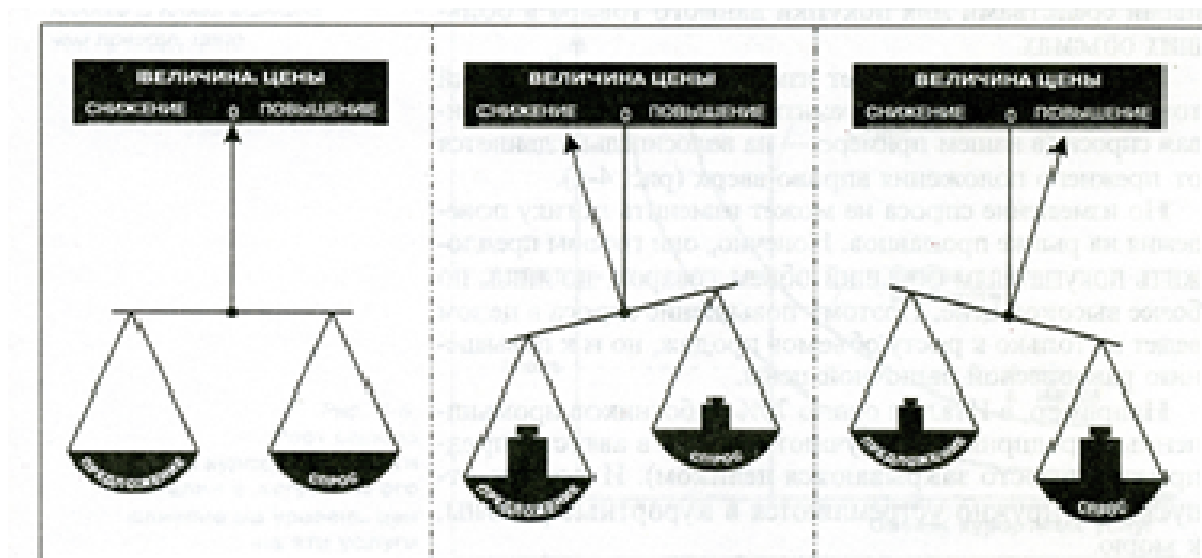


Рисунок 3 – Экономические весы

Поскольку от уровня цены прямо зависят как величина выручки продавцов (а значит, и их собственные доходы в форме прибыли), так и расходы покупателей, то цены превращаются в своеобразные «светофоры» для всех участников рынка.

Изготовителям и продавцам они подают сигналы о том, стоит ли производить тот или иной товар и торговать им, насколько это выгодно при сложившемся уровне цен. Покупателям они дают информацию для принятия осознанного решения: по карману ли им приобретение данного товара. Поэтому рынок, на котором система цен формируется свободно – по результатам торга между продавцами и покупателями – постоянно заставляет всех его участников действовать так, чтобы возникало состояние равновесия. Рынок в состоянии равновесия – лучший из возможных компромиссов между интересами продавцов и покупателей.

1.7 Вопросы и задания для самоконтроля

- 1) Назовите четыре стадии движения общественного продукта. Каков механизм взаимосвязи производства и потребления?

- 2) Раскройте взаимосвязь понятий: ресурсы, производство, распределение, обмен, потребление, потребности.
- 3) Пять человек организовали совместное предприятие – теплицу по выращиванию огурцов и помидоров. Ответьте на следующие вопросы:
 - а) Из каких фаз воспроизводства будет состоять коллективная работа земледельцев?
 - б) Какова последовательность фаз кругооборота экономических продуктов и как связаны эти фазы между собой?
- 4) Каковы экономические последствия углубления общественного разделения труда?
- 5) Сформулируйте положительные и отрицательные качества рынка, рыночной экономики.
- 6) Проведите сравнение командной и рыночной экономических систем по произвольным параметрам.
- 7) Раскройте подробно не менее 5 основных признаков рыночной экономики, проиллюстрируйте примерами.
- 8) Приведите пример эластичного и неэластичного спроса и предложения на те или иные товары. Свой ответ поясните.

9) Спрос на ботинки представлен в Таблице 4.

Таблица 4 – Данные о спросе на ботинки

Покупатели готовы купить, пар	200	250	340	500	690
По цене, д.е.	900	800	700	600	500

Постройте кривую спроса.

- 10) Цена на масло снизилась с 80 р. до 60 р. 60 к. При этом величина спроса выросла на 10%. Рассчитайте эластичность спроса по цене.
- 11) Величина спроса выросла на 20% при снижении цены на колбасу с 400 р. до 340 р. Рассчитайте эластичность спроса по цене.
- 12) Объем спроса на данный товар по цене 120 руб. составлял 150 тыс. шт. в месяц, а после повышения цены до 150 руб. объем спроса упал до 135 тыс. шт. в месяц. Определить эластичность спроса на этот товар в данном ценовом интервале.
- 13) Объем спроса на данный товар при среднем доходе потребителей 15500 руб. в месяц составлял 80 тыс. шт. в неделю. После того, как средний доход возрос до 20000 руб. в месяц, объем спроса составил 72 тыс. шт. в неделю. Определить эластичность спроса на данный товар.

2 ЭКОНОМИКА ФИРМЫ

2.1 Предпринимательство. Формы и виды предпринимательской деятельности

Предпринимательство является одним из основных признаков рыночной экономики.

Принято считать, что одним из первых, кто серьезно заинтересовался предпринимательством, был Адам Смит (Приложение 1), который определял предпринимателя как

собственника капитала, который ради реализации какой-то коммерческой идеи и получения прибыли идет на экономический риск. Фактически в определении Адама Смита мы видим все три основные составляющие деятельности предпринимателя: прибыль – как цель деятельности, коммерческая идея – как способ ее достижения, и риск – как неизбежное негативное условие всего процесса.

В современной экономической науке предпринимательство определяется как самостоятельная, осуществляемая на свой риск экономическая деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом и нематериальными активами, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке.

На процесс предпринимательства могут оказывать влияние следующие факторы:

1) экономические условия – это в первую очередь предложение товаров и спрос на них;

2) социальные условия – это прежде всего стремление покупателей приобретать товары, отвечающие определенным вкусам и моде;

3) правовые условия – это наличие законов, регулирующих предпринимательскую деятельность и создающих наиболее благоприятные условия для ее развития.

Главной целью предпринимательской деятельности является получение прибыли, которая в условиях конкуренции повышает вероятность успешной работы, является источником увеличения производства. Однако предприниматель, в условиях конкуренции для

получения максимальной прибыли должен предложить рынку такой товар, который пользуется спросом.

Таким образом, цель предпринимательства двуединая – получение наибольшей прибыли в результате максимального удовлетворения определенных общественных потребностей. Японский бизнесмен Кадзума Татеиси (Приложение 2) заметил: «Пчела собирает нектар не для того, чтобы опылять цветы. Она желает получить мед. Тем не менее, в конечном счете, она служит цветам. То же самое происходит и с предприятием, которое, стремясь получить прибыль, служит интересам общества».

Предпринимательская деятельность представляет собой сложное явление, она не ограничивается только получением прибыли. Предпринимательскую деятельность нужно оценивать в развитии, в динамике. В этом случае она предстает как процесс, то есть последовательная смена различных состояний, стадий. Так у предпринимательских фирм выделяются следующие стадии предпринимательской деятельности.

Первая стадия – подготовительная. Она включает в себя поиск партнеров, подготовку учредительных документов, поиск необходимых ресурсов, разработку бизнес-плана, государственную регистрацию фирмы. Это наиболее сложный период формирования фирмы как целостного организационного образования.

Вторая стадия – функционирования (непосредственной деятельности) фирмы. Эта стадия является основой воспроизводства самой фирмы, то есть возобновления ее деятельности в будущем. В зависимости от вида предпринимательской деятельности содержание деятельности на этой стадии в разных фирмах различное.

Например, для производственного предприятия она включает:

- 1) Предпроизводственный этап. Это период подготовки производства: закупки и доставки сырья, материалов, топлива, то есть осуществление операций по снабжению производства.
- 2) Собственно производственный этап. Здесь происходит использование всех производственных ресурсов и создание готового продукта.
- 3) Послепроизводственный этап. Он связан с реализацией изготовленной продукции, сбытом.

Третья стадия – прекращение предпринимательской деятельности. Ликвидация фирмы может быть произведена по инициативе учредителей, либо по решению суда.

Основным субъектом предпринимательской деятельности выступает предприниматель, взаимодействующий с другими участниками этого процесса – потребителями, государством, партнерами, наемными работниками.

Объектами предпринимательской деятельности являются товары, выполненные работы или оказанные услуги.

Как социально-экономическое явление предпринимательство выполняет множество различных функций.

- 1) Общеэкономическая функция предпринимательства в развитой рыночной экономике обусловлена ролью, которую играют индивидуальные предприниматели и предпринимательские организации как субъекты рынка. Суть общеэкономической функции предпринимательства проявляется через расходование различных ресурсов при производстве товаров и услуг и доведение их до потребителей (конкретные люди, домохозяйства, другие предприниматели, государство и тому подобное). Причём предприниматели действуют под влиянием всей системы экономических законов (спрос-предложение, конкуренция, цена, себестоимость и так далее), что и является объективной основой

проявления общеэкономической функции. В экономически развитых странах благодаря выполнению своей общеэкономической функции предпринимательство является одним из определяющих условий экономического роста, увеличения ВВП и национального дохода и так далее.

- 2) Второй важнейшей функцией предпринимательства является ресурсная функция. Суть её заключается в том, что, как правило, предпринимательство предполагает высокоэффективное использование всех доступных ресурсов. При этом имеются в виду как воспроизводимые, так и невозпроизводимые ресурсы, различные материальные и нематериальные условия и факторы производства. Предприниматель может добиться успехов только тогда, когда найдёт наиболее эффективные научно-технические и организационные идеи и нововведения в своей сфере деятельности, сможет использовать высококвалифицированную рабочую силу и эффективно использовать материальные ресурсы. Поскольку в стремлении к максимальной прибыли предприниматели нередко хищнически подходят к потреблению ресурсов, то важное значение в регулировании ресурсной функции предпринимательства приобретает государство. История развития предпринимательства однозначно свидетельствует о том, предприниматели весьма рационально относятся к собственным или платным ресурсам и совершенно безжалостно – к общественным ресурсам.
- 3) Третьей важнейшей функцией предпринимательства является творческо-поисковая, инновационная, которая связана не только с использованием предпринимателями новых идей, но и с выработкой новых средств и факторов для достижения поставленных целей. Творческая функция предпринимательства тесно связана со всеми другими функциями и обусловлена уровнем

экономической свободы субъектов предпринимательства и условиями принятия управленческих решений.

