Учреждение образования

«Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины»

Экономический факультет

Кафедра экономики и управления

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| СОГЛАСОВАНО |  | СОГЛАСОВАНО |
| Заведующий кафедрой  экономики и управления  И.В. Бабына |  | Декан  экономического факультета   А.К. Костенко |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |  | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| 29.03.2023 г. |  | 24.04.2023 г. |
|  |  |  |

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

**«Экономика управления»**

для специальности

**1-98 01 01-02 «Компьютерная безопасность (радиофизические методы**

**и программно-технические средства)»**

Составитель:

С.Д. Лин, старший преподаватель

Рассмотрено и утверждено

на заседании кафедры 29.03.2023 г.

экономики и управления протокол № 8

Рассмотрено и утверждено

на заседании научно-методического 29.04.2023 г.

совета университета протокол № 8

2023

**02 Содержание учебно-методического комплекса**

**по дисциплине «Экономика управления»**

01 Титульный лист

02 Содержание

03 Пояснительная записка

1 Теоретический раздел

* 1. Перечень теоретического материала
  2. Тексты лекций

2 Практический раздел

2.1 Перечень практических занятий

2.2 Задания для практических занятий

3 Контроль знаний

3.1 Перечень вопросов к зачету

3.2 Критерии оценок по дисциплине

4 Вспомогательный раздел

4.1 Учебная программа дисциплины

4.2 Перечень рекомендуемой литературы

**ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

**К УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОМУ КОМПЛЕКСУ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**«ЭкономикА УПРАВЛЕНИЯ»**

**1-98 01 01-02 «Компьютерная безопасность (радиофизические методы**

**и программно-технические средства)»**

Учебная дисциплина «Экономика управления» относится к компоненту учреждения высшего образования «Социально-гуманитарные дисциплины 2» и реализуется на I ступени высшего образования.

Учебно-методический комплекс по дисциплине «Экономика управления» призван интегрировать экономическую теорию с наукой управления и другими научными дисциплинами, чтобы выработать практический подход для принятия управленческих решений как в част ном, так и в общественном секторах экономики. Особенность данного комплекса состоит в том, что он подчеркивает значение микроэкомического анализа и средств практического использования экономической теории для выработки конкретных управленческих решений предприятия.

Основными ***задачами*** учебно-методического комплекса являются:

- ознакомить студентов с основами управленческой экономики и ее связи с другими научными дисциплинами;

- обучить методам выработки оптимальных решений в условиях определенности, неопределенности и риска;

- привить навыки анализа спроса, производственной функции, затрат и прибыли для оптимизации принимаемых управленческих решений фирмы;

- сформировать представление о выпуске продукции и принятии ценовых решений в различных рыночных структурах;

- ознакомить с практикой ценообразования и логикой разработки специфической политики ценообразования реального предприятия.

В результате изучения материала данного комплекса студенты ***должны знать***:

- основные категории курса;

- средства и методы, используемые фирмой в принятии решений в условиях определенности, неопределенности и риска; механизм и инструментарий анализа спроса, производства и затрат;

- методологические принципы измерения, планирования и управления прибылью фирмы;

- взаимосвязь спроса, производства, затрат и прибыли в процессе выработки решений по вопросам ценообразования и объемов производства в различных рыночных структурах;

- методы, подходы и наиболее часто встречающиеся проблемы в практике ценообразования предприятия.

***Уметь:***

- использовать микроэкомический анализ и средства практического использования экономической теории для выработки конкретных управленческих решений предприятия.

***Иметь навыки:***

- самостоятельной оценки конкретной ситуации, сложившейся на предприятии;

- оптимизации управленческих решений предприятия.

Программа учебно-методического комплекса «Экономика управления» нацелена на получение совокупности знаний и навыков, необходимых для успешного применения экономической информации и экономических методов анализа в управлении деятельностью предприятия в изменяющихся условиях хозяйствования с учетом мирового опыта.

Материал учебно-методического комплекса основывается на знаниях по таким курсам, как «Экономическая теория», «Микроэкономика». Кроме того, курс связан с такими дисциплинами как «Математика», «Статистика», «Экономическая социология».

В результате изучения материала учебно-методического комплекса студент должен обладать следующими **компетенциями**:

УК-7 Обладать гуманистическим воззрением, качествами гражданственности и патриотизма;

УК-15 Выбирать экономические целесообразную стратегию и тактику хозяйственной деятельности организаций электронного бизнеса.

Материал учебно-методического комплекса «Экономика управления» изучается студентами дневной формы обучения 2 курса факультета физики и информационных технологий специальности 1-98 01 01-02 «Компьютерная безопасность (радиофизические методы и программно-технические средства)» в III семестре: общее количество часов – 72 (2 зачетные единицы); аудиторное количество часов – 34, из них: лекции – 18 (в том числе 4 часа УСР), практические занятия – 16 (в том числе 2 часа УСР). Форма отчётности – зачет (III семестр).

Формами текущей успеваемости являются опрос, тестирование, оценка за решение практических задач.

1. **Теоретический раздел**

**1.1 Перечень теоретического материала по дисциплине**

1. Введение в дисциплину «Экономика управления»

1.1 Экономика управления как самостоятельная область знаний.

1.2 Экономическая теория и управленческая экономика.

1.3 Аналитические средства управленческой экономики.

1. Фирма и альтернативные модели ее поведения

2.1 Роль фирмы в обществе и понятие альтернативных моделей ее поведения. Классификация предприятий

2.2 Модели максимизации прибыли и добавленной стоимости.

2.3 Модели максимизации продаж и максимизации роста.

2.4 Модели управленческого поведения.

1. Выработка решений фирмы в условиях определенности, риска и неопределенности

3.1 Среды принятия решений фирмы.

3.2 Выработка решений в условиях определенности.

3.3 Выработка решений в условиях неопределенности и риска.

3.4 Методы снижения опасности неопределенности.

1. Спрос, предложение и рыночное равновесие

4.1 Спрос: понятие, закон спроса, неценовые факторы спроса.

4.2 Предложение: понятие, закон предложения, неценовые факторы предложения.

4.3 Отраслевое рыночное равновесие. Последствия отклонения цены от равновесного уровня.

4.4 Понятие эластичности. Эластичность спроса и предложения.

1. Производственные ресурсы фирмы

5.1 Персонал фирмы: сущность, состав, структура, классификация и влияние на экономику.

5.2 Понятие и экономическая сущность основных средств, их классификация и структура.

5.3 Оборотные средства фирмы: понятие, состав и назначение.

5.4 Понятие и классификация материальных средств фирмы

1. Анализ издержек. Динамика издержек и стратегия управления

6.1 Понятие издержек предприятия и их формирование.

* 1. Классификация издержек предприятия.

6.3 Динамика издержек и стратегия управления.

1. Прибыль: концепции, измерение, планирование и управление

7.1 Концепции и теории прибыли организации.

7.2 Формирование и распределение прибыли организации.

7.3 Анализ безубыточности и его применение в планировании прибыли.

1. Рыночная структура и анализ ценообразования

8.1 Определение цены и объема производства фирмы-совершенного конкурента.

8.2 Определение цены и объема производства фирмы-монополиста.

8.3 Определение цены и объема производства фирмы-олигополиста.

8.4 Характеристика эффективности различных рыночных структур.

9. Практика ценообразования и принятие решений фирмы

9.1 Понятие, цели и факторы ценообразования организации.

9.2 Методы и подходы ценообразования.

9.3 Стратегии ценообразования и среда их применения.

* 1. **Тексты лекций**

**Тема 1. Введение в дисциплину «Экономика управления»**

1. Экономика управления как самостоятельная область знаний.

2. Экономическая теория и экономика управления.

3. Система методов экономики управления.

**1. Экономика управления как самостоятельная область знаний**

Курс «Экономика управления» формирует теоретическую базу для принятия ключевых коммерческих решений, касающихся распределения ограниченных ресурсов компании.

Основополагающим в принятии управленческих решений является термин «ограниченность ресурсов». Разумеется, ограниченность - это условие, с которым приходится иметь дело и отдельным потребителям, и производителям. По существу, решение о распределении можно рассматривать как обобщение *трех известных фундаментальных вопросов*:

1. Какие товары или услуги следует производить, и в каких количествах?

2. Как следует производить эти товары или услуги?

3. Для кого следует производить эти товары и услуги?

Если же речь идет о принятии управленческого решения на уровне фирмы, то они звучат иначе, чем для экономики страны в целом*. Менеджеры должны иметь дело со следующими вопросами*:

1. Каковы экономические условия на конкретном рынке, на котором мы конкурируем или могли бы конкурировать?

2. Стоит ли нашей фирме заниматься этим бизнесом?

3. Если стоит, какой уровень цен и выработки нам следует установить, чтобы максимизировать нашу экономическую прибыль или свести к минимуму наши убытки в краткосрочном периоде?

4. Как мы можем организовать и инвестировать наши ресурсы (земля, труд, капитал, управленческие навыки) так, чтобы сохранить конкурентное преимущество перед другими компаниями на рынке?

5. Стоит ли расширять бизнес?

6. На каком уровне сконцентрировать усилия по завоеванию рынка (на уровне региона, страны, международном рынке)?

7. Какие существуют риски?

*Освоение курса закладывает фундамент для:*

* аналитической деятельности (поиска, анализа и оценки информации для подготовки и принятия управленческих решений; проведение оценки эффективности проектов с учетом фактора неопределенности);
* научно-исследовательской деятельности (выбор инструментария исследований, анализ их результатов, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования, подготовка обзоров и отчетов по теме исследования; разработка моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к сфере профессиональной деятельности, оценка и интерпретация полученных результатов; выявление и формулирование актуальных научных проблем; подготовка обзоров, отчетов и научных публикаций), педагогической деятельности (преподавание управленческих дисциплин и разработка соответствующих учебно-методических материалов).

В идеальном варианте «Экономика управления» - это продвинутый курс современной микроэкономики, дополненный элементами, инструментарием, методами из арсенала экономической статистики, теории игр, теории инвестиций, финансового менеджмента и некоторых других дисциплин.

Дисциплина «Экономика управления» появилась в результате синтеза двух наук – экономической теории и менеджмента. Дадим их определения.

**Экономическая теория –** это наука, которая изучает поведение и поступки людей при производстве, распространении и потреблении материальных товаров и услуг в мире с ограниченными ресурсами.

**Менеджмент** – это наука, которая изучает организацию и распределение ограниченных ресурсов компании с целью достижения поставленных результатов.

При объединении этих двух определений можно получить определение экономики управления.

**Экономика управления** – это наука, которая применяет экономический анализ для принятия коммерческих решений, включающих в себя наилучшие способы применения ограниченных ресурсов организации.

**Предметом управленческой экономики** является деятельность руководства фирмы (предприятия, организации) по максимизации экономической эффективности организационного механизма на основе практического применения положений экономической теории и экономического анализа.

**Целью дисциплины «Экономика управления»** является закрепление у будущих специалистов знаний закономерностей развития современной экономики и общих принципов поведения экономических агентов в условиях рынка, а также освоение практических навыков по обоснованию принимаемых решений управления производством и реализации финансово-инвестиционной политики.