- 4) В нормально функционирующей рыночной экономике проявляется и четвёртая важнейшая функция предпринимательства – социальная. Её суть проявляется в том, что любой дееспособный индивидум может проявить свои таланты и способности, создав собственное эффективно функционирующее дело. Эта функция более всего проявляется в процессах формирования новой категории людей – людей предприимчивых, тяготеющих к самостоятельной хозяйственно-экономической деятельности, способных создавать и развивать собственное дело, преодолевая сопротивление окружающей среды. С другой стороны при этом увеличивается и численность наёмных работников, которые экономически и социально зависят от того, насколько успешна деятельность предпринимательских организаций.
- 5) Пятой важнейшей функцией предпринимательства является организационная, которая проявляется в принятии предпринимателями самостоятельных управленческих решений касающихся организации собственного дела, его модернизации, объединения и разделения предприятий, участия в крупных предпринимательских проектах и так далее. Организационная функция особенно чётко проявляется в развитии малого и среднего предпринимательства, в развитии новых предпринимательских форм (сетевые организации, интернет-организации, и тому подобное).
- 6) Доходная функция обеспечивает поступление доходов от предпринимательской деятельности в бюджеты различных уровней и увеличение национального дохода.
- 7) Функция обеспечения занятости предполагает рост числа рабочих мест, сокращение безработицы.

8) Политическая функция предпринимательства состоит в том, что на определённом этапе своего развития, окрепший, количественно и качественно изменившийся слой мелких, средних, а иногда и крупных предпринимателей нуждается в том, чтобы эффективно доносить свои пожелания до исполнительной власти страны, снимать бюрократические препоны на пути развития своего бизнеса. Сверхкрупные компании работают с государством напрямую, а все остальные могут себе это позволить только объединившись в союзы.

Кроме вышеперечисленных функций для предпринимательства характерны и множество других, которые, хотя и не считаются важнейшими, но без которых предпринимательство теряет свой смысл. Это организация непосредственного производства, управление запасами и качеством продукции, выбор технологий производства, планирование новой продукции и модернизация старой, маркетинговое планирование и выбор рынков сбыта и многое-многое другое.

Наиболее привлекательными сферами с точки зрения предпринимателя можно считать следующие виды деятельности:

- 1) производство;
- 2) торговля;
- 3) финансы;
- 4) интеллектуальный комплекс.

Содержание предпринимательства, границы его осуществления тесно связаны с формами и видами предпринимательской деятельности.

Виды предпринимательской деятельности могут классифицироваться по определенным критериям.

- 1) По характеру деятельности предпринимательство может быть:
 - а) производственное (связанное с созданием товаров);

- б) научно-техническое (разработка новых видов техники и технологий);
 - в) торгово-посредническое (скупка, продажа, перепродажа);
 - г) сервисное (оказание бытовых услуг);
 - д) банковское (оказание банковских услуг);
 - е) страховое (оказание услуг по страхованию жизни, имущества, сделок и прочее);
 - ж) управленческое (оказание услуг по управлению);
 - з) консультативное (оказание консультаций по организационным, экономическим, юридическим и другим вопросам);
 - и) маркетинговое (оказание услуг по изучению рынка);
 - к) прочее.
- 2) По размеру (в зависимости от количества занятых, либо годового обороты фирмы) предпринимательство делится на:
- а) малое;
 - б) среднее;
 - в) крупное.
- 3) По форме собственности предпринимательство может быть:
- а) частное;
 - б) государственное;
 - в) смешанное.

Обобщим формы и виды предпринимательской деятельности в Таблице 5.

Таблица 5 – Классификация предпринимательской деятельности

Классификационный признак	Классификация предпринимательской деятельности
Сфера назначения	Производственная

	Коммерческая Финансовая Сфера потребления
Формы собственности	Частная Государственная Муниципальная
Количество собственников	Индивидуальная Семейная Коллективная
Организационно-правовой статус	Товарищества Общества Кооперативы
Распространение деятельности на различные территории	Местная Региональная Национальная Международная
Формы ответственности	Полная Солидарная Субсидиарная
Масштаб производства и численность работников	Малое предприятие Среднее предприятие Крупное предприятие

Приведенная классификация, конечно, не является исчерпывающей – в хозяйственной практике могут иметь место и другие самые разнообразные виды предпринимательской деятельности.

Рассмотрим подробнее некоторые формы и виды предпринимательской деятельности.

Частная предпринимательская деятельность может осуществляться как на индивидуальной, так и на коллективной основе.

Российской особенностью в законодательном регулировании индивидуальной предпринимательской деятельности является то, что предпринимательством можно заниматься как без образования юридического лица, так и с образованием такового.

В первом случае гражданин (физическое лицо) регистрируется в качестве индивидуального предпринимателя.

Во втором случае, осуществляя предпринимательскую деятельность после получения статуса юридического лица (регистрируя частное предприятие), предприниматель совершает все действия от имени этого юридического лица (а уже не от своего имени).

Коллективная предпринимательская деятельность представлена в российском законодательстве большим разнообразием форм. Ею занимаются коммерческие организации, которые преследуют извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности. К ним относятся хозяйственные товарищества и общества, производственные кооперативы.

Формы коллективной предпринимательской деятельности (негосударственной) по российскому законодательству могут быть следующими:

- 1) полное товарищество – это товарищество, участники которого (полные товарищи) в соответствии с заключенным между ними договором занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества и несут ответственность по его обязательствам принадлежащим им имуществом.
- 2) товарищество на вере – товарищество, в котором наряду с участниками, осуществляющими от имени товарищества

предпринимательскую деятельность и отвечающими по обязательствам товарищества своим имуществом (полными товарищами), имеется один или несколько участников-вкладчиков (коммандитистов), которые несут риск убытков, связанных с деятельностью товарищества, в пределах сумм внесенных ими вкладов и не принимают участия в осуществлении товариществом предпринимательской деятельности.

- 3) 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.
- 4) общество с дополнительной ответственностью – это учрежденное одним или несколькими лицами общество, уставный капитал которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров; его участники солидарно несут субсидиарную ответственность по его обязательствам своим имуществом в обязательном для все кратном размере к стоимости их вкладов.
- 5) 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 может быть закрытым - его акции распределяются только среди учредителей или иного заранее определенного круга лиц или открытым – его участники могут отчуждать принадлежащие им акции без согласия других акционеров.

- 6) производственный кооператив – это коммерческая организация со статусом юридического лица, представляющая собой добровольное объединение граждан с целью осуществления совместной производственной или какой-либо хозяйственной деятельности. Собственность такого кооператива складывается из паев.

2.2 Предприятие (фирма). Основные признаки предприятия

Основным субъектом предпринимательской деятельности является предприятие (фирма).

Предприятие – это хозяйственная единица (завод, фабрика, шахта, порт, финансовое учреждение, гостиница и так далее), которая выполняет одну или несколько специфических функций по созданию и реализации материальных благ и услуг, а также формированию нормальных условий осуществления экономических процессов.

Фирма – это физическое или юридическое лицо, владеющее одним или несколькими предприятиями и организующее их деятельность. Большинство фирм владеет одним предприятием, однако существуют фирмы, которым принадлежит два и более предприятий.

Ответ на вопрос «Зачем создаются фирмы?» зависит от того, кто его задает: потребитель, предприниматель или экономист.

С точки зрения потребителя, фирмы нужны для того, чтобы поставлять на рынок пользующиеся спросом блага. Следовательно, фирма, которая производит то, на что нет спроса, с точки зрения покупателя, просто бессмысленна. Впрочем, невозможность сбыть товар и получить доход неизбежно делает деятельность такой фирмы бессмысленной и для ее владельцев.

С точки зрения предпринимателя, фирма создается для того, чтобы приносить ему доход в форме прибыли и другие выгоды.

С точки зрения экономиста, фирмы возникают потому, что они, комбинируя (соединяя) факторы производства, решают задачи производства более рационально, чем отдельный человек.

Итак, фирмы создаются, чтобы:

- 1) рационально соединять факторы производства при создании нужных людям благ;
- 2) зарабатывать своим владельцам прибыль.

Цель деятельности любого предприятия – удовлетворение общественных потребностей и получение прибыли.

В процессе своей жизнедеятельности любое предприятие в обязательном порядке решает следующие задачи:

- 1) получение дохода владельцем предприятия;
- 2) завоевание рынка или его части;
- 3) обеспечение стабильного развития предприятия;
- 4) рост эффективности предпринимательской деятельности;
- 5) повышение производительности труда;
- 6) обеспечение потребителей продукцией предприятия;
- 7) повышение качества выпускаемой продукции;
- 8) обеспечение персонала предприятия заработной платой, нормальными условиями труда и возможностью профессионального роста;
- 9) создание рабочих мест для населения;
- 10) охрана окружающей среды: земли, воздушного и водного бассейнов;
- 11) недопущение сбоев в работе предприятия (срыва поставки, выпуска бракованной продукции, резкого сокращения объемов и снижения рентабельности производства) и так далее.

В соответствии с действующим гражданским законодательством предприятие (фирма) признается юридическим

лицом только после государственной регистрации и должно обладать определенными присущими ему признаками:

- 1) предприятие должно иметь в своей собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество. Наличие обособленного имущества обеспечивает материально-технические возможности функционирования предприятия, его экономическую самостоятельность и надежность;
- 2) способность отвечать своим имуществом по обязательствам, которые возникают у предприятий во взаимоотношениях с кредиторами, в том числе при неисполнении обязательств перед бюджетом;
- 3) способность выступать в хозяйственном обороте от своего имени, то есть в соотношении с законодательством заключать все виды гражданско-правовых договоров с хозяйствующими партнерами, потребителями всех факторов производства (сырья, материалов, топлива, энергии и т.п.) с гражданами и другими юридическими и физическими лицами;
- 4) право (возможность) быть истцом, предъявлять виновной стороне иски, а также быть ответчиком в суде (арбитражном суде);
- 5) предприятие должно иметь самостоятельный баланс или смету, правильно вести учет затрат на производство и реализацию продукции (работ, услуг), своевременно представлять установленную государственными органами отчетность;
- 6) любое юридическое лицо должно иметь свое наименование, содержащее указание на его организационно-правовую форму. Наименование и местонахождение предприятия должно быть указано в учредительных документах.

В условиях рыночной экономики в основе самостоятельной и обособленной деятельности предприятия лежат следующие принципы

его организации: самокупаемость, самоуправление и самофинансирование.