**Задачи дисциплины «Экономика управления»:**

– научить студентов принимать управленческие решения, направленные на повышение экономической эффективности деятельности организации;

– выбирать необходимые методы анализа, модифицировать существующие и разрабатывать новые, исходя из конкретных задач;

– обрабатывать полученные результаты, анализировать и делать выводы в современной экономической действительности.

Дисциплина «Экономика управления» предоставляет студенту все инструменты, которые ему необходимы для эффективного экономического анализа и разработки стратегических ориентиров по развитию бизнеса и принятия решений в ежедневном режиме. Изучение данной дисциплины даёт возможность сформировать знания, умения и навыки, которые в будущем помогут повысить эффективность управления экономическими системами.

**2. Экономическая теория и экономика управления.**

Как уже отмечено, базой дисциплины «Экономика управления» является курс «Экономическая теория», которая делится на два больших раздела: микроэкономика и макроэкономика. Как известно, экономическая теория - наука, которая изучает поведение человека как связь между целями и ограниченными средствами, которые имеют альтернативное использование, это изучение того, как делается осознанный выбор направлений использования ограниченных ресурсов в производстве, потреблении и распределении товаров и услуг. Наиболее используемым разделом в «Управленческой экономике» является микроэкономика. Однако следует учитывать и некоторые аспекты макроэкономики, потому что на управленческие решения влияет восприятие менеджерами современного и будущего состояния экономики государства.

Например, для компаний, чей бизнес особенно чувствителен к экономическому циклу, спад будет негативно сказываться на продажах, тогда как период устойчивого расширения будет приносить выгоду. Тем не менее, в большинстве случаев экономика управления основывается на переменных, моделях и концепциях из микроэкономической теории.

«Экономика управления» представляет собой курс прикладной микроэкономики, который включает в себя отдельные количественные методы, свойственные и другим дисциплинам, таким как линейное программирование (менеджмент), регрессионный анализ (статистика, эконометрика и менеджмент), экономический анализ намечаемых капиталовложений (финансы) и анализ затрат (управленческий и стоимостной учет). Многие дисциплины в бизнесе произошли от основ микроэкономики для общего представления и теоретической поддержки. Например, экономический анализ спроса и ценовой эластичности можно найти в большинстве текстов по маркетингу. Разделение рынков на четыре типа - совершенная конкуренция, чистая монополия, монополистическая конкуренция и олигополия, - как правило, являются основой анализа конкурентной среды, который описывается в книгах по корпоративной стратегии и стратегии маркетинга.

**Категориальный аппарат, которым располагает «Экономика управления», включает в себя следующие понятия:**

*Экономические решения*. Подразумеваются решения о товаре (какие необходимо производить, для кого и каким способом); сегментировании рынка, найме работников, кадровом обеспечении и экономическом анализе намечаемых капиталовложений и инноваций.

*Экономика бизнеса*. Здесь имеются в виду ключевые факторы, влияющие на способность компании получать приемлемую норму прибыли на инвестиции владельцев. К самым значимым факторам относятся: конкуренция, технологии и покупатели.

*Ограниченность ресурсов*. Подразумевает такое состояние ресурсов, при котором они ограничены относительно спроса на их использование. В рыночном процессе степень ограниченности выражается посредством цены на ресурсы или цены на товары и услуги, которые производятся благодаря данным ресурсам.

*Экономический риск* представляет собой изменчивость доходов в результате неустойчивости общих экономических условий или условий, которые воздействуют на отдельно взятую компанию

*Неопределённость*, её суть в том, что нет такого метода определения вероятности случайных событий в будущем.

*Альтернативная стоимость*. Предполагает, что существует наилучшая стоимость из упущенных в результате выбора определённого альтернативного решения.

**3. Система методов экономики управления.**

Важную роль в процессе управления производством играет система методов, с помощью которой осуществляется целенаправленное воздействие на внутреннюю среду (цели, задачи, структуру, технологии и работников) и учет внешней среды фирмы (государственное влияние, глобализация рынков и производства).

**Система методов управленческой экономики включает в себя:**

− *наблюдательный (эмпирический) метод* заключается в наблюдении, сборе информации, описывающей определенные факты или события. Поскольку в экономике проводить эксперименты очень сложно, особенно в общенациональных масштабах, то обычно применяется эмпирический метод в его наблюдательной разновидности, то есть менеджеры фиксируют события, происшедшие сами по себе, а не по воле экспериментатора, а затем пытаются понять их значение;

− *экономико-статистический метод* представляет собой сбор и обработку количественных данных о явлениях и процессах хозяйственной жизни. В Беларуси сбор статистической информации ведется Национальным статистическим комитетом Республики Беларусь, выпускающим большое число официальных изданий. Однако менеджеры часто пользуются и другими статистическими источниками: информацией, предоставляемой на платной основе изучающими рынок фирмами, данными международных организаций, результатами собственных опросов, анкетирования, Интернет-ресурсами, а также данными бухгалтерского и оперативного учета собственной фирмы. Конечная цель сбора любой информации внутри фирмы – повышение эффективности ее работы;

− *причинно-следственный (каузальный) метод* – заключается в выявлении причинно-следственных связей между отдельными явлениями, анализ сущности явлений с точки зрения качества, помогает выстроить логическую иерархию экономических категорий. Позволяет объяснить и предвидеть экономические события даже в том случае, когда они связаны между собой не прямо, а через длинную цепь последствий;

− *моделирование (метод научной абстракции)* – заключается в выделении наиболее важных, существенных явлений и мысленном отвлечении от второстепенных деталей. Этот метод позволяет расчленять объект исследования и анализировать основные взаимосвязи в чистом виде;

− *метод функционального анализа* использует зависимость функция-аргумент для проведения экономического анализа и выведения заключений. Зависимость между экономическими показателями описывается с помощью математической формулы или графика. Функциональный метод позволяет измерять количественные параметры взаимодействия разных явлений и разрабатывать многовариантные альтернативные способы достижения цели, решая задачи оптимизации;

− *экономико-математические методы (математическая экономика, эконометрика, исследование операций)* позволяют описать экономические явления на формализованном языке с помощью математических символов и алгоритмов. В рамках этих методов активно применяются регрессионный анализ, математическое моделирование, линейное и нелинейное программирование, системный анализ. Он является инструментом прогноза, планирования, управления и совершенствования различных сторон экономической деятельности предприятия;

− *методы позитивного и нормативного анализа*, один из которых исследует фактическое состояние экономики, а другой определяет конкретные условия и экономические аспекты, желательные, либо нежелательные в обществе.

**Тема 2. Фирма и альтернативные модели ее поведения**

1. Роль фирмы в обществе и понятие альтернативных моделей ее поведения. Классификация предприятий.

2. Модели максимизации прибыли и добавленной стоимости.

3. Модели максимизации продаж и максимизации роста.

4. Модели управленческого поведения.

1. **Роль фирмы в обществе и понятие альтернативных моделей ее поведения. Классификация предприятий.**

**Фирма или организация (предприятие)** − это самостоятельный хозяйствующий субъект, обладающий правами юридического лица и осу­ществляющий деятельность на свой риск и под свою имуще­ственную ответственность с целью получения прибыли, кото­рая является результатом реализации продукции (работ, услуг), и удовлетворения социальных и экономических по­требностей общества.

**Признаками** предприятия являются:

− организационное единство (единая система органов и структур управления);

− обособленное имущество от имущества его учредителей и других субъектов хозяйствования;

* самостоятельная ответственность по всем обязательствам своим имуществом;
* самостоятельное выступление в гражданском обороте и любом суде от своего имени.

**Цель организации** - получение прибыли или удовлетворе­ние социальных и экономических потребностей потребителей.

**Функциями**организации являются:

* производство продукции (услуг, работ) и ее реализация потребителям;
* послепродажное обслуживание товаров;
* материально-техническое обеспечение производства на предприятии;
* управление и организация труда персонала на предприятии;
* обеспечение развития предприятия и рост объема производства;
* соблюдение действующих законов, стандартов и норма­тивов;
* уплата налогов и других платежей.

**Классификация организаций**осуществляется по следую­щим признакам:

а) *Формам собственности:*

1) государственные;

2) частные.

б) *Принципу отнесения отраслей к сферам производства:*

1) предприятия по производству товаров (промышленные, сельскохозяйственные, строительные и т.д.);

2) предприятия по оказанию услуг (здравоохранения, образования, науки и культуры и т.д.).

в) *Размерам предприятия:*

1) микроорганизации – зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год до 15 человек включительно;

2) малые организации – зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год от 16 до 100 человек включительно;

3) средние организации − зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год от 101 до 250 человек включительно;

4) крупные организации − зарегистрированные в Республике Беларусь коммерческие организации со средней численностью работников за календарный год свыше 250 человек.

г) *Принадлежности капитала:*

1) национальные;

2) иностранные.

д) *Цели деятельности:*

1) коммерческие организации (цель − получение прибыли);

2) некоммерческие организации (цель − удовлетворение социальных потреб­ностей домашних хозяйств и общества в целом).

*е)Организационно-правовым формам:*

1) хозяйственные товарищества (полные, коммандитные);

2) хозяйственные общества (открытые акционерные общества, закрытые акционерные общества, общества с ограниченной ответственностью, общества с дополнительной ответственностью, дочерние и зависимые общества);

3) унитарные предприятия (унитарные предприятия, основанные на праве хозяйственного ведения, унитарные предприятия, основанные на праве оперативного управления, республиканские унитарные предприятия, коммунальные унитарные предприятия, частные унитарные предприятия);

4) кооперативы (производственные и потребительские).

Существуют следующие **модели, объясняющие поведение коммерческих фирм**:

* максимизации прибыли,
* максимизации продаж;
* максимизации роста;
* управленческого поведения;
* японская модель, направленная на максимизацию добавленной стоимости.

**2. Модели максимизации прибыли и добавленной стоимости.**

**Модель максимизации прибыли** предполагает, что главной целью деятельности фирмы является максимизация ее выгод по отношению к затратам. С этой точки зрения модель максимизации прибыли может наилучшим образом охарактеризовать поведение фирмы и логику принятия управленческих решений менеджерами.

При этом под прибылью понимается экономическая прибыль.

Экономическая прибыль — это разница между совокупной выручкой и совокупными издержками фирмы.

Модели этой группы предусматривают максимизацию прибыли как в краткосрочном, так и в длительном периодах. Поскольку стоимость фирмы в длительном интервале времени определяется потоком ее будущих прибылей, которые могут соответствовать, а могут и не соответствовать ожиданиям управляющих, модель должна включать в себя текущую стоимость будущих денег (будущих прибылей) и концепцию риска.

Концепция текущей стоимости основана на принципе сложных процентов. Предположим, что сегодня инвестировано 100 долл, при годовой процентной ставке 10% (0,1). Будущую сумму сегодняшних инвестиций *(FV)* можно определить по формуле:

https://studme.org/htm/img/29/2681/7.png

где *PV* — текущая стоимость суммы денег; г — ставка процента; t — количество лет.