Самокупаемое предприятие – это предприятие, таким образом организовавшее производство, что все затраты производимые им для доведения сырого продукта до товара окупаются в стоимости этого товара на рынке, то есть издержки производства ниже цены, по которой реализуется готовый продукт.

Самоуправление предполагает, что предприятие самостоятельно выбирает продукт производства, приобретает сырье, определяет структуру и технологию производства, то есть решает все организационные вопросы, связанные с деятельностью предприятия (что, как и в каких объемах производить, где, кому, и по какой цене продавать свою продукцию), самостоятельно распоряжается полученной прибылью, оставшейся после уплаты налогов и других обязательных платежей.

Самофинансирование предполагает, что доходы, получаемые предприятием, не должны полностью потребляться. Часть их должна в виде живых денег использоваться для решения финансовых вопросов предприятия. То есть предполагается, что предприятие не просто осуществляет производство, а воспроизводство, причем не только простое воспроизводство, а расширенное производство, то есть производство в увеличенном смысле.

Все предприятия делятся на коммерческие и некоммерческие.

Коммерческая организация – это юридическое лицо, преследующее извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности. Юридические лица, являющиеся коммерческим организациями, могут создаваться в форме хозяйственных товариществ и обществ, производственных кооперативов, государственных и муниципальных унитарных предприятий.

Некоммерческие организации – юридические лица, не имеющие в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли и не распределяющие прибыль между участниками. Это потребительские, общественные или религиозные организации, финансируемые собственником учреждения, благотворительные и иные фонды, а также другие формы, предусмотренные законом.

Пользуясь Рисунком 4, рассмотрим классификацию предприятий по организационно-правовым различиям, связанную в первую очередь с юридическими принципами закрепления собственности.



Рисунок 4 – Классификация предприятий по организационно-правовым различиям

Более подробно с некоторыми особенностями предприятий различных организационно-правовых форм можно ознакомиться в Приложении 3.

2.3 Вопросы и задания для самоконтроля

- 1) Дайте своё определение понятию «предприниматель». Прокомментируйте его наиболее существенные компоненты.
- 2) Сформулируйте принципы успешного осуществления предпринимательской деятельности.
- 3) Подготовьте сообщение об одном из видов предпринимательской деятельности.
- 4) Какие формы предпринимательской деятельности являются наиболее распространенными в настоящее время?
- 5) Назовите основные различия между ООО, ОАО, ЗАО, товариществами различных типов, сформулируйте их преимущества и недостатки.
- 6) Какими личностными качествами должен обладать успешный предприниматель?
- 7) Раскройте подробно не менее пяти задач деятельности предприятия, приведите примеры.

МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОЕ ПРОИЗВОДСТВО

3.1 Особенности современного машиностроительного производства

В России, как и в других развитых странах, в последние десятилетия отраслевая структура экономики претерпела существенные изменения. Произошло увеличение доли населения, занятого в непроизводственной сфере, за счет снижения доли работников материального производства. Но ведущую роль в отраслевой структуре все же продолжает играть промышленность, где сосредоточен основной ресурсный, трудовой и финансовый капитал.

Промышленность – совокупность предприятий (заводов, фабрик, рудников, шахт, электростанций), занятых производством орудий труда как для других отраслей народного хозяйства, так и для самой промышленности, а также добычей сырья, материалов, топлива, производством энергии, заготовкой леса и дальнейшей обработкой продуктов, полученных в промышленности или произведённых в сельском хозяйстве, производством потребительских товаров.

Машиностроение является ведущей отраслью всей промышленности, ее «сердцевиной». Продукция предприятий машиностроения играет решающую роль в реализации достижений научно-технического прогресса во всех областях хозяйства.

На долю машиностроительного комплекса приходится почти 30 % от общего объема промышленной продукции. В нашей стране эта отрасль развита недостаточно. В Японии, Германии, США удельный вес машиностроения в промышленной структуре составляет от 40 до 50%.

Машиностроение отличается от других отраслей промышленности целым рядом особенностей, которые влияют на его функционирование и размещение.

- 1) Использование преимущественно физических процессов, связанных с таким воздействием на исходное сырье, которое не приводит к качественному его изменению (химическая формула – не изменяется). Физические процессы подразделяются на четыре группы: механические, гидромеханические, тепловые и массообменные.
- 2) Использование преимущественно дискретных технологических процессов, которые характеризуются последовательным проведением всех стадий технологического процесса в одном агрегате при наличии регулярного чередования рабочих и вспомогательных ходов с четким разграничением их по времени реализации. Например, при обработке материалов резанием происходит установка детали на станке, ее обработка, контроль, снятие и так далее с последующими деталями.
- 3) Металлопотребляющий характер производства. К сожалению, наше машиностроение имеет очень высокую материалоемкость, которая почти в два раза выше чем в промышленно развитых странах (много металла уходит в отходы). Основным конструкционным материалом в машиностроении является черный металл и, следовательно, главный сырьевой поставщик – черная металлургия. В то же время, в современном машиностроении черные металлы все в большей степени заменяются цветными, прежде всего – легкими (алюминий), а также – композитами и пластмассой.;
- 4) Сравнительно невысокая экологическая опасность, за исключением литейного производства.
- 5) Основную роль в машиностроении играют трудоемкие, наукоемкие, нематериалоемкие производства (за исключением ряда подотраслей тяжелого машиностроения, производства металлических изделий и конструкций, заготовок и так далее).

Поэтому, прежде всего, следует говорить об основном ресурсе – достаточно большом количестве высококвалифицированной рабочей силы. Большое значение имеют и потребители, которыми являются не только население, но и другие предприятия и даже отрасли.

Машиностроение – особый межотраслевой комплекс с уникальными стадиями технологического процесса. Весь процесс производства машин и механизмов можно условно разделить на три стадии.

- 1) На первой – делают заготовки будущих деталей из самых разнообразных материалов: чугуна, стали, цветных металлов, пластмасс, стекла, резины и так далее.
- 2) На второй – обрабатывают заготовки; в результате получаются детали для сборки машин и механизмов. Для этого применяют токарные, сверлильные, фрезерные, строгальные, долбежные, шлифовальные станки.
- 3) На третьей, завершающей стадии производства готовые детали поступают на сборку. Существует два вида сборки – конвейерная и стендовая.

Если в машиностроении производят массовую, стандартную и относительно лёгкую продукцию (автомобили, телевизоры, часы), то её собирают на движущемся конвейере. Сложную в изготовлении или тяжёлую (атомный реактор, морское судно) - собирают на стенде (станке), куда по мере необходимости подвозят детали и узлы.

Готовую продукцию испытывают, и только после этого её, продают заказчику. Многие виды уникальны и настолько сложны в изготовлении, что завод берёт на себя обязательство обслуживать эту машину до момента полного износа и поставлять для ремонта все необходимые запчасти.

Основной единицей машиностроительного производства является производственное предприятие.

Производственное предприятие — это обособленная специализированная единица, основанием которой является профессионально организованный трудовой коллектив, способный с помощью имеющихся в его распоряжении средств производства изготовить нужную потребителю продукцию (выполнять работы, оказывать услуги) соответствующего назначения, профиля, ассортимента.

Профиль, масштабы и отраслевая принадлежность предприятия определяются составом, технологической специализацией и размерами его производственных цехов, участков, мастерских.

Каждая стадия, через которую проходит предмет труда в процессе его обработки, представляет собой совокупность работ, характеризующихся технологической однородностью и создающих основу расчленения процессов производства на частичные процессы, выполняемые работниками различных профессий и квалификации.

Расстановка рабочих по рабочим местам сопровождается обычно образованием бригад, групп и служб. Бригады создаются для выполнения заданий, требующих совместной деятельности нескольких человек.

В зависимости от характера, сложности и особенностей производственного процесса, трудоемкости работ определяется численный и профессионально-квалификационный состав бригады и ее организационная форма: специализированная или комплексная.

Бригады, рабочие группы, звенья формируются в участки и сектора, а те в свою очередь — в цеха, отделы, лаборатории. Цеха, отделы, лаборатории формируют структуру предприятия.

Структура предприятия – это состав и соотношение его внутренних звеньев: цехов, отделов, лабораторий и других компонентов, составляющих единый хозяйственный объект.

Структура предприятия определяется следующими основными факторами:

- 1) размером предприятия;
- 2) отраслью производства;
- 3) уровнем технологии и специализации предприятия.

Структура предприятия бывает отраслевая и производственная.

Отраслевая принадлежность почти всегда в той или иной мере оказывает влияние на структуру предприятия и его размеры. Структура предприятия непосредственно складывается под воздействием отраслевой технологии производства. Чем выше сложность технологического процесса, тем более разветвленной и громоздкой оказывается структура предприятия (и его размеры).

Производственная структура предприятия — это состав и соотношение его внутренних звеньев: цехов, отделов, лабораторий и других компонентов, составляющих единый хозяйственный объект; определяется размером предприятия, отраслью производства, уровнем технологии и специализации предприятия.

Существует три вида производственной структуры предприятия:

- 1) при предметной структуре основные цеха предприятия, их участки строятся по признаку изготовления каждым из них либо определенного изделия, либо какой-нибудь из его частей, либо группы частей. Предметная структура упрощает и ограничивает производственные взаимосвязи между цехами, сокращает путь движения составляющих продукции, удешевляет межцеховой и цеховой транспорт;

2) технологическая структура определяет четкую технологическую обособленность. Этот тип производственной структуры упрощает руководство цехом, позволяет маневрировать расстановкой людей, облегчает перестройку производства с одного изделия на другое. Отрицательные черты: сложности во взаимосвязи между цехами и маршрутными движениями, долгая переналадка оборудования;

3) смешанная структура характеризуется наличием у одного и того же предприятия цехов или отделов, сформированных как по предметной, так и по технологической структуре.

Какой-либо устойчивой стандартной структуры не существует. Она постоянно корректируется под воздействием производственно-экономической конъюнктуры, НТП, социально-экономических процессов.

Однако при всем многообразии структур производственные предприятия имеют идентичные функции, главные из которых — изготовление и сбыт продукции.

В целях обеспечения нормального функционирования структура производственного предприятия должна включать следующие элементы:

- 1) Основное производство — рабочие элементы системы. К цехам основного производства относятся цеха, в которых непосредственно изготавливается продукция, предназначенная для реализации потребителям.

Основное производство включает в себя три этапа, необходимых для получения готовой продукции:

- а) заготовительное производство, где из исходного сырья, поступающего на предприятия, получают заготовки будущих деталей машин. Основными технологиями заготовительного

производства являются: обработка давлением, литейное производство, кузнечно-прессовая обработка и так далее.