Тогда через год сумма *FVt* равная инвестированному капиталу и процентам, составит

https://studme.org/htm/img/29/2681/8.png

Через два года накопления сумма *FV2* составит

https://studme.org/htm/img/29/2681/9.png

Этот процесс начисления процентов носит название процесса наращения (движение из настоящего в будущее). Процесс, обратный процессу наращения (движение из будущего в настоящее), называется дисконтированием.

Дисконтирование доходов и затрат — приведение будущих доходов и затрат к нынешнему периоду, установление сегодняшнего эквивалента суммы, выплачиваемой в будущем.

Дисконтирование представляет собой снижение ценности отсроченных денежных поступлений.

Дисконтированная текущая стоимость *(PV)* будущих прибылей (π), получаемая к концу периода дисконтирования в *п* лет, определяется по формуле

https://studme.org/htm/img/29/2681/10.png

где r — ставка дисконтирования, выражаемая десятичной дробью.

Эта формула позволяет определить текущую (сегодняшнюю) стоимость будущих прибылей.

*Пример*

Сколько стоят сегодня 100 долл., получаемые через один год и через два года, при ставке дисконтирования 10% годовых?

*Решение*

https://studme.org/htm/img/29/2681/11.png

Таким образом, 100 долл., которые будут получены через год, при ставке дисконтирования 10% годовых сегодня стоят только 91 долл.

https://studme.org/htm/img/29/2681/12.png

Таким образом, 100 долл., которые будут получены через два года, при ставке дисконтирования 10% годовых сегодня стоят только 83 долл.

Если будущий доход нельзя назвать гарантированным, то используется рисковая ставка дисконтирования r, определяемая суммированием безрисковой ставки и премии за риск, компенсирующей его.

Если ожидается, что поток прибылей будет изменяться по годам, то уравнение можно привести к следующему виду:

https://studme.org/htm/img/29/2681/13.png

Если ожидается, что поток равномерной годовой прибыли (L0 сохраняется постоянным в неограниченном интервале времени (т.е. бесконечно), то текущая стоимость такой последовательности доходов (PV) примет вид

https://studme.org/htm/img/29/2681/14.png

где г — норма капитализации, характеризующая бизнес данной фирмы и ее финансовый риск.

**Модель максимизации добавленной стоимости (японская модель).**

Добавленная стоимость — это разность между стоимостью товаров и услуг, произведенных фирмой, и стоимостью товаров и услуг, приобретенных ею у внешних организаций, т.е. это та часть стоимости конечного продукта, которая создана непосредственно в компании.

*Добавленная стоимость по организации* исчисляется по всем осуществляемым видам экономической деятельности следующим образом:

,

где V - объем производства продукции (работ, услуг) в отпускных ценах за вычетом начисленных налогов и сборов из выручки; МЗ -материальные затраты (без учета платы за природные ресурсы); ПрЗ - прочие затраты, состоящие из арендной платы, представительских расходов и услуг других организаций.

Добавленная стоимость является результатом согласованной деятельности всех участников:

* собственников, вложивших свой капитал;
* менеджеров, принимающих решения об использовании ресурсов;
* наемных работников, непосредственно преобразующих ресурсы в конечный продукт.

Поэтому максимизация добавленной стоимости – это долгосрочная концепция фирмы, направленная на максимизацию выгоды всех участников производственного процесса. Максимизация добавленной стоимости осуществляется за счет роста конкурентоспособности продукции, увеличения производительного труда, снижения затрат и совершенствования технологий. При этом она влечет за собой рост заработной платы наемных работников, увеличение суммы вознаграждения управляющих, а также повышение дивидендных выплат собственникам. В условиях, когда личные интересы собственников, менеджеров и наемных работников неразрывно связаны со способностью фирмы конкурировать на мировых рынках, их всех объединяет стремление к поиску путей повышения производительности труда, сокращения затрат и увеличения объемов продаж, к росту эффективности инвестиций.

**3. Модели максимизации продаж и максимизации роста.**

**Модель максимизации продаж** является одной из наиболее широко применяемых альтернатив модели максимизации прибыли. Причин тому несколько. Так, например, отсутствие увеличения продаж наносит ущерб репутации компании, ведет к сокращению влияния компании на рынке и делает ее более уязвимой для конкурентов. Кроме того, оценить работу менеджеров гораздо проще по динамике объема продаж, чем по уровню прибыли. Менеджеры фирмы, стремясь сохранить и упрочить свое положение, предпринимают массу усилий по максимизации совокупного объема продаж, поскольку именно на основе расширения или сокращения выпуска собственники фирмы, от которых зависит положение управляющих, делают вывод о качестве их работы.

Однако наращивать объемы продаж до бесконечности не получится, так как существуют естественные ограничения рыночного спроса. В этой связи нацеленность фирмы на максимизацию совокупной выручки может встречаться либо в краткосрочном периоде, либо в условиях ненасыщенного (и даже дефицитного) спроса.

**Модель максимизации роста** основывается на том, что в любой компании рост и его потенциал служат мерилом успеха с точки зрения управляющих, собственников, аналитиков и инвесторов. Фирмы стремятся к росту по тем же самым причинам, что и в модели максимизации продаж. Однако рост должен адекватно финансироваться либо за счет нераспределенной (реинвестированной) прибыли, либо за счет займов, либо за счет сочетания того и другого. Осторожные управляющие стремятся поддерживать соотношение «обязательства — активы» достаточным для стимулирования роста, но ниже предела неприемлемого уровня риска. В отдаленной перспективе рост фирмы будет определяться наличием достаточного потока прибылей. Решение по максимизации роста сегодня неизбежно будет решением о максимизации прибыли в перспективе.

**4. Модели управленческого поведения.**

Модели управленческого поведения учитывают различия в целях и мотивах поведения менеджеров и собственников. Наиболее распространенными из этой группы являются модели:

* управленческой выгоды;
* управленческого благоразумия;
* агентская.

**Все эти модели исходят из следующих базовых предположений:**

1) как владельцы (акционеры), так и управляющие являются рациональными людьми, пытающимися максимизировать свою личную выгоду;

2) существуют коренные противоречия между интересами владельцев и интересами управляющих, поэтому, когда управляющие пытаются максимизировать свою выгоду, они уменьшают выгоду владельцев.

**Модель управленческой выгоды** базируется на том, что владельцы стремятся максимизировать стоимость фирмы и поэтому заинтересованы в максимизации прибыли, а, следовательно, в снижении издержек (в том числе в экономии на заработной плате менеджерам и работникам), в увеличении дивидендных выплат. Управляющие же большей степени заинтересованы в личных благах (в увеличении расходов на оплату труда, росте административных затрат на содержание офисов и служебных автомобилей) и в увеличении части прибыли, направляемой на развитие (что неизбежно влечет за собой сокращение дивидендных выплат), чем в максимизации прибыли и стоимости фирмы.

В соответствии с этой моделью получается, что в контролируемых управляющими фирмах норма прибыли ниже, чем в фирме, управляемой владельцем. Для снижения остроты указанных противоречий между целями и мотивами менеджеров и собственников на практике используется сложная система оплаты труда управляющих. Вознаграждение менеджерам включает в себя не только заработную плату, но и премии, опционы акций и доли в прибылях, тем самым формируя у них прямую личную заинтересованность в максимизации прибыли и стоимости фирмы.

**Модель управленческого благоразумия** предполагает, что управляющие могут преследовать свои личные интересы лишь до тех пор, пока они обеспечивают уровень прибылей, достаточный для выплаты приемлемых дивидендов владельцам фирмы и дальнейшего финансирования ее роста. Помимо заработной платы, личные интересы управляющих зависят от множества факторов, к которым относятся другие формы выплат, качество и профессиональный уровень подчиненных, не связанные с доходом блага и степень свободы в расходовании или инвестировании денег фирмы. Когда фирма процветает, управляющие стремятся получать от нее различные виды нематериального вознаграждения (например, личный автомобиль с водителем). В бихевиористских концепциях такие нематериальные блага называются управленческими привилегиями.

Общая гипотеза модели управленческого благоразумия состоит в том, что фирма, которой руководят управляющие, максимизирующие выгоды, расходует больше на аппарат управления и предоставляет больше управленческих привилегий, чем фирма, максимизирующая прибыль.

**Агентская модель** ориентирована на отношения между принципалами (акционерами) и их агентами (управляющими), которые действуют в интересах первых. Чтобы управляющие могли действовать, акционеры через совет директоров должны делегировать право принятия решений главному исполнительному директору. Его полномочия должны предполагать делегирование права принятия решений другим управляющим фирмы.

Преследуя свои интересы, управляющие могут делать многое. Они, например, могут проводить политику, выставляющую их в наилучшем свете и гарантирующую им продвижение по службе. Недобросовестные управляющие могут принимать решения, способствующие личному обогащению за счет компании. Управляющих могут больше интересовать дорогостоящие привилегии, такие, как богатые кабинеты, роскошные автомобили и членство в престижных загородных клубах, чем сокращение затрат фирмы. Они могут уклоняться от принятия решений, имеющих элементы риска, опасных для их должности, или вступать в конфликты, создавая напряженность внутри компании или на рынке, нанося ущерб максимизации прибыли.

Проблема здесь в том, что акционеры не могут знать, действительно ли управляющие делают все, что в их силах, для максимизации состояния владельцев. Акционеры могут видеть только результаты действий руководящего аппарата нижнего звена. Если только акционеры не являются одновременно управляющими (как это имеет место в закрытых акционерных обществах), то они не способны наблюдать за повседневным процессом управления компанией. Если результаты работы управляющих будут неудовлетворительными, то акционеры, действуя через совет директоров, могут наказать их (лишить премий, не повысить оклад или даже уволить). Но до тех пор, пока результаты остаются удовлетворительными, акционеры не способны установить, действительно ли они получают максимум того, что могут иметь.

Теоретически возможно, что для оценки действий управляющих будет установлена сложная и дорогостоящая интеллектуальная система, способная контролировать их работу. Естественно, что акционеры практически не заинтересованы в таких затратах, а некоторые сторонники агентской модели считают излишним такой повседневный контроль над деятельностью управленческого аппарата. Они указывают на эмпирические данные, свидетельствующие о наличии строгой связи между прибыльностью компании и оплатой исполнителей, считая эти данные достаточным доказательством следующего положения: динамики рынка достаточно для того, чтобы заставить управляющих делать все, что в их силах. Другие специалисты утверждают, что некоторые затраты неизбежны для акционеров и их наилучшей формой будет поощрение управляющих за их усилия по максимизации состояния акционеров. Оно обычно имеет форму контракта найма на работу, предусматривающего ежегодные премии в прямой зависимости от прибылей фирмы. Премии могут быть увязаны с прибылями текущего года или с характеристиками работы фирмы на несколько предстоящих лет. Естественно, такой вид распределения прибылей не дает стопроцентной гарантии, что будет достигнута максимальная отдача, поскольку управляющие по-прежнему знают больше владельцев о ходе операций фирмы. Невзирая на премии, они могут работать недостаточно результативно и продолжать пользоваться дорогостоящими привилегиями. Понимая это обстоятельство, акционеры могут разделить риск владения с управляющими, гарантируя им опционы акций. Это позволит теснее увязать интересы управляющих и владельцев акций.