- б) обрабатывающее производство, где из заготовок получают готовые детали будущих машин. Основными технологиями его являются: обработка резанием, термическая и химико-термическая обработка, гальваническое производство – нанесение электролизом специальных покрытий на детали (хромирование, никелирование и другое), окрасочное производство.
- в) сборочное производство: на этом этапе из отдельных деталей собирают готовые сборочные единицы и машины. Используют технологии, создаваемые неразъемные соединения (сварка, пайка, склеивание) и разъемные соединения (резьбовые, шпоночные, шлицевые).

- 2) Вспомогательное производство: предназначено для обеспечения устойчивого функционирования основного производства.

Вспомогательные цеха непосредственно не связаны с производством – заготовка и хранение сырья, материалов, утилизация отходов и мусора. К вспомогательному производству могут относиться буфеты и столовые, медпункты, базы отдыха и тому подобное.

Вспомогательное производство включает в себя следующие элементы:

- а) снабжение электрической и тепловой энергией (энергетический цех);
- б) ремонт и обслуживание основного оборудования (ремонтно-механический цех);
- в) изготовление оснастки и инструмента (инструментальный цех).

- 3) обслуживающее производство: предназначено для обеспечения устойчивых связей между основным и вспомогательным производством. В задачу обслуживающих цехов входит обеспечение нормальной, бесперебойной работы основных цехов. Это цеха по изготовлению, ремонту, заточке, настройке инструмента, инвентаря и иному, по надзору и ремонту оборудования, машин, зданий и сооружений, обеспечению электричеством и теплом, транспортировке сырья, готовой продукции и отходов, по очистке и уборке, склады предприятия.

Обслуживающее производство включает:

- а) транспортные средства (транспортный цех);
 - б) складское хозяйство (цех, участок);
 - в) тарное хозяйство.
- 4) Органы управления предприятия, осуществляемые организацию производственного процесса и его контроль, обеспечивающие разработку технической документации и технологической оснастки, бухгалтерский учет, маркетинг (обеспечение и сбыт продукции).

Любое машиностроительное предприятие характеризуется наличием производственного процесса

Производственный процесс – это целенаправленное, поэтапное превращение исходного сырья и материалов в готовый продукт заданного свойства и пригодный к потреблению или к дальнейшей обработке.

Производственный процесс начинается с проекта и заканчивается на стыке производства и потребления, после чего происходит расходование произведенной продукции.

Техническая и организационно-экономическая характеристика производственного процесса на предприятии определяется видом

продукции, объемом производства, типом и видом применяемой техники и технологии, уровнем специализации.

Производственный процесс на предприятиях подразделяется на два вида:

- 1) к основному относятся процессы, связанные непосредственно с превращением предметов труда в готовую продукцию. Например, переплавка руды в доменной печи и превращение ее в металл или превращение муки в тесто, а затем в готовый испеченный хлеб.
- 2) вспомогательные процессы: перемещение предметов труда, ремонт оборудования, уборка помещений и так далее. Эти виды работ лишь способствуют течению основных процессов, но сами непосредственно в них не участвуют.

Основное отличие вспомогательных процессов от основных состоит в различии места реализации и потребления. Продукция основного производства, где совершаются основные производственные процессы, реализуется потребителям на сторону, согласно заключенным договорам на поставку. Эта продукция имеет свое фирменное наименование, маркировку, на нее устанавливается рыночная цена.

Продукция вспомогательного производства, где осуществляются вспомогательные процессы и обслуживание, потребляется внутри предприятия. Затраты на выполнение обслуживания и вспомогательных работ целиком относятся на себестоимость основной продукции, которая реализуется потребителям на сторону.

Любой производственный процесс состоит из производственных операций.

Производственная операция – часть производственного процесса по обработке предмета труда на одном рабочем месте без переналадки оборудования одним рабочим (или бригадой рабочих)

при помощи одних и тех же орудий труда. В соответствии с группировкой производственных процессов операции также подразделяются на основные и вспомогательные.

Основные и вспомогательные операции в зависимости от степени участия рабочего в производственном процессе делятся на:

- 1) ручные (кладка кирпича);
- 2) машинно-ручные (обточка детали на станке);
- 3) механизированные (выполняются при помощи машины, рабочий выполняет ограниченные функции, например, установку детали на станок);
- 4) автоматизированные (без участия рабочего – например, обработка деталей на станках-автоматах);
- 5) аппаратурные (выполняются в специальных аппаратах, в которых на предмет труда воздействует электрическая или другая энергия, – термические, гальванические процессы).

С целью снижения затрат на изготовление продукции, повышения организованности и надежности производственного процесса используется набор определённых правил и методов.

- 1) Специализация участков, рабочих мест. Специализация заключается в том, что за каждым цехом, участком, рабочим местом закрепляется технологически однородная или строго определенная номенклатура изделий. Специализация позволяет на практике использовать принципы непрерывности, прямоочности – экономически наиболее выгодные методы организации производства.
- 2) Непрерывность и прямоочность технологического процесса. Непрерывность – это сокращение или сведение до нуля перерывов в процессе производства готовой продукции, притом каждая следующая операция одного и того же процесса сразу начинается после окончания предыдущей, что сокращает время на

изготовление продукции, уменьшает простои оборудования и рабочих мест.

Прямоточность характеризует движение предметов труда по ходу производственного процесса и обеспечивает для каждого изделия кратчайший путь по рабочим местам. Такому движению свойственно устранение всех возвратных и встречных перемещений в процессе производства, что способствует сокращению транспортных расходов.

3) Параллельность и пропорциональность выполнения производственных операций.

Правило параллельности предполагает одновременное выполнение различных операций при изготовлении одного и того же изделия.

Правило параллельности включает:

- а) параллельное (одновременное) изготовление различных узлов и деталей, предназначенных для комплектования (сборки) конечного изделия;
- б) одновременное выполнение различных технологических операций при обработке одинаковых деталей и узлов на параллельно размещенном разнообразном оборудовании.

С точки зрения экономии затрат очень важно соблюдать определенные пропорции мощности (производительности) парка оборудования между цехами, участками, работающими по изготовлению продукции.

Законченный круг производственных операций от первой до последней при изготовлении изделий именуется производственным циклом.

Вследствие того, что производственный процесс протекает во времени и пространстве, поэтому производственный цикл можно измерить длиной пути движения изделия и его комплектующих

элементов и временем, в течение которого изделие проходит весь путь обработки.

Длина производственного цикла – это не линия, а широкая полоса, на которой размещаются машины, оборудование, инвентарь и прочее поэтому на практике в большинстве случаев определяются не длина пути, а площадь и объем помещения, в котором размещается производство.

Интервал календарного времени от начала первой производственной операции до окончания последней называется временной продолжительностью производственного цикла изделия. Продолжительность цикла измеряется в днях, часах, минутах, секундах, в зависимости от вида изделия и стадии обработки, по которой измеряется цикл.

Продолжительность во времени производственного цикла включает три стадии:

- 1) время технологической обработки (рабочий период);
- 2) время естественных процессов;
- 3) время технологического обслуживания производства;
- 4) время перерывов.

Рабочий период — это период времени, в течение которого производится непосредственное воздействие на предмет труда либо самим рабочим, либо машинами и механизмами под его управлением, а также время естественных процессов, которые протекают в изделии без участия людей и техники.

Время естественных процессов — это период рабочего времени, когда предмет труда изменяет свои характеристики без непосредственного воздействия человека или механизмов. Например, сушка на воздухе окрашенного или остывание нагретого изделия, рост на полях и созревание растений, брожение некоторых продуктов и так далее.

Время технологического обслуживания включает:

- а) контроль качества изделия;
- б) контроль режимов работы машин и оборудования, их настройку и наладку, мелкий ремонт;
- в) уборку рабочего места;
- г) подвоз заготовок, материалов, приемку и уборку обработанной продукции.

Время перерывов – это время, в течение которого не производится никакого воздействия на предмет труда и не происходит изменение его качественной характеристики, но продукция еще не является готовой и процесс производства не закончен. Различают перерывы регламентированные и нерегламентированные.

Регламентируемые перерывы разделяются на межоперационные (внутрисменные) и междусменные (связаны с режимом работы).

Нерегламентируемые перерывы связаны с простоями оборудования и рабочих по непредусмотренным режимом работы причинам (отсутствие сырья, поломка оборудования, невыход на работу рабочих и так далее). В производственный цикл нерегламентированные перерывы включаются в виде поправочного коэффициента или не учитываются.

Основными путями сокращения длительности производственного цикла являются:

- 1) повышение уровня комплексной механизации и автоматизации производственных процессов; сокращение времени вспомогательных операций;
- 2) рациональное использование внутрисменных перерывов (совмещение операций);
- 3) централизованное обеспечение рабочих мест материалами, инструментом и технологической оснасткой.

Длительность производственного цикла во многом зависит от порядка движения предметов труда в ходе их обработки и типа производства.

Тип производства является организационно-технической и экономической характеристикой производства с точки зрения уровня его специализации, состава и номенклатуры продукции, масштаба и повторяемости изделий в производстве. Организация производственного процесса предполагает необходимость учитывать особенности типа производства.

Порядок движения изделий и компонентов в производственном процессе соответствует объемам и периодичности выпуска продукции. По этим же признакам определяется тип производства.

В настоящее время принято различать следующие типы производства:

- 1) массовое;
- 2) серийное;
- 3) единичное;
- 4) смешанное.

В свою очередь серийное производство делится на:

- 1) мелкосерийное;
- 2) среднесерийное;
- 3) крупносерийное.

Массовое и крупносерийное производство продукции позволяет организовать непрерывное синхронное движение изделий в процессе их обработки. При такой организации все компоненты, из которых собирается готовая продукция, передвигаются непрерывно от первой технологической операции до последней. Собранные по ходу движения в узлы и агрегаты, отдельные детали продвигаются дальше

в собранном виде, пока не образуют готовую продукцию. Подобный метод организации производства называется поточным.

Поточный метод организации производства основан на ритмичной повторяемости согласованных во времени основных и вспомогательных производственных операций, которые выполняются на специализированных местах, расположенных по ходу технологического процесса. В условиях поточного производства достигается пропорциональность, непрерывность и ритмичность хода производства.

Основное звено поточного производства – поточная линия. Под поточной линией понимается совмещение некоторого количества рабочих мест, расположенных по ходу технологического процесса и предназначенных для поочередного выполнения закрепленных за ними операций.

Поточные линии подразделяются на непрерывные, прерывные и линии со свободным ритмом.