**Тема 4. СПРОС, ПРЕДЛОЖЕНИЕ И РЫНОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ**

1. Спрос: понятие, закон спроса, неценовые факторы спроса.

2. Предложение: понятие, закон предложения, неценовые факторы предложения.

3. Отраслевое рыночное равновесие. Последствия отклонения цены от равновесного уровня.

4. Понятие эластичности. Эластичность спроса и предложения.

***1. Спрос: понятие, закон спроса, неценовые факторы спроса.***

Механизм функционирования рынка экономических благ тесно связан с понятиями «спрос», «предложение», «равновесная цена», «равновесный объем производства». На рынке встречаются покупатели (потребители), формирующие спрос на товары, и продавцы (производители), формирующие предложение товаров.

***Спрос (D****)* – это желание и возможность покупателей приобрести определенные товары в данных экономических условиях. Спрос определяет количество товара, которое потребители желают и могут купить при различных ценах. Соотношение между ценой товара и его количеством определяется понятием «величина спроса».

***Величина (объем) спроса (QD)*** – это количество товара, которое потребители покупают по определенной цене за определенный период времени при данных условиях. Величина спроса зависит от цены товара. Чем меньше цена, тем большее количество товара купят потребители. Данная зависимость выражает ***закон спроса*:** при прочих равных условиях величина спроса увеличивается, если цена на него снижается, и наоборот, величина спроса сокращается, если цена товара повышается. Закон спроса показывает обратную зависимость между ценой и объемом продукции, которую желают купить потребители.

В общем виде эту зависимость можно представить как **QD = f(Р),** где QD – величина объема спроса; Р – цена; f – функция спроса.

Функцию спроса от цены можно представить в виде шкалы спроса и графически. *Шкала спроса* – это таблица, которая показывает, какое количество товара будет куплено по различным ценам за определенный период времени (табл. 1).

*Таблица 1 –* Шкала спроса на яблоки

|  |  |
| --- | --- |
| Цена яблок за 1 кг, руб. | Объём спроса QD, кг |
| 5 | 1 |
| 4 | 2 |
| 3 | 3 |
| 2 | 4 |
| 1 | 5 |

Шкала спроса (табл. 1) отражает обратную зависимость между ценой товара и величиной спроса. Представим эту зависимость графически. На вертикальной оси графика обозначим цену товара Р в денежных единицах, на горизонтальной оси – величину спроса *QD.* Перенесём значения таблицы 1 на график и определим точки a, b, c, k, m. Соединив их, получим линию (кривую) спроса D (рис. 1). Кривая спроса дает информацию о цене спроса. ***Цена спроса*** – это максимальная цена, по которой покупатель согласен купить единицу данного товара.

Кривая спроса имеет отрицательный наклон и иллюстрирует рост объема спроса при снижении цены и наоборот. Таким образом, изменение цены товара вызывает изменение величины (объема) спроса и на графике это отражается движением по кривой спроса D вверх или вниз.

Кроме цены на спрос влияют и ***неценовые факторы.*** Неценовые факторы определяют изменение спроса, при котором кривая спроса смещается влево (D1) или вправо (D2), что показано на рис. 2. Рассмотрим влияние неценовых факторов на изменение спроса.

Р

a

b

c

k

m

5

4

3

2

1

D

0 1 2 3 4 5

QD

*Рис. 1.* Линия спроса на яблоки

Р

0

D1

D

QD

D2

*Рис. 2*. Сдвиги кривой спроса

*1. Доходы потребителя*. Снижение доходов потребителя сокращает спрос и сдвигает линию спроса D в положение D1.Увеличение доходов потребителя повышает спрос и сдвигает линию спроса D в положение D2.

Однако рост дохода неодинаково изменяет спрос на товары, что обуславливает их деление на *нормальные товары* и *товары низшей категории*. Если по мере роста дохода спрос на товары увеличивается, то такие товары называют ***нормальными товарами*.** А если с ростом дохода спрос на товары снижается, то это – товары ***низшей категории*.**

*2. Вкусы и предпочтения потребителей.* Благоприятные для данного товара изменения потребительских вкусов или предпочтений, например, под влиянием рекламы, будут означать увеличение спроса на него по каждой цене и смещение кривой спроса вправо (D2).

*3.Число (количество) покупателей.* Увеличение населения сдвигает линию спроса D вправо для всех товаров, поскольку ведет к росту количества покупателей на рынке. Наоборот, уменьшение населения будет сдвигать линию спроса D влево в связи с сокращением числа покупателей на рынке.

*4. Ожидания потребителей.* Ожидание будущих цен на товары (инфляционные ожидания), будущего дохода способны изменить спрос. Например, плохая погода в Южной Америке и плохой урожай кофе приводят к ожиданию более высоких цен на кофе в будущем и повышают спрос на кофе сейчас.

Сезонные, предпраздничные колебания продаж также вызывают изменение спроса под влиянием потребительских ожиданий.

*5. Изменение цен на взаимозаменяемые (товары-субституты) и взаимодополняемые (комплементы) товары.* Рассмотрим действие этого фактора на примере товаров-субститутов (кофе, чай). Предположим, что цена на кофе повысилась. В таком случае покупатели увеличат спрос на чай, цена на который осталась на прежнем уровне.

Объясним данную ситуацию графически (рис. 3). Очевидно, рост цены на кофе c Р1 до Р2 сокращает величину спроса на кофе с Q1 до Q2. На рис. 3, *а* повышение цены на кофе отражается движением по линии спроса на кофе вверх. Так как кофе и чай удовлетворяют одну и ту же потребность, то рост цены на кофе повысит спрос на чай с Q1 до Q2. На рис. 3, *б* кривая спроса на чай D1 сдвигается вправо в положение D2. Таким образом, если товары являются товарами-субститутами, то между ценой на один из них и спросом на другой существует прямая зависимость.

Рис. 3. Изменение спроса под влиянием изменения цены

на товары-субституты: а) рынок кофе; б) рынок чая

0 Q1 Q2  QD

Р

Р

D1 D2

D

0 Q2 Q1 QD

Р

Р2

Р1

*а)*

*б)*

Совсем иное воздействие оказывает данный неценовой фактор на изменение спроса на товары-комплементы. Например, при снижении цены на фотоаппараты увеличится спрос на фотопленку. Кривая спроса на фотопленку сдвигается вправо. Таким образом, если товары являются товарами- комплементами, то между ценой на один из них и спросом на другой существует обратная зависимость.

***2. Предложение: понятие, закон предложения, неценовые факторы предложения.***

В отличие от спроса предложение отражает другую сторону рыночных отношений – поступление товаров на рынок для их продажи. Процесс купли-продажи товаров рассматривается здесь не с позиции покупателя, а с позиции продавца. ***Предложение (S)*** характеризует возможность и желание производителей (продавцов) предлагать свои товары для продажи на рынке по определенным ценам при данных условиях.

***Объем (величина) предложения (Qs)*** – это количество товара или услуги, которое готовы продать производители (продавцы) по определенной цене в данных экономических условиях. Объем предложения товара увеличивается с ростом цены товара, так как производителю (продавцу) становится выгодным продать больше товара по высокой цене (увеличивается прибыль).

Зависимость между уровнем цены и объемом предложения отражена в ***законе предложения***: чем выше цены на товар, тем больше объем предложения этого товара, а чем ниже цена, тем меньше объем предложения. Закон предложения показывает, что существует прямая зависимость между ценой и объемом предложения. В общем виде эту зависимость можно представить как **Qs = f (P)**, где Qs – объем предложения; Р – цена; f –функция предложения.

Функцию предложения от цены можно представить в виде шкалы предложения и графически. *Шкала предложения* – это таблица, которая показывает, какое количество товара будет продано по различным ценам в течение определенного периода времени (табл. 2).

*Таблица 2 –* Шкала предложения яблок

|  |  |
| --- | --- |
| Цена яблок за 1 кг, руб. | Объём предложения в неделю, кг |
| 5 | 5 |
| 4 | 4 |
| 3 | 3 |
| 2 | 2 |
| 1 | 1 |

Из табл. 2 видно, что объем предложения и цена товара находятся в прямой зависимости: чем выше цена, тем больше величина предложения товара. Графическая иллюстрация закона предложения представлена на рис. 4. в виде кривой (линии) предложения S.

Р

5

4

3

2

1

0 1 2 3 4 5 Qs

S

*Рис. 4.* Кривая предложения яблок

Кривая предложения даёт информацию о цене предложения. ***Цена предложения*** – это минимальная цена, по которой продавцы согласны предложить на рынке данное количество товара.

Линия предложения имеет положительный наклон, что свидетельствует о желании производителя продать большее количество яблок по более высокой цене. Таким образом, изменение цены товара вызывает изменение объема предложения и на графике это отражается движением по кривой предложения S вверх или вниз.

Предложение изменяется также под влиянием ***неценовых факторов***. Они определяют сдвиг кривой предложения влево (S1) или вправо (S2), что показано на рис. 5.

S1

S

S2

Q1 Q Q2 QS

Р

Р

*Рис. 5.* Сдвиги кривой предложения

Неценовыми факторами, влияющими на предложение, являются:

1. *Цены на ресурсы.* Для производства товаров необходимы ресурсы (факторы производства). Если цены на ресурсы увеличатся, то вырастут и затраты производителя (издержки производства). При росте издержек производства продукция становится неконкурентоспособной, и производитель сокращает ее производство. Рыночное предложение этой продукции уменьшается.Кривая предложения S сдвинется влево в положение S1.

2. *Применяемые технологии.* Использование более совершенных технологий снижает издержки производства. Поэтому производитель выпускает больше данного товара и предложение товара на рынке увеличивается.Кривая предложения S сдвигается вправо в положение S2.

3. *Налоги и субсидии*. Производители платят налоги. Налоги для производителя являются издержками. Если налоги увеличиваются, то увеличиваются издержки производства, что вызывает снижение объёма производства. Предложение товара на рынке уменьшается. Кривая предложения S сдвигается влево в положение S1.

Субсидии, наоборот, вызывают расширение производства данного товара, предложение увеличивается. Кривая предложения сдвигается в положение S2.

4. *Количество производителей.* Чем больше производителей, тем больше предложение. Кривая предложения S сдвинется вправо в положение S2.

5. *Ожидания*. Ожидаемое изменение цен в будущем повлияет на поведение производителя в настоящее время и, соответственно, на предложение. Например, если производитель ожидает повышения цен на свой товар, то в настоящее время он уменьшит предложение товара, чтобы в будущем получить больший доход. Кривая предложения в таком случае сдвигается влево (S1).

6. *Особые факторы.* Например, погода оказывает сильное влияние на сельское хозяйство (засуха или дожди ведут к неурожаю сельскохозяйственной продукции). Предложение этой продукции уменьшается. Кривая предложения S сдвинется влево в положение S1.

Таким образом, с изменением неценовых факторов предложения происходит сдвиг кривой предложения: если предложение растет, то кривая предложения сдвигается вправо (S2); если предложение сокращается, то кривая предложения сдвигается влево (S1). Это отражает изменения в предложении.