Непрерывная поточная линия — это конвейер, на котором изделие проходит обработку (или сборку) по всем операциям непрерывно, без межоперационного прослеживания. Движение изделий на конвейере происходит параллельно и синхронно.

Прерывной поточной линией называется линия, на которой движение изделий по операциям строго не регламентируется. Оно происходит с перерывами. Для таких линий характерны обособленность технологических операций, значительные отклонения продолжительности различных операций от среднего такта. Синхронизация потока достигается различными способами, в том числе за счет межоперационных заделов (запасов).

Поточными линиями со свободным ритмом называются линии, на которых передача отдельных деталей или изделий (их партий) может осуществляться с некоторыми отклонениями от

расчетного (установленного) ритма работы. При этом для компенсации этих отклонений и в целях обеспечения бесперебойной работы на рабочих местах создается межоперационный запас изделий (задел).

3.2 Основной и оборотный капитал предприятия

Капитал (от латинского *capitalis* – главный, главное имущество, главная сумма) – совокупность имущества, используемого для получения прибыли.

Капитал в классической экономике – ресурсы, которые могут быть использованы в производстве товаров или оказании услуг.

Капитал возникает лишь там, где владелец средств производства и жизненных средств находит на рынке свободного рабочего в качестве продавца своей рабочей силы.

Любое средство труда при таком подходе рассматривается как физический капитал. Однако средство труда может стать капиталом только тогда, когда его владельцы прямо или косвенно вступят в экономические отношения с владельцами рабочей силы. Например, сам по себе металлорежущий станок не приносит своему владельцу никакого дохода. Даже его использование лично владельцем станка не превращает станок в капитал. Капиталом он становится лишь после найма рабочего или сдачи станка в аренду.

Виды капитала представлены на Рисунке 5.



Рисунок 5 – Виды капитала

Рассмотрим подробнее реальный капитал, который подразделяется на основной и оборотный.

I. Основной капитал предприятия – это часть производительного капитала, который полностью и многократно принимает участие в производстве товара, переносит свою стоимость на новый продукт по частям, в течение ряда периодов.

К основному капиталу относится та часть авансированного капитала, которая затрачена на постройку зданий, сооружений, на покупку машин, оборудования, инструмента.

После реализации товара основной капитал по частям возвращается в денежной форме предпринимателю.

Основной капитал меняет свою вещественную форму и проходит следующие стадии:

- 1) инвестирование: денежная форма переходит в реальные активы (основные фонды – Рисунок 6), а не в финансовые активы (акции, облигации);



Рисунок 6 – Виды основных фондов

- 2) производство (материально-вещественная форма), потребление в виде амортизации. Процесс постепенного перенесения стоимости средств труда по мере их физического и морального износа на производимый с их помощью продукт; использование специальных денежных средств-амортизационных отчислений, включаемых в издержки производства и обращения, для простого и расширенного воспроизводства основных фондов;
- 3) возмещение: начисленная амортизация превращается в денежную форму (себестоимость, выручка). За счёт этих денег происходит вновь закупка оборудования.

Основные фонды служат в течение нескольких лет и подлежат замене (возмещению) лишь по мере их физического или морального износа.

Износ основных фондов – частичная или полная утрата основными фондами потребительских свойств и стоимости, как в процессе эксплуатации, так и при их бездействии.

Различают физический и моральный износ основных фондов.

Физический износ выражается в потере основными фондами технических свойств и характеристик в результате эксплуатации, атмосферных воздействий, условий хранения.

Моральный износ основных фондов – снижение стоимости действующих основных фондов в результате появления новых их видов, более дешевых и более производительных. Различают две формы морального износа. Первая проявляется в потере стоимости оборудованием в результате повышения производительности труда в отраслях, изготавливающих их. Новые машины становятся более дешевыми, а действующие морально обесцениваются, экономически устаревают. Моральный износ второй формы выражается в потере стоимости средств труда в результате появления новых, более

производительных машин, лучших по технико-экономическим параметрам. Моральный износ – это экономическая категория. На основе исследования закономерностей физического и морального износа определяется период экономического снашивания данного вида средства труда, который лежит в основе утверждаемых нормативных сроков службы основных фондов.

Для своевременной замены устаревших средств труда, без ущерба для предпринимателя, необходимо, чтобы стоимость выбывающих фондов была полностью перенесена на готовую продукцию.

Амортизация – процесс постепенного перенесения стоимости основных фондов по мере износа на производимую продукцию, превращения ее в денежную форму и накопления финансовых ресурсов в целях последующего воспроизводства основных фондов. По экономической сущности амортизация – это денежное выражение части стоимости основных фондов, перенесенных на вновь созданный продукт.

Амортизационный фонд – особый денежный резерв, предназначенный для воспроизводства основных фондов. Он является финансовым ресурсом для капитальных вложений. В амортизационном фонде должны быть накоплены необходимые средства. Только при этом условии процесс воспроизводства основного капитала может осуществляться планомерно и эффективно. Амортизационный фонд предназначен для простого воспроизводства основных фондов, для замены изношенных средств новыми экземплярами, равными по стоимости.

В условиях высоких темпов научно-технического прогресса амортизация служит источником расширенного воспроизводства основных фондов.

II. Оборотный капитал предприятия.

К оборотному капиталу относят те или иные предметы и средства труда, которые участвуют только в одном производственном цикле, при этом сразу переносят свою стоимость на готовый продукт и меняют свою натурально-вещественную форму.

Оборотный капитал расходуется на покупку средств для каждого производственного цикла (сырья, основных и вспомогательных материалов и тому подобное), а также на оплату труда.

В своем обороте оборотные фонды последовательно принимают денежную, производительную и товарную форму, что соответствует их делению на производственные фонды и фонды обращения (Рисунок 7).

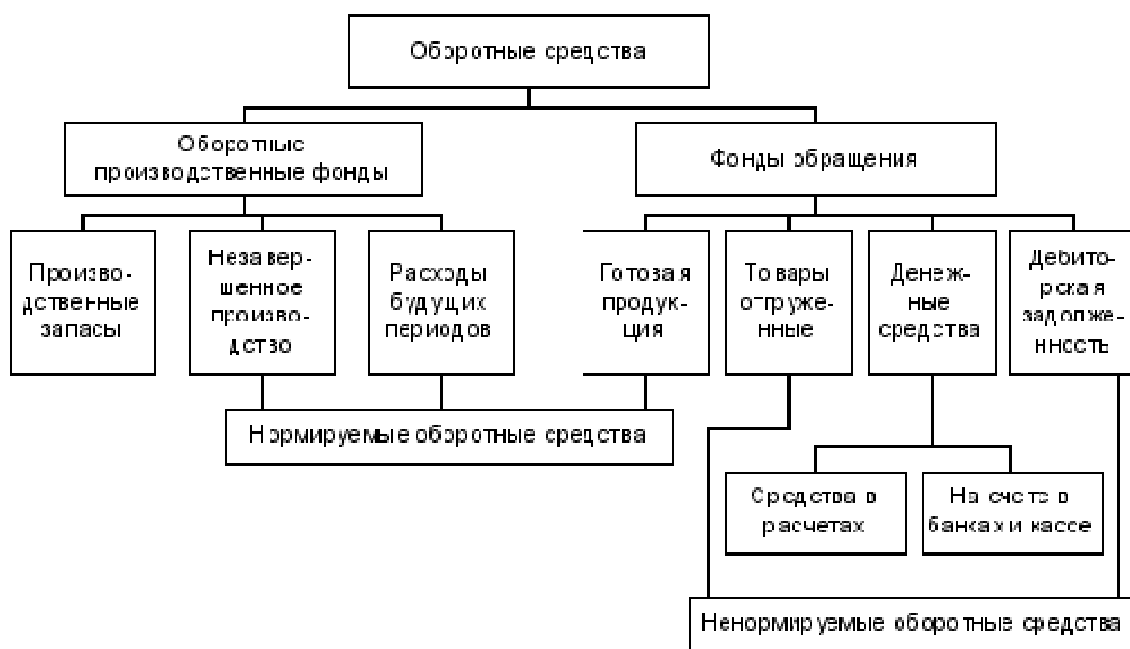


Рисунок 7 – Состав оборотных средств предприятия

Кругооборот оборотных фондов предприятий начинается с авансирования стоимости в денежной форме на приобретение сырья, материалов, топлива и других средств производства, что составляет первую стадию кругооборота. В результате денежные средства принимают форму производственных запасов, выражая переход из

сферы обращения в сферу производства. Стоимость при этом не расходуется, а авансируется, так как после завершения кругооборота она возвращается. Завершением первой стадии прерывается товарное обращение, но не кругооборот.

Вторая стадия кругооборота совершается в процессе производства, где рабочая сила осуществляет производительное потребление средств производства, создавая новый продукт, несущий в себе перенесенную и вновь созданную стоимость. Авансированная стоимость снова меняет свою форму – из производительной она переходит в товарную.

Третья стадия кругооборота заключается в реализации произведенной готовой продукции (работ, услуг) и получении денежных средств. На этой стадии оборотные средства вновь переходят из сферы производства в сферу обращения. Прерванное товарное обращение возобновляется, и стоимость из товарной формы переходит в денежную. Разница между суммой денежных средств, затраченных на изготовление и реализацию продукции (работ, услуг) и полученных от реализации произведенной продукции (работ, услуг), составляет денежные накопления предприятия.

Закончив один кругооборот, оборотные средства вступают в новый, тем самым осуществляется их непрерывный оборот. Именно постоянное движение оборотных средств является основой бесперебойного процесса производства и обращения.

3.3 Производительность труда

Целью любой трудовой деятельности является производство продукции или услуги с целью получения максимальной прибыли. Для любого работника или их группы имеет значение плодотворность этого результата, то есть количество произведенной продукции (услуг) за единицу рабочего времени (час, день, год). И чем выше этот результат, тем меньше затраты на единицу результата, в том числе такие, как арендная плата за помещение, плата за электроэнергию и тому подобное.

Следовательно, при высокой продуктивности труда с увеличением объемов продукции снижаются издержки на нее. Эффективность, продуктивность труда измеряют с помощью показателя производительности труда.

Производительность труда – это показатель плодотворности целесообразной деятельности работников, которая измеряется количеством работы (продукции, услуг), сделанной в единицу времени. Производительность труда характеризует способность работников создавать своим трудом товары и услуги за час, смену, неделю, месяц или год.

Производительность труда (П) рассчитывается по формуле

$$П = О / Ч \quad (3),$$

где О – объем работы в единицу времени;

Ч – число работников.