***3. Отраслевое рыночное равновесие. Последствия отклонения цены от равновесного уровня.***

Основой рыночного механизма является взаимодействие спроса и предложения, которое формирует рыночною цену. На рынке множество продавцов (производителей) и покупателей (потребителей), желания и возможности которых различны. Покупатели желают приобрести товар по более низкой цене, а продавцы хотят продать свой товар по более высокой цене. Конкуренция между ними приводит к согласованию их интересов: количество товаров, которое покупатели желают приобрести, совпадёт с количеством товара, которое продавцы хотят предложить. На рынке установится рыночное равновесие. Следовательно, ***рыночное равновесие*** – это состояние рынка, при котором объём спроса равен объёму предложения: QD = Qs.

Данную рыночную ситуацию можно объяснить графически, совместив на одном графике линии спроса и предложения (рис. 6).

S

излишек

Е

дефицит D

Р

Р2

РЕ

Р1

0 QS1 QD2 QE QS2  QD1 Q

*Рис. 6.* Рыночное равновесие

На рис. 6 линии спроса и предложения пересекаются в точке Е, которая является *точкой рыночного равновесия*. Объём продаж, соответствующий этой точке, равен объему спроса и называется ***равновесным объемом* (QE)**. Точка Е определяет также равновесную цену. ***Равновесная цена (PE****)* – это рыночная цена, при которой планы покупателей и продавцов на рынке полностью совпадают.

Рыночное равновесие может нарушаться, если цена отклоняется от равновесного уровня. Допустим, рыночная цена установилась на уровне Р1. В таком случае величина спроса превысит величину предложения (QD1> QS1). На рынке возникнет дефицит товара, который приведет к конкуренции между покупателями за возможность купить данное благо. Покупатели начнут предлагать более высокие цены. По мере роста цен, объем спроса сокращается, а объем предложения увеличивается. Это продолжается до тех пор, пока рыночная цена не достигнет своего равновесного уровня РЕ.

Если рыночная цена установится на уровне Р2, то величина предложения превысит величину спроса (QS2 > QD2). На рынке появится ***излишек товара,*** который вызовет конкуренцию между продавцами. Они будут избавляться от этого излишка путем снижения цены. Снижение цены сократит величину предложения и одновременно повысит величину спроса. Рыночная цена установится на уровне равновесной цены РЕ. Таким образом, конкуренция автоматически восстанавливает рыночное равновесие.

Изменение неценовых факторов определяет изменение в спросе и предложении, а на графике – сдвиг кривых спроса и предложения. Выделяют 4 варианта влияния сдвигов кривых спроса и предложения на равновесную цену и равновесный объем благ:

1) увеличение спроса на благо вызывает сдвиг кривой спроса вправо, в результате чего увеличивается и равновесная цена, и равновесный объем блага;

2) уменьшение спроса на благо смещает кривую спроса влево, в результате чего снижаются равновесная цена и равновесный объем блага;

3) увеличение предложения блага сдвигает кривую предложения вправо, в результате чего снижается равновесная цена и равновесный объем блага;

4) уменьшение предложения блага сдвигает кривую предложения влево, в результате чего повышается равновесная цена и сокращается равновесный объем блага.

***4. Понятие эластичности. Эластичность спроса и предложения***

Спрос и предложение зависят от многих факторов. Чтобы определить степень их влияния на спрос и предложение в экономике используется понятие эластичности. ***Эластичность*** – это степень реагирования одной переменной величины на изменение другой.

Понятие эластичности применяют для характеристики функций спроса и предложения. Выделяют эластичность спроса по цене, по доходу, перекрестную эластичность, эластичность предложения по цене. Чаще всего используется показатель эластичности спроса по цене.

***Эластичность спроса по цене –*** характеризует чувствительность величины спроса к изменениям цены товара при условии, что остальные факторы, влияющие на спрос, неизменны. Определяется при помощи коэффициента эластичности.

***Коэффициент эластичности спроса по цене (ED)*** – это относительное изменение величины спроса на товар, делённое на относительное изменение цены данного товара. Он показывает степень количественного изменения величины спроса при изменении цены товара на один процент.

Коэффициент эластичности спроса по цене определяется по формуле:

.



Степень реакции изменения величины спроса на изменение цены определяет следующие *виды ценовой эластичности:*

- эластичный спрос (ED >1) – ситуация, при которой величина спроса изменяется в большей степени, чем цена. Например, рост цены на 1 % вызывает снижение величины спроса на 5 %;

- неэластичный спрос (ED <1) – ситуация, при которой величина спроса изменяется в меньшей степени, чем цена. Например, рост цен на 1 % приводит к снижению величины спроса на 0,5 %;

- единичная эластичность (ED=1). Например, рост цен на 4 % вызывает снижение величины спроса на 4 %.

- совершенно неэластичный спрос по цене (ED=0), т.е. величина спроса не изменяется при изменении цены. Такой спрос представлен вертикальной линией спроса.

- совершенно эластичный спрос (ED=∞), при котором даже величина спроса бесконечно изменяется при малом изменении цены. В этом случае кривая спроса строго горизонтальна.

Эластичность спроса по цене зависит от следующих *факторов:*

* наличия товаров-субститутов. Чем больше товаров-субститутов, удовлетворяющих одну и ту же потребность человека, тем выше эластичность;
* доли затрат на приобретение товара в общем объёме потребительских расходов: чем выше доля, тем более эластичный спрос и наоборот;
* времени приспособления к изменению цены. В долгосрочном периоде спрос обычно более эластичный, т.к. люди за более длительный срок имеют возможность найти больше товаров-заменителей;
* размера дохода. Увеличение дохода уменьшает эластичность спроса на товар относительно цены;
* степени необходимости данного товара для потребителя. Если товар является предметом первой необходимости, то спрос на него неэластичен. Если же товар является предметом роскоши, то спрос на него более эластичен.

***Перекрёстная эластичность спроса по цене*** характеризует реакцию величины спроса на товар Х при изменении цены на товар У.

***Коэффициент перекрёстной эластичности спроса по цене*** – относительное изменение величины спроса на товар Х, деленное на относительное изменение цены товара У. Определяется по формуле:

**

Различают три вида перекрестной эластичности спроса по цене: положительная, отрицательная и нулевая.

***Положительная перекрестная эластичность спроса по цене*** свойственна взаимозаменяемым товарам (субститутам).

***Отрицательная перекрестная эластичность спроса по цене*** свойственна взаимодополняемым товарам (комплементам).

***Нулевая перекрестная эластичность спроса по цене*** свойственна независимым товарам, т.е. потребление одного блага не зависит от изменения цены другого блага.

***Эластичность спроса по доходу*** отражает степень чувствительности спроса к изменению дохода и определяется как отношение процентного изменения спроса к процентному изменению дохода (% ∆I).

***Коэффициент эластичности спроса по доходу*** – это соотношение относительного изменения величины спроса на товар и относительного изменения дохода потребителя. Коэффициент эластичности спроса по доходу показывает, на сколько процентов изменится величина спроса на товар при изменении дохода потребителя на один процент и рассчитывается по формуле:



В зависимости от величины коэффициента эластичности спроса по доходу нормальные товары деляется на три группы:

- товары первой необходимости, если 0< E I <1;

- товары второй необходимости, если E I = 1;

- предметы роскоши, если E I  > 1.

Для относительно худших товаров эластичность спроса по доходу будет величиной отрицательной (E I < 0).

Эластичность спроса по доходу зависит от следующих факторов: значимость того или иного блага для бюджета семьи; является ли данное благо предметом первой необходимости или предметом роскоши; консерватизм спроса.

Коэффициент эластичности спроса по доходу используется при исчислении потребительской корзины, определении структуры потребления людей с различным уровнем доходов, расчетах степени изменения того или иного блага при изменении уровня дохода и т.д.

***Эластичность предложения по цене* (Es)** характеризует чувствительность изменения количества поставляемой на рынок продукции к изменениям в цене, т.е. показывает, как изменится объём предложения в ответ на изменение цены товара. Если небольшой рост цен заставляет продавцов значительно увеличивать выпуск продукции, предложение считается эластичным по цене, если объём предложения изменяется незначительно – предложение неэластично по цене.

***Эластичность предложения по цене*** – реакция относительного изменения величины предложения товара при изменении его цены

***Коэффициент эластичности предложения по цене –*** относительное изменение величины предложения товара, деленное на относительное изменение его цены. Он показывает, на сколько процентов изменится величина предложения товара при изменении его цены на один процент и определяется по формуле:

**

Различают следующие виды эластичности предложения по цене:

***– эластичное предложение*** (ЕS/Р>1). Цена изменяется в меньшей степени, чем изменяется величина предложения;

***– неэластичное предложение*** (ЕS/Р<1). Цена изменяется в большей степени, чем изменяется величина предложения;

***– совершенно (абсолютно) эластичное предложение*** **(ЕS/Р=∞).** Бесконечно малое изменение цены вызывает бесконечно большое изменение величины предложения;

***– совершенно (абсолютно) неэластичное предложение***(ЕS/Р=0). Изменение цены не вызывает никакого изменения величины предложения;

***– единичная эластичность* (ЕS/Р=1**). Изменение цены на один процент вызывает изменение величины предложения на один процент.

Эластичность предложения зависит от таких факторов, как: возможность длительного хранения и стоимость хранения; специфика производственного процесса; цены других благ и ресурсов; степень достигнутого применения ресурсов (трудовых, материальных, природных).

Важнейшим фактором, определяющим эластичность предложения, является время, которым располагает производитель для реагирования на изменение цены товара.

В коротком периоде времени невозможно быстро изменить факторы производства и выпуск продукции, Es <1 – *неэластичное предложение.*

В длительном периоде времени можно изменить факторы производства и выпуск продукции*,* Es >1 – *эластичное предложение.* Таким образом, чем длительнее период времени, тем более эластичным будет предложение.

**Тема 5. Производственные ресурсы фирмы**

1. Персонал фирмы: сущность, состав, структура, классификация и влияние на экономику.

2. Понятие и экономическая сущность основных фондов (средств), их классификация и структура.

3. Оборотные средства фирмы: понятие, состав и назначение.

4. Понятие и классификация материальных средств фирмы.

**1. Персонал фирмы: сущность, состав, структура, классификация и влияние на экономику.**

**Кадры (персонал) предприятия**— это совокупность работников различных профессионально-квалификационных групп, занятых на предприятии, входящих в его списочный состав и состоящих с предприятием в трудовых отно­шениях, регулируемых наймом и увольнением в соответствии с Трудовым кодексом Республики Беларусь.

**Классификация персонала организации**

По участию в промышленно-производственной деятельности различают:

* промышленно-производственный персонал (ППП) – работники основных, вспомогательных, транспортных, подсобных, побочных цехов, охраны и аппарата заводоуправления с его отделами;
* персонал непромышленных организаций, состоящих на балансе предприятия (ЖЭСы, детские сады, санатории, клубы, бассейны).

По характеру выполняемых функций различают:

* рабочие (основного производства и обслуживающих (вспомогательных) хозяйств;
* служащие (руководители, специалисты, прочие служащие - секретари, делопроизводители).

В зависимости от характера и сложности выполняемых работ ППП делят:

■ по профессиям — род трудовой деятельности, требующий комплекса определенных теоретических знаний и практиче­ских (трудовых) навыков, приобретаемых в результате специ­ального обучения и путем практического опыта (например, инженер, экономист, бухгалтер, токарь, слесарь);

■ специальностям, которые определяются совокупностью знаний, умений и навыков, необходимых для определенного ви­да трудовой деятельности в рамках одной профессии (например, экономист по труду, инженер-механик, слесарь-ремонтник);

■ уровню квалификации (по уровню общей и специальной подготовки работников). Уровень квалификации характеризуется тарифными разрядами или присваиваемой специалистам категории (например, экономист 1-й категории, слесарь 4-го разряда).

**Характеристики численности персонала:**

* списочная численность;
* явочная численность;
* численность фактически работающих;
* среднесписочная численность.

Состав, количественные и качественные соотношения отдель­ных категорий работников характеризуют *структуру кадров* на предприятии, которая определяется удельным весом каждой категории работников (*dpi*, %) в общей среднесписочной чис­ленности промышленно-производственного персонала пред­приятия (Чппп).

**Производительность труда** *–* это эффективность использования трудовых ресурсов организации. В широком понимании это способность конкретного работника производить продукции и оказывать услуги. Выражается с помощью двух показателей: выработка и трудоемкость продукции.

*Выработка продукции*— это показатель объема продукции (работ, услуг), вырабатываемой в расчете на единицу трудовых затрат. Выработка является прямым показателем производи­тельности труда, так как чем больше продукции вырабатывает­ся в расчете на единицу трудовых затрат, тем выше уровень про­изводительности труда. Рассчитывается по формуле:

,

где *V -* объем продукции; Т - затраты труда на данный объем продукции.

До расчета уровня производительности труда необходимо решить вопрос об измерении затрат труда и объема продукции. *Затраты труда* могут быть представлены численностью работ­ников и отработанным временем.

Методы определения выработки классифицируются в зави­симости от единицы измерения объема производства:

■ натуральный (условно-натуральный) — используется при выпуске однородной продукции на отдельных рабочих местах, производственных бригадах, на предприятии, т.е. при опреде­лении выработки конкретного вида продукции (работ и услуг). При использовании этого метода выработка выражается в нату­ральных единицах измерения;

■ стоимостной (по стоимостным показателям произведен­ной или реализованной продукции) — при выпуске на предпри­ятии разнородной продукции. При использовании этого мето­да выработка определяется в денежном выражении.

Второй показатель производительности труда - это *трудо­емкость продукции* (Те). Данный показатель индивидуальной производительности труда характеризует затраты рабочего вре­мени (затраты живого труда) на производство единицы про­дукции или на выполнение единицы работы.

Среди видов трудоемкости продукции в зависимости от со­става включаемых трудовых затрат выделяют:

■ технологическую трудоемкость;

■ трудоемкость обслуживания производства;

■ производственную;

■ трудоемкость управления производством;

■ полную трудоемкость.

Полная трудоемкость единицы продукции определяется по формуле:

,

**2. Понятие и экономическая сущность основных средств, их классификация и структура.**

**Основные фонды (средства)** – совокупность вещей, сохраняющих свою натуральную форму и используемых организацией в хозяйственной деятельности в течение длительного периода (более 12 месяцев) и переносящих по частям свою стоимость на готовый продукт.

**Классификация основных фондов (ОФ):**

*а) В зависимости от вида деятельности предприятия* различают ОФ промышленности, сельского хозяйства, ОФ строительства и т.д.

б) *По функциональному назначению*:

1) производственные ОФ (ОПФ) – ОФ, непосредственно участвующие в производственном процессе или которые создают необходимые материальные условия для осуществления.

В свою очередь, ОПФ по своему *натурально-вещественному составу* учитываются по следую­щим группам: здания, сооружения, передаточные устройства, машины и оборудование, транспортные средства, инструмент, производственный инвентарь и принадлежности, хозяйственный инвентарь, рабочий и продуктивный скот (лошади, верблюды, волы и др.), многолетние насаждения, капитальные затраты по улучшению земель, прочие ОФ.

2) непроизводственные ОФ (ОФ здравоохранения, физической культуры, образования, культуры, искусства и др.).

в) *По степени воздействия на предмет труда:*

1) активные ОФ – непосредственно участвуют в производственном процессе (инструмент, машины и оборудование, транспортные средства);

2) пассивные ОФ – создают условия для осуществления производства (здания, сооружения, инвентарь).

г) В зависимости от *степени использования* бывают действующие ОФ, бездействующие ОФ, находящиеся в запасе ОФ.

д) *По принадлежности* различают собственные ОФ и заемные.

е) *По возрастному составу* ОФ группируются в зависимости от срока службы: до 5 лет, 5-10 лет, 10-15 лет, 15-20 лет, свыше 20 лет.

**Структура основных фондов** – соотношение стоимостей различных видов ОФ в их общей стоимости;

Различают физический и моральный износ ОФ.

**Физический износ** *–* это материальное изнашивание ОФ, постепенная потеря их первоначального качества и потребительской стоимости, физических, механических, хими­ческих и других свойств.

Обычно физический износ оценивается по формуле:

, (1)

где Тф и Тн  – соответственно фактический и нормативный срок службы ОФ, лет.

Под **моральным износом**ОФ понимается уменьшение их стоимости до окончания срока службы или появление новых, более производительных средств труда.

**Амортизация** – возмещение износа ОФ путем включения части их стоимости в затраты на выпуск продукции. Денежным выражением размера амортизации являются *амортизационные отчисления*, которые включаются в себестоимость готовой продукции и в совокупности формируют амортизационный фонд.

**Показатели эффективности использования основных фондов:**

1. Фондоотдача*:*

,

где V – объем выпущенной продукции, р.;

ОПФс.г. – среднегодовая стоимость основных производственных фондов, р.

1. Фондоемкость (р.) – показатель, обратный фондоотдаче:



3) Рентабельность *ОПФ* (%)*:*

,

где П – прибыль организации, р.

1. Фондоворуженность (р./чел.):

,

где ЧРср – среднесписочная численность рабочих, чел.

**3. Оборотные средства фирмы: понятие, состав и назначение.**

**Оборотные средства (ОбС)** – это совокупность денежных средств, авансируемая для создания оборотных производственных фондов и фондов обращения, обеспечивающих непрерывный кругооборот денежных средств, и возвращающаяся в исходную форму после завершения каждого оборота. Они обеспечивают весь цикл производства и реализации продукции от заготовки материалов до реализации готовых изделий.

По материально-вещественному признаку в состав ОбС включаются оборотные производственные фонды и фонды обращения.

*Оборотные производственные фонды* – это та часть средств производства, которая целиком потребляется в каждом его цикле, меняет свою натурально-вещественную форму, полностью переносит свою стоимость на готовый продукт и целиком возмещается после каждого производственного цикла.

Оборотные производственные фонды предприятий состоят из трех частей:

*Производственные запасы* – это предметы труда, подготовленные для запуска в производственный процесс; состоят они из сырья, основных и вспомогательных материалов, топлива, горючего, покупных полуфабрикатов и комплектующих изделий, тары и тарных материалов, запасных частей для текущего ремонта основных фондов.

*Незавершенное производство и полуфабрикаты собственного изготовления* – это предметы труда, вступившие в производственный процесс: материалы, детали, узлы и изделия, находящиеся в процессе обработки или сборки, а также полуфабрикаты собственного изготовления, не законченные полностью производством в одних цехах предприятия и подлежащие дальнейшей обработке в других цехах того же предприятия.

*Расходы будущих периодов* – это невещественные элементы оборотных фондов, включающие затраты на подготовку и освоение новой продукции, которые производятся в данном периоде (квартал, год), но относятся на продукцию будущего периода.

*Фонды обращения* – часть оборотных средств, которая состоит из остатков готовой продукции на складе предприятий, товаров отгруженных, но не оплаченных покупателями, остатков денежных средств предприятий на расчетном счете в банке, кассе, в расчетах и дебиторской задолженности, а также вложения в краткосрочные ценные бумаги, прочие оборотные активы.

Оборотные средства функционируют одновременно в сфере производства и в сфере обращения**. Схема круго­оборота** оборотных средств предприятия представлена на рисунке 1.

**Денежная стадия**(приобретение предметов труда) кругооборота ОбС протекает в сфере обращения, где происходит превращение авансируемых денежных средств в товарную форму в виде производственных запасов, т.е. предметов труда: материалы, сырье, топливо и др.

**Производительная стадия**(производство продукции) кругооборотаОбС совер­шается непосредственно в процессе производства. Она состоит в передаче в производство производственных запасов, в соеди­нении средств труда и живого труда, в создании готовой про­дукции.

**Товарная стадия**(реализация готовой продукции) кругооборота ОбС состоит в реали­зации товара на рынке и получении денежных средств. Денежная форма, которую принимают ОбС на завершающей стадии кругооборо­та, является одновременно и начальной стадией нового круго­оборота ОбС.



**Рисунок 1 - Схема кругооборота оборотных средств предприятия**

ОбС предприятия в каждый момент одно­временно пребывают во всех стадиях кругооборота, что обеспе­чивает непрерывный процесс производства. **Период оборота оборотных средств** – время, за которое ОбС совершают полный кругооборот*.*

Степень эффективности использования ОбС характеризуются следующими основными **показателями**:

– коэффициент оборачиваемости ОбС (Коб);

– коэффициент загрузки ОбС (Зоб);

– коэффициент эффективности ОбС (Кэфоб);

– длительность одного оборота ОбС (Доб).

**Коэффициент оборачиваемости** ОбС (число оборотов) определяется по формуле:

отношением суммы, вырученной от реализации продукции (*Вр*) на сумму средних остатков оборотных средств (*Соб*):

,

где Вр – выручка от реализации продукции, р.;

ОбСср – сумма средних остатков оборотных средств, р.

**Коэффициент загрузки** ОбСявляется величиной обратно пропорциональной величине коэффициента оборачиваемости:

.

**Коэффициент эффективности** ОбС определяется по формуле:

,

где П – прибыль предприятия, р.

**Длительность одного оборота** оборотных средств (*Д*) определяется по формуле:

,

где Дп – длительность периода, за который определяется степень использования оборотных средств, дней.

**4. Понятие и классификация материальных средств фирмы.**

**Материальные ресурсы** *–* это потребляемые в процессе про­изводства предметы труда, которые однократно участвуют впроцессе производства и переносят свою стоимость на стои­мость производимой продукции.

Все материальные ресурсы, используемые в производстве в качестве предметов труда, условно подразделяются на сырье, материалы и топливо.

Под **сырьем**понимают всякий пред­мет труда, на добычу и производство которого затрачен труд.

Сырьевые ресурсы классифицируются по характеру участия в изготовлении продук­ции на *основные и вспомогательные*; по характеру и размерам затрат труда *–* на *первичные и вторичные*; по критерию происхождения *–* на *про­мышленные и сельскохозяйственные*; по характеру образования *–* на *мине­ральные, органические и химические*.

**Материалы** – это предметы труда, прошед­шие одну или несколько стадий предварительной обработки и предназначенные для дальнейшей переработки в процессе из­готовления готовой продукции. К материалам относится про­дукция обрабатывающей промышленности (черные и цветные металлы, цемент).