Производительность труда, будучи сложной экономической категорией, измеряется несколькими показателями, находящимися между собой в определенных отношениях и соотношениях.

1) Выработка продукции в единицу времени – количество работы, произведенной одним работником. Показателем выработки

можно измерить любую работу: производство продукции, продажу товаров или оказание услуг.

Выработка (В) рассчитывается по формулам:

$$B = \frac{Q}{\text{Ч}_{\text{ср.сп}}} \quad (4),$$

$$B = \frac{Q}{T}, \quad (5),$$

где Q – объем продукции за период времени (месяц, квартал, год);

Ч_{ср.сп} – среднесписочная численность работников (или рабочих).

T – затраты рабочего времени на производство продукции.

2) Трудоемкость – это показатель, характеризующий затраты живого труда, выраженные в рабочем времени, на производство продукции (услуг).

Характеризует затраты рабочего времени на производство единицы продукции или работы. Единицы трудоемкости - нормо-часы. Показатель трудоемкости имеет ряд преимуществ перед показателем выработки. Он устанавливает прямую зависимость между объемом производства и трудовыми затратами. Определяется трудоемкость (Тр) по формуле:

$$T_P = \frac{T}{Q}, \quad (6),$$

где T – затраты рабочего времени на производство продукции, в нормо-часах или человеко-часах;

Q – объем произведенной продукции в натуральном выражении.

Необходимо всегда помнить, что трудоемкость уменьшается во столько раз, во сколько раз растет производительность труда.

Применяются три метода измерения производительности труда: стоимостный, натуральный и трудовой, которые различаются единицами измерения объема работ.

1) При стоимостном методе измерения производительности труда объем работы берется в денежном выражении. Так, если бригада рабочих в составе пяти человек выполнила за смену 8 часов объем работы на сумму 120 млн. руб., то производительность труда каждого (выработка) за смену составит: $120 : 5 = 24$ (млн. руб.),

соответственно за час работы: $24 : 8 = 3$ (млн. руб.).

Стоимостный метод измерения позволяет сравнивать производительности труда работников разных профессий, квалификаций, например кондитера и булочника, токаря и водителя. Но недостатком этого метода является влияние ценового фактора – конъюнктуры рынка и инфляции.

2) Натуральный метод измерения производительности труда применяется в случае производства (выпуска) однородной продукции. Объем работы определяется с помощью натуральных измерителей, таких, как: тонны, штуки, метры, литры и др.

Пример 1. Если 10 рабочих цеха выработали за неделю 800 деталей, то выработка каждого составит:

за неделю – $800 : 10 = 80$ (деталей);

за день – $80 : 5 = 16$ (деталей).

Натуральный метод отличается простотой и наглядностью расчетов. Однако использование метода ограничено: им нельзя пользоваться при расчетах производительности труда на тех участках,

где производится или выпускается разная продукция, например тракторы и велосипеды.

Разновидностью натурального метода является условно-натуральный метод, когда объем работы учитывается в условных единицах однородной продукции. Так, разные по емкости вагоны переводятся в двухосные, консервные банки разной емкости – в условные банки, а различная обувь – в условную пару. Пересчет в условные измерители производится, как правило, с помощью переводных единиц (коэффициентов).

Пример 2. На молокозаводе за смену 15 работников произвели 10 т сметаны, 5 т сливок, 25 т молока и 2 т масла животного. Для расчета средней производительности труда используются переводные коэффициенты молокопродукции: 1 т сметаны равна 8,5 т молока, 1 т сливок – 5,7 т молока, 1 т масла животного – 23 т молока. Тогда средняя производительность труда 15 работников за смену составит:

$$10 \times 8,5 + 5 \times 5,7 + 25 \times 1 + 2 \times 23 = 12,3 \text{ (т молокопродуктов).}$$

Условно-натуральный метод удобен для применения, так как производство (продажу) многих разнообразных товаров (услуг) с помощью переводных коэффициентов можно привести в сопоставимый вид. Например, затраты на реализацию муки, хлеба и макаронных изделий можно выразить через коэффициенты пересчета в затраты на реализацию одного условного килограмма хлебобулочных изделий. Такой подход приближает условно-натуральный метод к трудовому методу.

3) Трудовой метод, в основе которого лежит измерение объемов продукции с помощью условной трудоемкости производства или продажи продукции (товаров). При измерении производительности труда трудовым методом используются нормативы времени на производство единицы продукции или продажу единицы товара:

$$Пт = (\text{Объем продукции в единицах времени работы}) / (\text{Фактическое время работы}) \quad (7),$$

где Пт — производительность труда, измеренная трудовым методом.

Пример 3. В цехе два рабочих за смену (8 ч) произвели 20 деталей А, на которые установлена норма времени 30 мин за единицу, и 40 деталей В, на которые установлена норма времени 15 мин. Тогда производительность труда (выработка) одного рабочего цеха за минуту составит:

$$Пт = (30 \times 20 + 40 \times 15) / 2 \times 8 \times 60 = 1,25 \text{ (детали)}.$$

Преимуществом трудового метода является возможность его применения ко всем видам работ и услуг. Но для широкого использования метода необходимы нормативы времени на каждый вид работ, которые имеются не всегда. Этим методом нельзя пользоваться для расчета производительности труда работников, находящихся на повременной оплате труда, для которых не применяются нормы времени.

Пример 4. На производстве в течение месяца было произведено 10 единиц продукции А, трудоемкость изготовления которой составляет 20 ч, 20 единиц продукции В с трудоемкостью 30 ч и 30 единиц продукции С с трудоемкостью 15 ч. Средняя трудоемкость продукции за месяц составит:

$$(10 \times 20 + 20 \times 30 + 30 \times 15) / (10 + 20 + 30) = 20,8 \text{ (ч на единицу продукции)}.$$

На производстве часто используют показатель условной трудоемкости продукции (работ, услуг), при расчете которой применяют переводные коэффициенты.

Пример 5. Если трудоемкость производства трактора в 10 раз выше трудоемкости производства велосипеда, то можно сравнить производительность труда работников, изготовивших за смену два

трактора, с производительностью труда работников, изготовивших за смену 18 велосипедов.

1. Определим производительность труда работников, изготовивших тракторы, при помощи трудоемкости производства велосипедов: $2 \times 10 = 20$ (велосипедов).

2. Сравним производительность труда работников, изготовивших тракторы и велосипеды: $20 : 18 \times 100\% = 111,1\%$.

Так, используя условную трудоемкость продукции (работ), можно оценить производительность труда работников, занятых разными видами деятельности. В нашем случае производительность труда работников при производстве тракторов на 11,1% выше производительности труда работников, занятых производством велосипедов.

Применение показателя трудоемкости позволяет выполнять более точные и сопоставимые расчеты производительности труда. Между показателями производительности труда и трудоемкости существует обратная связь: чем ниже трудоемкость, тем выше производительность труда и соответственно больше объем произведенных работ.

3.4 Себестоимость продукции. Ценообразование

Предприниматель должен иметь полное представление о том, во сколько обходится ему производство и реализация продукции. Это поможет ему:

- 1) установить свои цены и определять наличие прибыли;
- 2) выяснить, стоимость каких составляющих бизнеса наиболее высока и есть ли возможность уменьшить их стоимость.

В процессе своей деятельности предприятие расходует большое количество разнообразных ресурсов: природных, материальных,

топливно-энергетических, трудовых, основных фондов и так далее. Все затраты на производство продукции делятся на прямые и косвенные.

Прямые затраты – это расходы на сырье и материалы, основную заработную плату, закупку оборудования, топливо и энергию, на технологические нужды.

Косвенные затраты – это расходы на содержание и эксплуатацию оборудования, общехозяйственные и внепроизводственные расходы.

В процессе реализации продукции эти затраты постоянно возмещаются из выручки, что обеспечивает непрерывность производственного процесса. Такие затраты называются текущими, и для их определения используется показатель себестоимости продукции.

Себестоимость – это выраженные в денежной форме текущие затраты материальных, трудовых и денежных ресурсов организации на производство и реализацию продукции, являющиеся расчетной базой цены.

По этапам формирования затрат в зависимости от степени готовности продукции к реализации различают себестоимость технологическую, цеховую, производственную и полную (коммерческую).

Для экономической оценки вариантов новой техники и выбора наиболее эффективного из них прежде всего рассчитывается технологическая себестоимость, которая представляет собой сумму затрат данного цеха, непосредственно связанных с выполнением технологических операций.

Цеховая себестоимость включает все затраты цеха на производство данного вида продукции, то есть затраты на основные и вспомогательные материалы, топливо, энергию, заработную плату

производственных рабочих, расходы по содержанию и эксплуатации оборудования и цеховые расходы, связанные с управлением цехом.

Производственная себестоимость – это общие затраты предприятия (объединения) на производство данного вида продукции. Она складывается из цеховой себестоимости и общезаводских расходов.

Полная (коммерческая) себестоимость отражает затраты на производство и сбыт продукции. Она включает производственную себестоимость и внепроизводственные расходы.

Себестоимость представляет собой обобщающий показатель, которым можно охарактеризовать максимально допустимые суммарные затраты на производство и реализацию продукции. Именно этот показатель играет наиболее важную роль в оценке эффективности использования материальных и трудовых ресурсов предприятия.

В упрощённом виде себестоимость является суммой прямых и косвенных затрат:

$$ПЗ + КЗ = С \quad (8),$$

где ПЗ – прямые затраты,

КЗ – косвенные затраты,

С – себестоимость продукции.

Определение себестоимости единицы продукции (изделия, вида, группы) по статьям расходов называется калькуляцией.

Калькуляционная единица – это единица измерения самого объекта калькулирования: готовой продукции, работ, полуфабрикатов, узлов, отдельных деталей.

Себестоимость можно представить в виде формулы 9:

$$С = Мз + АО + Рпз + Оосн + Здр, \quad (9),$$

где Мз – материальные затраты (расходы на сырьё и основные материалы, покупные изделия и полуфабрикаты, вспомогательные материалы, на топливо, энергию и другие затраты),

АО – амортизационные отчисления (отчисления на полное восстановление основных производственных фондов),

Рпз – расходы на заработную плату (включают в себя основную и дополнительную (премии и так далее) заработную плату производственного персонала предприятия),

Осн – обязательные страховые взносы во внебюджетные фонды, установленные законодательством РФ. Они исчисляются в процентах к затратам на оплату труда. Юридические лица производят отчисления в пенсионный фонд (22%), в фонд социального страхования (2,9%), в фонд обязательного медицинского страхования (5,1%) – всего 30% от начисленной заработной платы работника.