Различают *основные* материалы (в натуральной форме входят в состав готового продукта, составляя его материальную основу) и *вспомогательные* (в состав готовой продук­ции не входят, но способствуют ее формированию).

Другие виды классификации материалов аналогичны клас­сификации сырьевых ресурсов.

**Топливо и электроэнергия**на технологические нужды являются материальными ре­сурсами особого рода. Различают *потенциальные* (объем запасов всех видов топ­лива и энергии, которыми располагает регион) и *реальные* топливно-энергети­ческие ресурсы (совокупность всех видов энергии, ис­пользуемых в экономике страны, на предприятии). Топливно-энергетические ресурсы также классифицируют­ся на *природные* (уголь, сланец, торф, газ, дрова; природная механическая энергия воды, ветра, атомная энер­гия); *продукты переработки топлива* (кокс, брикеты, нефтепродукты, искусственные газы, обогащенный уголь); *вторичные энергетические ресурсы,* получае­мые в основном технологическом процессе (топливные отхо­ды, горючие и газы, отработанный газ, физическое тепло продуктов производства).

К *обобщающим показателям* относятся материалоемкость производства продукции, материалоотдача, показатели абсолютного и относительного изменения объема материальных за­трат (коэффициенты соотношений темпов роста производства и материальных затрат, удельный вес материальных затрат в се­бестоимости продукции), показатель рентабельности материальных затрат, показатели структуры потреб­ления материальных ресурсов. Рассмотрим некоторые из этих показателей более подробно.

**Материалоемкость продукции** (*Ме*) характери­зует уровень эффективности использования материальных ре­сурсов по критерию «минимум» и рассчитывается по формуле:

 ,

где *МЗ* *–* совокупность всех материальных затрат предприятия на производство продукции, руб.;

*V* *–* объем выпуска продукции в отпускных ценах предприятия, руб.

**Материалоотдача продукции** *-* это прямой показатель ин­тенсивности использования материальных ресурсов; он рассчи­тывается как отношение объема произведенной продукции к величине всех материальных затрат:

 .

Эффективность использования материальных ресурсов от­ражает обобщающий показатель прибыли (П) на рубль материаль­ных затрат, то есть рентабельности материальных затрат (*Рмз*), который определяется по формуле:

.

Частные показатели использова­ния материальных ресурсов различаются в зависимости от отраслевой специфики. В черной, цветной металлургии используются коэффициенты извлечения продукта из исходного сырья. В легкой, пищевой промышленности, в деревообработке ис­пользуется показатель выхода продукции из исходного сырья.

В отраслях обрабатывающей промышленности, связанных с механической обработкой предметов труда (например, в маши­ностроении и металлообработке), применяются **коэффициенты использования конкретного материала** (*Кисп*, %). Они рассчиты­ваются по формуле:

.

Среди частных показателей использования материальных ресурсов в отдельную группу выделяют та­кие показатели, как сырьеемкость, металлоемкость, топливоемкость и энергоемкость продукции, которые соот­ветственно можно определить по формулам:

,

,

,

,

где «сырье», «металл», «топливо», «энергия» – стоимость затрат сырья, металла, топлива и энергии на производ­ство продукции предприятия, р;

*V* – объем произведенной продукции, р.

**Тема 6. Анализ издержек. Динамика издержек и стратегия управления**

1. Понятие издержек предприятия и их формирование.

2. Классификация издержек предприятия.

3.Динамика издержек и стратегия управления.

**1. Понятие издержек предприятия и их формирование.**

Впроцессе производства и реализации продукции на пред­приятии используются материальные, трудовые, нематериаль­ные (интеллектуальные и информационные) и финансовые ресурсы. Денежная оценка стоимости всех ресурсов, использо­ванных в процессе производства и реализации продукции за период времени, определяет понятие «затраты» (расходы, издержки). Затраты ха­рактеризуются: а) денежной оценкой ресурсов, обеспечивая принцип измерения различных их видов; б) целевой установ­кой (затраты связаны с производством и реализацией продук­ции в целом или с какой-то из стадий этого процесса); в) опре­деленным периодом времени, т.е. должны быть отнесены на продукцию за данный период времени.

**Себестоимость продукции (работ, услуг)** *—* это стоимостная оценка потребленных в процессе производства и реализации продукции экономических ресурсов и других затрат, например в форме налогов, сборов и обязательных отчислений, осуще­ствляемых в соответствии с действующим законодательством.

Экономическое назначение себестоимости — возместить предприятию затраты на производство и реализацию продук­ции и обеспечить простое воспроизводство материальных и не­материальных ресурсов, основных средств и рабочей силы.

**Рассмотрим формирование себестоимости изделия (заказа) в порядке следования статей калькуляции.**

1. Сырье и материалы.

2. Покупные и комплектующие изделия, полуфабрикаты.

3. Возвратные отходы. Стоимость возвратных отходов исключает­ся из стоимости затрат на сырье и материалы, включаемых в себестоимость продукции.

4. Услуги сторонних организаций.

5. Топливо и энергия на технологические цели.

6. Основная заработная плата производствен­ных рабочих.

7. Дополнительная заработная плата производ­ственных рабочих. Вданной статье планируются и учитываются выплаты, предусмотренные зако­нодательством о труде и положениями по оплате труда, принятыми на предприятии, за неотрабо­танное на производстве (неявочное) время.

8. Начисления на оплату труда включают:

– отчисления в фонд социальной защиты населения Министерства труда и социальной защиты населения РБ (34 %);

– страховой взнос по обязательному страхованию от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний (0,6 %).

9. Расходы на подготовку и освоение производства включают:

– расходы на освоение новых предприятий, производственных цехов и агрегатов (пусковые расходы – затраты на проверку готовности новых предприятий, производств, цехов и агрегатов к вводу их в эксплуатацию путем комплексного опробования под нагрузкой всех машин);

– расходы по подготовке и освоению выпуска продукции, не предназначенной для серийного или массового производства.

10. Амортизация инструментов и приспособлений целевого назначения (моделей, штампов, пресс-форм и т.д.).

11. Общепроизводственные расходы включают:

– расходы по содержанию и эксплуатации оборудования (затраты на содержание, обслуживание и ремонт основных средств, используемых непосредственно в производственном процессе, затраты на внутризаводское перемещение грузов, амортизацию используемых основных средств);

– расходы, связанные с организацией, обслуживанием и управлением производства.

К общепроизводственным расходам относят расходы по оплате труда работников, занятых обслуживанием и управлением производствами, цехами, мастерскими и другими подобными структурными подразделениями в основных и вспомогательных производствах.

12. Общехозяйственные расходы. В данную статью включаются:

- затраты, связанные с обслуживанием, ор­ганизацией производства и управлением пред­приятием в целом;

- амортизационные отчисления от стоимости нематериальных активов предприятия.

13. Прочие производственные расходы. Это затраты, не предусмотрен­ные в предыдущих калькуляционных статьях: по предпродажной подготовке и гарантийно­му обслуживанию сложной техники; гарантий­ному ремонту и гарантийному обслуживанию изделий, на которые установлен гарантийный срок службы в части оплаты услуг сторонних организаций.

14. Расходы на реализацию товаров, работ, услуг включают затраты на тару и упаковку, хранение, транспортировку продукции, расходы, связанные с маркетинговым исследованием рынка, участием в аук­ционах, выставках, ярмарках и выставках-продажах, расходы на рекламу производимой и реализу­емой продукции.

**Структура себестоимости** *-* это процентное соотношение отдельных элементов затрат. Структура себестоимости бывает не только отраслевой, но и отдельных предприятий. Это объяс­няется влиянием на структуру себестоимости многочисленных факторов, важнейшие из которых особенность производимой продукции, специфика потребляемого сырья, особенность тех­нологических процессов.

В зависимости от структуры себестоимости производимой продукции различают трудоемкие, материалоемкие, энерго- и топливоемкие, фондоемкие предприятия и отрасли со смешан­ной структурой себестоимости.

*Трудоемкие -* отрасли, в структуре себестоимости которых наибольший удельный вес занимают затраты на заработную плату (преимущественно добывающая промышленность). *Материалоемкие -* отрасли, в структуре себестоимости кото­рых наибольший удельный вес занимают материальные затраты (легкая, пищевая, промышленность строительных материалов). *Энерго- и топливоемкие —* отрасли, в структуре себестоимос­ти которых значительный удельный вес занимают расходы на энергию и топливо (тепло- и электроэнергетика, металлургия, производство химических материалов). *Фондоемкие —* отрасли с большим удельным весом амортиза­ционных отчислений в общих затратах (нефтедобывающая промышленность, производство гидроэнергии). *Отрасли со смешанной структурой себестоимости* — отрасли со значительным удельным весом в себестоимости материаль­ных затрат и заработной платы (большинство отраслей маши­ностроительного комплекса — электротехническая, приборо­строение, автотракторное машиностроение и др.). Изучение структуры себестоимости продукции позволяет выявить важнейшие источники и факторы ее снижения на кон­кретных предприятиях.

**2. Классификация издержек предприятия.**

Все многообразие видов затрат на производство и реализа­цию продукции в целях планирования, учета, анализа и форми­рования себестоимости продукции классифицируют по ряду наиболее важных признаков.

1. *По источникам покрытия все расходы предприятия мож­но подразделить на:*

а) на включаемые в себестоимость продукции;

б) относимые на финансовые результаты (убытки от списа­ния дебиторской задолженности, по которым истек срок иско­вой давности, и других долгов, не реальных для взыскания; убытки от хищений, виновники которых по решению суда не установлены и т.д.);

в) осуществляемые за счет чистой прибыли, остающейся в  
распоряжении предприятия после налогообложения (затраты  
на содержание культурно-бытовых объектов, выплаты доходов по ценным бумагам предприятия, образование различных фон­дов и т.п.).

1. По *элементам затрат на производство* затраты классифи­цируют на:

а) материальные затраты;

б) расходы на оплату труда;

в) обязательные взносы по установленным законодательством нормам в государственный внебюджетный Фонд социальной защиты населения Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь по всем видам оплаты труда работников, занятых в производстве соответствующих продукции, товаров, работ, услуг, независимо от источников выплат;

г) амортизационные отчисления по основным средствам и нематериальным активам;

д) прочие затраты.

Себестоимость продукции, рассчитанная по экономическим элементам затрат, дает возможность:

1. Определить общий объем ресурсов, затраченных на выполнение плана производства и реализации продукции, независимо от того, на какой конкретный вид продукции или работы они были использованы и в какой степени готовности продукция находится;
2. Выявить структуру затрат на производство в целом – материалоемкое, фондоемкое, трудоемкое, энергоемкое производство, а отсюда мероприятия по снижению себестоимости продукции;
3. Установить потребность предприятия в материальных, трудовых, финансовых ресурсах;
4. Увязать план себестоимости с планами материально-технического снабжения, по труду и финансам.