Здр – прочие затраты (налоги, платежи по кредитам, затраты на командировки по установленным законодательством нормам, оплата услуг связи, банка, затраты на все виды ремонта, на рекламу и так далее)

В себестоимость продукции не включаются следующие выплаты:

- 1) материальная помощь работникам;
- 2) вознаграждение по итогам за год;
- 3) единовременные пособия уходящим на пенсию, ветеранам труда;
- 4) доходы по акциям (дивиденды, проценты), выплаты по паям, некоторые, другие выплаты;
- 5) оплата дополнительно представляемых по решению трудовых коллективов (сверх предусмотренных законодательством) отпусков работникам, женщинам, воспитывающим детей, надбавки к пенсиям.

Таким образом, себестоимость – это совокупные затраты предприятия на производство продукции. Поэтому себестоимость является основой для установления цены на продукцию.

Цена – количество денег, в обмен на которые продавец готов передать (продать) единицу товара; денежное выражение стоимости товара.

Ценообразование – один из важнейших вопросов, стоящих перед предпринимателем. Именно цена отражает состояние дел на рынке и уровень рентабельности предприятия.

При определении цены на товар предпринимателю необходимо руководствоваться двумя основными критериями:

- 1) цена должна возместить затраты на производство и реализацию продукции, обеспечить предприятию прибыль;
- 2) цена должна назначаться в соответствии со спросом на данную продукцию (работу, услугу).

Общая структура и виды цен представлены на рисунке 8, где использованы следующие условные обозначения:

- 1) I_p – издержки производства (себестоимость);
- 2) P – прибыль;
- 3) H_k – косвенные налоги, включаемые в структуру цены;
- 4) $H_{поср}$ – надбавка оптового посредника;
- 5) I_o – издержки обращения;
- 6) T_n – торговая надбавка.

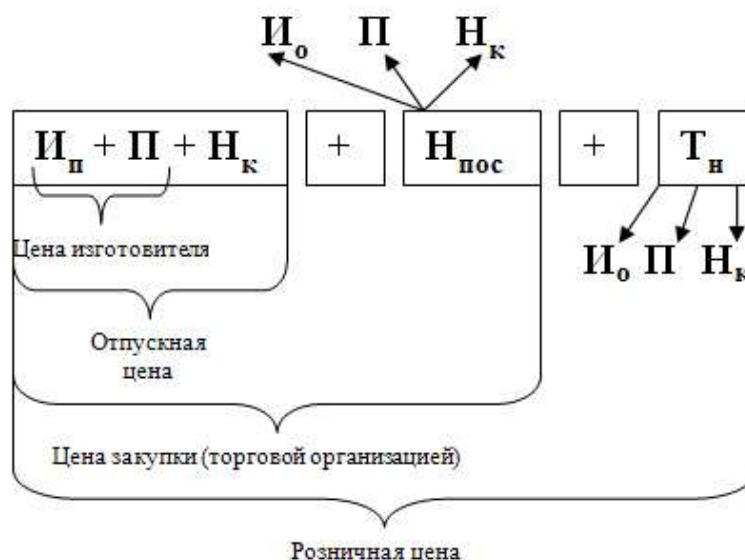


Рисунок 8 – Общая структура и виды цен

Чтобы рассчитать цену товара, используем следующую формулу:

$$Ц = С + По \quad (10),$$

где Ц – цена товара;

С – себестоимость;

По – ожидаемая прибыль.

3.5 Вопросы и задания для самоконтроля

- 1) Составьте развёрнутый план-конспект «Особенности современного машиностроительного производства».
- 2) Приведите примеры кругооборота основного и оборотного капитала предприятия.
- 3) Распределить нижеследующие понятия в таблицу 6:
 - а) площадка с ограждениями для обслуживания и осмотра технологического оборудования;
 - б) мука для выпечки хлеба;
 - в) ворота распашные;
 - г) сооружение подъемно-спусковое с применением передаточного дока на действующем предприятии;
 - д) оборудование выставочных залов;
 - е) денежные средства в кассе предприятия и на счетах в банках;
 - ж) оборудование для перемещения и подъема грузов;
 - з) смазочные масла, необходимые для нормального функционирования оборудования;
 - и) пианино в клубе машиностроительного предприятия;

- к) заготовки для изготовления бифштексов в столовой машиностроительного предприятия;
- л) прицепы-цистерны для нефтепродуктов;
- м) коровы молочного стада;
- н) цирковая собака;
- о) запасное колесо для автомобиля руководителя предприятия;
- п) собака-охранник на складе машиностроительного предприятия;
- р) обучающая компьютерная программа для новых сотрудников предприятия;
- с) торговый знак предприятия;
- т) тара для упаковки готовой продукции.

Таблица 6 – Образец таблицы для заполнения

Основной капитал предприятия		Оборотный капитал предприятия
Активная часть	Пассивная часть	
1.	1.	1.

- 4) Металлургический комбинат за год произвел 50 тыс. тонн проката, а среднесписочная численность работников комбината за год составила 2 тыс. человек. Чему равна производительность труда одного работника комбината в год?
- 5) Предприятие за год произвело изделий А на 2 млн. руб., изделий Б на 1,5 млн. руб. и изделий В на 1 млн. руб. Среднесписочная численность работников предприятия за год составила 1 тыс. человек. Определите среднегодовую выработку продукции на одного работника.
- 6) Предприятие за год произвело изделий А – 5 тыс. единиц, изделий Б – 10 тыс. единиц. Полная трудоемкость изделий А в отчетном году составила 10 нормо-часов, изделия Б – 6 нормо-часов. Среднесписочная численность работников предприятия за

год была равна 500 человек. Рассчитайте производительность труда на одного работника.

- 7) Как можно снизить себестоимость продукции?
- 8) Подготовьте сообщение об одном из видов цен.
- 9) Прямые затраты на производство продукции составили 2 млн. руб. Косвенные равны 0, 4 млн. руб. Чему равна себестоимость продукции?
- 10) Себестоимость продукции 500 тыс. руб. Ожидаемая прибыль - 10% от себестоимости. По какой цене производитель будет продавать свой товар?
- 11) Структура себестоимости по статьям калькуляции в расчете на 1000 изделий выглядит следующим образом:
 - а) сырье и основные материалы – 3000 тыс. руб.;
 - б) топливо и электроэнергия на технологические цели – 1500тыс. руб.;
 - в) оплата труда основных производственных рабочих – 2000 тыс. руб.;
 - г) страховые взносы во внебюджетные фонды – 30% к оплате труда основных производственных рабочих;
 - д) общепроизводственные расходы – 10% к оплате труда основных производственных рабочих;
 - е) общехозяйственные расходы – 20% к оплате труда основных производственных рабочих;
 - ж) расходы на транспортировку и упаковку – 5% к производственной себестоимости.

Необходимо определить уровень цены изготовителя за одно изделие и размер прибыли от реализации одного изделия, если приемлемая для изготовителя рентабельность составляет 15%.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Анисимов, А.А. Макроэкономика. Теория, практика, безопасность: учеб. пособие / А. А. Анисимов. – М.: ЮНИТИ, 2013. – 599 с.
2. Бабкин, В.П. Экономика: объективные возможности: учебник / В.П. Бабкин. – М.: Экономика, 2011. – 221 с.
3. Бардовский, В.П. Экономика: учебник / В.П. Бардовский. – М.: Инфра – М, 2011. – 672 с.
4. Гражданский кодекс РФ от 26.01.1996 №14-ФЗ (действующая редакция от 28.12.2013) – Новосибирск: Сиб. Унив. Изд-во, 2010. – 478 с.
5. Гуреева, М.А. Экономика машиностроения: учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / М.А. Гуреева. – М.: Академия, 2010. – 208 с.
6. Липсиц, И.В. Основы экономики: учебник для средних специальных учебных заведений / И.В. Липсиц. – М.: Вита-Пресс, 2012. – 320 с.
7. Лобачёва, Е.Н. Экономическая теория: учебник / Е.Н. Лобачёва. – М.: Юрайт, 2012. – 516 с.
8. Новиков, В.Ю. Технология машиностроения: в 2 ч.: учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / В.Ю. Новиков. – М.: Академия, 2012. – 432 с.
9. Слагода, В.Г. Основы экономики: учебное пособие / В.Г. Слагода. – М.: ФОРУМ; ИНФРА-М, 2013. – 192 с.
10. Наука и техника, экономика и бизнес [Электронный ресурс]: Официальный сайт. – Режим доступа: www.nauki-online.ru/ekonomika;
11. Экономический портал – экономика России и мировая экономика [Электронный ресурс]: Официальный сайт. – Режим доступа: <http://institutiones.com/>

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

(справочное)

Адам Смит (краткая биографическая справка)

Адам Смит (июнь 1723 – 17 июля 1790) – шотландский экономист и философ (Рисунок 9). Подходил к экономике как к системе, в которой действуют объективные законы, поддающиеся познанию.

Родился в июне 1723 года (точная дата его рождения неизвестна) и крещён 5 июня в городке Керколди в шотландском округе Файф. Его отец, таможенный чиновник, которого также звали Адам Смит, умер за 2 месяца до рождения сына. Предполагается, что Адам был единственным ребёнком в семье, так как нигде не найдено записей о его братьях и сёстрах. В возрасте 4-х лет он был похищен цыганами, но быстро спасён своим дядей и возвращён матери. Считается, что в Керколди была хорошая школа, и с детства Адама окружали книги.

В возрасте 14 лет он поступил в Университет Глазго, в 1740 году поступил в Бейллиол-Колледж в Оксфорде, получив на продолжение образования стипендию, и закончил обучение в нём в 1746 году.

В 1748 году Смит приступил к чтению лекций по естественному праву (включавшему юриспруденцию, политические учения, социологию и экономику) в Эдинбургском университете. Именно подготовка лекций для студентов этого университета и стала

толчком к формулировке Адамом Смитом его представлений о проблемах экономики. Идеи экономического либерализма он стал высказывать, предположительно, в 1750—1751 годах.

Основой научной теории Адама Смита было стремление взглянуть на человека с трёх сторон: с позиций морали и нравственности, с гражданских и государственных позиций, с экономических позиций.

Смит всемирно прославился после публикации книги «Исследование о природе и причинах богатства народов» в 1776 году. Эта книга детально анализирует, как могла бы действовать экономика в условиях полной экономической свободы и разоблачает всё, что этому препятствует. В книге обоснована концепция *laissez-faire* (принцип свободы экономического развития), показана социально полезная роль индивидуального эгоизма, подчеркнуто особое значение разделения труда и обширности рынка для роста производительности труда и национального благосостояния. «Богатство народов» открыло экономику как науку на основе доктрины свободного предпринимательства. При жизни Адама Смита книга выдержала 5 английских и несколько зарубежных изданий и переводов.

Адам Смит изложил логичную систему, которая объяснила работу свободного рынка на базе внутренних экономических механизмов, а не внешнего политического управления. Этот подход до сих пор является основой экономического образования.

Смит сформулировал концепции «экономического человека» и «естественного порядка». Считал, что человек является основой всего общества, и исследовал поведение человека с его мотивами и стремлением к личной выгоде. Естественный порядок в представлении Смита – это рыночные отношения, в которых каждый человек основывает своё поведение на личных и корыстных

интересах, сумма которых и образует интересы общества. В представлении Смита, такой порядок обеспечивает богатство, благополучие и развитие как отдельного человека, так и общества в целом.

Для существования естественного порядка требуется «система естественной свободы», основу которой Смит видел в частной собственности.

Самый известный афоризм Смита – «невидимая рука рынка» - фраза, которую он использовал для демонстрации автономности и самодостаточности системы, основанной на эгоизме, который выступает эффективным рычагом при распределении ресурсов. Суть её в том, что собственная выгода достижима лишь через удовлетворение чьей-то потребности. Таким образом, рынок «подталкивает» производителей к реализации интересов других людей, а всех вместе к росту богатства всего общества. Ресурсы же при этом, под воздействием «сигнальной системы» прибыли, перемещаются через систему спроса и предложения в те сферы, где их использование наиболее эффективно.

Также Адам Смит создал теорию трудовой стоимости и обосновал необходимость возможного освобождения рыночной экономики от государственного вмешательства.



Рисунок 9 – Адам Смит (июнь 1723 – 17 июля 1790), шотландский экономист и философ.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

(справочное)

Кадзума Татеиси (краткая биографическая справка)

Кадзума Татеиси (20 сентября 1900 – 12 января 1991) – японский предприниматель, теоретик и философ менеджмента, автор книги-бестселлера «Вечный дух предпринимательства» (1985), переведенной на несколько языков, в том числе на китайский (1989) и русский (1990) (Рисунок 10). Основатель компании Omron Corporation (1933), которая является одним из самых продвинутых в технологическом отношении мировых производителей электроники. До 1988 – председатель, а с 1988 – исполнительный советник этой компании. В 1990 году основал фонд науки и технологий (Tateisi Science and Technology Foundation).

Татеиси считал, что для того, чтобы компания достигла успеха, необходимо выполнить следующие условия:

- 1) выработать четкого кредо компании;
- 2) обеспечить соотношение целей компании с естественным поведением людей (человеческий фактор);
- 3) справедливо распределять доходы;
- 4) соблюдать корпоративный дух и организовывать совместную деятельность;
- 5) использовать политику всеобщей заинтересованности;
- 6) найти перспективный рынок сбыта, создавать новые товары;
- 7) разработать оригинальную технологию;

- 8) обеспечить эффективное руководство;
- 9) создать инфраструктуру, отвечающую требованиям нового общества;
- 10) построить рабочие отношения в компании на принципах честности и скромности.

Также Кадзума Татеиси называл четыре характерных черты идеального места работы:

- 1) привлекательный вид места работы;
- 2) талантливые работники;
- 3) удовлетворение вкусов покупателя;
- 4) вознаграждение за труд и усердие.

Большое внимание уделял предприниматель технологии «трех К»: компьютеры, коммуникации и контроль.



Рисунок 10 – Кадзума Татеиси (20 сентября 1900 – 12 января 1991) – японский предприниматель, автор книги-бестселлера «Вечный дух предпринимательства»

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

(справочное)

Основные характеристики организационно-правовых форм (ОФП) предприятий, предусмотренных ГК РФ

(Таблица 7)

Таблица 7 – Основные характеристики ОФП предприятий, предусмотренных ГК РФ

Виды ОПФ	Виды членства, ограничения	Уставный капитал	Ответственность	Прибыль	Выход
ООО (общество с ограниченной ответственностью)	Участниками могут быть граждане и юридические лица, а также публично-правовые образования Число участников общества с ограниченной ответственностью не должно превышать пятьдесят.	Уставный капитал разделен на доли, составляется из номинальной стоимости долей участников. Переход доли участника общества с ограниченной ответственностью к другому лицу влечет за собой прекращение его участия в обществе.	Участники общества с ограниченной ответственностью не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им долей. Участники общества, не полностью оплатившие доли, несут солидарную ответственность по обязательствам общества в пределах стоимости неоплаченной части доли каждого из участников.	Прибыль, распределяется между участниками пропорционально их долям в уставном капитале.	Участник общества с ограниченной ответственностью вправе выйти из общества независимо от согласия других его участников или общества. Доля участника переходит к обществу с момента получения обществом соответствующего заявления (требования). Этому участнику должна быть выплачена действительная стоимость его доли в уставном капитале или с его согласия должно быть выдано в натуре имущество такой же стоимости в порядке, способом и в сроки, которые предусмотрены законом об обществах с ограниченной ответственностью и уставом общества.

АО (акционерное общество)	Участниками могут быть граждане и юридические лица, а также публично-правовые образования. АО может быть открытым или закрытым, что отражается в его уставе и фирменном наименовании. Число акционеров открытого общества не ограничено. Число акционеров закрытого общества не должно превышать пятидесяти. Акционерное общество может быть создано одним лицом или состоять из одного лица в случае приобретения одним акционером всех акций общества. Сведения об этом подлежат внесению в единый государственный реестр юридических лиц. Акционерное общество не может иметь в качестве единственного участника другое хозяйственное общество, состоящее из одного лица, если иное не установлено законом.	Уставный капитал разделен на определенное число акций, удостоверяющих обязательственные права участников общества (акционеров) по отношению к обществу.	Учредители акционерного общества несут солидарную ответственность по обязательствам, возникшим до регистрации общества. Общество несет ответственность по обязательствам учредителей, связанным с его созданием, только в случае последующего одобрения их действий общим собранием акционеров. Участники акционерного общества (акционеры) не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им акций. Акционеры, не полностью оплатившие акции, несут солидарную ответственность по обязательствам акционерного общества в пределах неоплаченной части стоимости принадлежащих им акций.	Прибыль, направляемая на дивиденды, распределяется между акционерами пропорционально количеству принадлежащих им акций. Общество обязано выплатить объявленные по акциям каждой категории (типа) дивиденды, если иное не предусмотрено ФЗ «Об акционерных обществах». Дивиденды выплачиваются деньгами, а в случаях, предусмотренных уставом общества, - иным имуществом.	Акционеры вправе отчуждать принадлежащие им акции без согласия других акционеров и общества. Чтобы «выйти» из АО акционер продает свои акции обществу или его акционерам.
--------------------------------------	---	--	--	--	--

ТНВ (товарищество на вере)	Два вида членства — полный товарищ и вкладчик (коммандитист). Число коммандитистов в товариществе на вере не должно превышать двадцать. Вкладчиками в товариществах на вере могут быть граждане и юридические лица, а также публично-правовые образования. Учреждения могут быть вкладчиками в товариществах на вере с разрешения собственника имущества учреждения, если иное не установлено законом. Полными товарищами могут быть индивидуальные предприниматели (ИП) и (или) коммерческие организации. Полным товарищем можно быть только в одном товариществе.	Складочный капитал товарищества на вере составляется из стоимости внесенных товарищами вкладов и гарантирует интересы кредиторов товарищества. Вкладом в имущество товарищества на вере могут быть: 1) деньги, ценные бумаги; 2) другие вещи или имущественные права; 3) иные права, имеющие денежную оценку. Вкладчик товарищества на вере обязан внести вклад в складочный капитал. Внесение вклада удостоверяется свидетельством об участии, выдаваемым вкладчику товариществом.	Полные товарищи несут ответственность всем своим имуществом, вкладчики — несут риск убытков в размере стоимости своих вкладов в складочный капитал.	Прибыль, направляемая на дивиденды, распределяется между полными товарищами и вкладчиками пропорционально их долям в складочном капитале. В первую очередь дивиденды выплачиваются вкладчикам. Размер дивиденда на единицу вклада у полных товарищей не может быть выше, чем у вкладчиков.	При выходе из ТНВ полный товарищ получает долю участия в складочном капитале, а вкладчик — стоимость своего вклада. Полный товарищ вправе: передать часть доли или всю её другому участнику (третьему лицу — с согласия полных товарищей). Вкладчику такое согласие не требуется. Передача всей доли иному лицу вкладчиком прекращает его участие в товариществе.
ПТ (полное товарищество)	Один вид членства — полный товарищ. Ими могут быть индивидуальные предприниматели (ИП) и (или) коммерческие организации. Лицо может быть участником только одного ПТ.	Складочный капитал полного товарищества составляется из стоимости внесенных товарищами вкладов и гарантирует интересы кредиторов товарищества.	Участники полного товарищества солидарно несут субсидиарную ответственность своим имуществом по обязательствам товарищества. Участник полного товарищества, не	Прибыль и убытки полного товарищества распределяются между его участниками пропорционально их долям в складочном капитале, если иное не предусмотрено	Участник полного товарищества вправе выйти из него, заявив об отказе от участия в товариществе. Отказ от участия в полном товариществе, учрежденном без указания срока, должен быть заявлен участником не менее чем за шесть месяцев до фактического выхода из

			являющийся его учредителем, отвечает наравне с другими участниками по обязательствам, возникшим до его вступления в товарищество. Участник, выбывший из товарищества, отвечает по обязательствам товарищества, возникшим до момента его выбытия, наравне с оставшимися участниками в течение двух лет со дня утверждения отчета о деятельности товарищества за год, в котором он выбыл из товарищества.	учредительным договором или иным соглашением участников. Не допускается соглашение об устранении кого-либо из участников товарищества от участия в прибыли или в убытках.	товарищества. Досрочный отказ от участия в полном товариществе, учрежденном на определенный срок, допускается лишь по уважительной причине. Участнику, выбывшему из полного товарищества, выплачивается стоимость части имущества товарищества, соответствующей доле этого участника в складочном капитале, если иное не предусмотрено учредительным договором. По соглашению выбывающего участника с остающимися участниками выплата стоимости части имущества может быть заменена выдачей имущества в натуре. Если один из участников выбыл из товарищества, доли оставшихся участников в складочном капитале товарищества соответственно увеличиваются, если иное не предусмотрено учредительным договором или иным соглашением участников.
--	--	--	--	--	---