3. По *связи с результатами производства*:

* предпроизводственные затраты, осуществляемые до начала производства основной продукции и связанные с его подготовкой и освоением (затраты на наладку оборудования новых цехов, затраты на пробный выпуск предусмотренной проектом продукции);
* производственные затраты:

1. непосредственно связанные с выполнением операций технологического процесса (стоимость материальных ресурсов на производство продуктов труда, оплата труда основных производственных рабочих с относящимися к ней отчислениями на социальные нужды и другое);
2. на обслуживание и эксплуатацию производственного оборудования и машин (оплата труда рабочих, занятых обслуживанием производственного оборудования, с относящимися к ней отчислениями на социальные нужды, стоимость материальных ресурсов, израсходованных на работу машин и оборудования и другое);
3. связанные с управлением производством (оплата труда руководителей и специалистов цехов с относящимися к ней отчислениями на социальные нужды, затраты на охрану труда и обеспечение техники безопасности в цехе и другое).

* управленческие затраты:

1 общие и административные затраты (оплата труда руководителей, специалистов и служащих заводоуправления с относящимися к ней отчислениями на социальные нужды, затраты материальных ресурсов, израсходованных на общехозяйственные нужды, затраты на командировки рабочих, руководителей, специалистов и служащих заводов управления и другое);

2 затраты на продажу, связанные со сбытом продукции (затраты на упаковку продукции, оплату погрузо-разгрузочных работ, тару, транспортировку продукции, рекламу и другое).

4. По *методике отнесения затрат на себестоимость конкретного вида продукции* затраты подразделяются на прямые и кос­венные.

*Прямые* — затраты, которые связаны с производством и относятся на себестои­мость продукции конкретного вида по нормам расхода (пря­мо). Такими затратами являются материальные затраты, зара­ботная плата по сдельным расценкам и др.

*Косвенные —* затраты, которые связаны с производством нескольких видов продукции и явля­ются общими затратами, распределяются по объектам калькуляции пропорционально соответствующей базе. Такими затратами являются аморти­зационные отчисления, арендная плата, общехозяйственные и общепроизводственные расходы, лизинговая плата, платежи за кредит.

5. В зависимости *от изменения величины затрат и изменения объема производства* различают*:*

*– Условно-постоянные —* это такие затраты, величина которых в краткосрочном периоде не изменяется с изменением объ­емов производства. К ним относятся «Общепроизводственные расходы» и «Общехозяйственные расходы».

*– Условно-переменные —* затраты, которые изменяются в соответствии с динамикой объема производства (затраты на сырье и матери­алы, покупные полуфабрикаты и комплектующие изделия; топливо и энергия на технологические цели; затраты на заработ­ную плату производственных рабочих; затраты по содержанию и эксплуатации машин и оборудования (кроме амортизацион­ных отчислений)).

Сумма постоянных и переменных затрат представляет собой *общие затраты* предприятия, величина которых соотносится с функционированием всего предприятия как единого целого.

**3.Динамика издержек и стратегия управления.**

Любое предприятие имеет различные издержки, которые влияют на себестоимость продукции и ее конечную стоимость. На сегодняшний день рынок перенасыщен различными товарами и услугами, в таких условиях, чтобы конкурировать на рынке необходимо обладать конкурентными преимуществами, то есть быть самыми качественными, самыми быстрыми, самыми дешевыми, самыми красивыми, самыми удобными, полезными и т.д. Обычно такие показатели у конкурентов достаточно на высоком уровне, поэтому для дальнейшего повышения конкурентоспособности и повышения прибыли остается «играть» затратами. **Стратегическое управление затратами** становится одним из важных направлений повышения конкурентоспособности предприятия.

**Основные принципы управления затратами:**

* системный подход к управлению затратами;
* единство методов, практикуемых на уразных уровнях управления затратами;
* управление затратами на всех стадиях жизненного цикла изделия – от создания до утилизации;
* органическое сочетание снижения затрат с высоким качеством продукции;
* недопущение излишних затрат;
* широкое внедрение эффективных методов снижения затрат;
* совершенствование информационного обеспечения об уровне затрат;
* повышение заинтересованности производственных подразделений предприятия в снижении затрат.

Соблюдение всех принципов управления затратами создает базу экономической конкурентоспособности предприятия, завоевания им передовых позиций на рынке.

Нередко при управлении издержками предприятие стремится минимизировать их любым способом, даже отказываясь от увеличе­ния расходов на рекламу, расходов, связанных с повышением ква­лификации работников, и т.д. Результатом такой позиции является сужение возможностей для расширения доли предприятия на рынке и, как следствие, замедление темпов реализации продукции. Учиты­вая полученные результаты исследования возможностей оптимиза­ции издержек производства и реализации продукции, рекомендует­ся для производственных предприятий определять рациональную величину издержек, при который допускается увеличение дополни­тельных затрат для привлечения новых покупателей, поставщиков, создания привлекательного имиджа предприятия.

**Уменьшение и рост издержек возникают в следующих си­туациях:**

1. Когда предприятие повышает использование своих производ­ственных мощностей от 0 до 100 %, то первоначальная постоянная стоимость остается неизменной. Но по мере расширения мощно­стей постоянные издержки распределяются уже на большее количе­ство продукции, так что доля этих издержек в расчете на единицу продукции непрерывно уменьшается вплоть до приближения к пределу производственных мощностей. При этом наблюдается снижение издержек производства по мере растущей загрузки производственных мощностей. И напротив, при снижении коэффициента использования мощностей постоянные издержки распространяются уже на уменьшающееся количество выпускаемой продукции, ведет к росту затрат на единицу продукции, а следовательно и к прогрессивному росту издержек.
2. Действие закона массового производства. В промышленном производстве регрессивное снижение издержек используют таким образом, что стремятся полностью загрузить производственные мощности с целью увеличения объема выпускаемой продукции с наименьшими удельными затратами.

Мировой и передовой опыт показывает, что для коренного повышения эффективности управления издержками производства необходима его многоуровневая организация, то есть осуществление во всех структурных звеньях управления производством – от рабочих мест до предприятия в целом.

В условиях свободной конкуренции цена продукции, произведенной предприятиями (фирмами), выравнивается автоматически. На нее воздействуют законы рыночного ценообразования. В то же время каждый предприниматель стремится к получению максимально возможной прибыли. И здесь помимо факторов увеличения объема производства продукции, продвижения ее на незаполненные рынки возникает проблема снижения затрат на производство и реализацию этой продукции, снижения издержек производства. В традиционном представлении к важнейшим путям снижения затрат относится экономия всех видов ресурсов, потребляемых в производстве: трудовых и материальных.

Так, значительную долю в структуре издержек производств занимает оплата труда, поэтому актуальна задача снижения трудоемкости выпускаемой продукции, роста производительности труда, сокращения численности административно-обслуживающего персонала.

Снижения трудоемкости продукции, роста производительности труда можно достичь различными способами. Наиболее эффективны из них механизация и автоматизация производства, разработка и применение прогрессивных, высокопроизводительных технологий, замена и модернизация устаревшего оборудования. Однако одни мероприятия по совершенствованию применяемой техники и технологии не дадут должной отдачи без улучшения организации производства и труда. Нередко предприятия приобретают или берут в аренду дорогостоящее оборудование, не подготовившись к его использованию. В результате коэффициент использования такого оборудования очень низок, затраченные на приобретение средства не приносят ожидаемого результата.

Важное значение для повышения производительности труда имеет надлежащая его организация: подготовка рабочего места, полная его загрузка, применение передовых методов и приемов труда и др.

Материальные ресурсы занимают до 3/5 в структуре затрат на производство продукции. Поэтому понятно значение экономии этих ресурсов, их рационального использования. На первый план здесь выходит применение ресурсосберегающих технологических процессов. Немаловажно и повышение требовательности и повсеместное применение входного контроля за качеством поступающих от поставщиков сырья и материалов, комплектующих изделий и полуфабрикатов.

Сокращения расходов по амортизации основных производственных фондов можно достичь путем лучшего использования этих фондов, их максимальной загрузки.

На зарубежных предприятиях рассматриваются также такие факторы снижения затрат на производство продукции, как определение и соблюдение оптимального объема партии закупаемых мате­риалов, оптимальной серии запускаемой в производство продукции, решение производить самим или закупать у других производителей и цельные компоненты или комплектующие изделий. Известно, что, чем больше партия закупаемого сырья, материалов, тем больше среднегодовой запас и больше издержки, связан­ные со складированием этого сырья, материалов (арендная плата за складские помещения, потери при длительном хранении, потери, связанные с инфляцией, и др.). Вместе с тем приобретение сырья и материалов крупными партиями имеет свои преимущества. Снижаются расходы, связанные с размещением заказа на приобретаемые товары, с приемкой этих товаров, контролем за прохождением счетов и др. Таким образом, возникает задача оптимального объема закупки сырья и материалов.

**Тема 7. прибыль: концепции, измерение, планирование и управление**

1. Концепции и теории прибыли организации.

2. Формирование и распределение прибыли организации.

3.Анализ безубыточности и его применение в планировании прибыли.

**1. Концепции и теории прибыли организации.**

На практике особый интерес для любого предприятия пред­ставляет:

■ *степень компенсации* текущих затрат за счет получаемого дохода;

■ *степень прибыльности* производственной и коммерче­ской деятельности;

■ *наличие финансового источника* для дальнейшего эконо­мического и социального развития предприятия.

Таким образом, в эпицентре экономического интереса предприятия оказывается **прибыль** *–* из­быток общего (совокупного) денежного дохода (профицит) над совокупными затратами на производство и реализацию продукции, т.е. над себестоимостью.

**Теории прибыли делятся на три основные группы:**

*1. Компенсационные, или функциональные, теории.*

Теории этой группы основаны на представлении о том, что экономическая прибыль представляет собой вознаграждение предпринимателю за его работу по координации и управлению производством. Именно предприниматель организует факторы производства в логической последовательности, планирует их эффективное сочетание и вырабатывает политику управления производством. Следовательно, прибыли являются компенсацией за успешное выполнение этих функций.

*2. Фрикционные и монополистические теории.*

В отличие от функциональных теорий фрикционные теории прибыли утверждают, что прибыли не связаны с выполнением какой-либо конкретной функции. Они скорее являются результатом неожиданного изменения цен или потребности в товаре, который принесет его владельцу сверхприбыль. Например, Олимпийские игры в Сеуле (Южная Корея, 1988) принесли сверхприбыли отелям, ресторанам и даже домовладельцам, в чьих домах были свободные комнаты, которые можно было сдать внаем. Когда игры закончились, прибыли, конечно, вновь стали нормальными.

Монополистические теории прибыли являются продолжением фрикционных теорий. Они основаны на том, что некоторые фирмы способны занять в бизнесе монопольные позиции, которые позволяют им в течение длительного времени получать сверхприбыли.

Владение патентом, авторским правом на компьютерный программный продукт, привилегией или очень удачным делом может дать фирме эффективную монополию на достаточно длительное время. Другими факторами, которые могут создать монополию, являются масштаб производства и необходимость высоких капитальных вложений, что предохраняет действующие на данном рынке фирмы от вторжения конкурентов, а также технологические достижения, контроль над рынком или доминирование на нем, протекционизм и управление любым ресурсом, спрос на который превышает предложение.

*3. Научно-технические и инновационные теории.*

Научно-технические и инновационные теории основываются на том, что новая технология способствует появлению изобретений, а изобретения, адаптированные для бизнеса, являются инновациями. Конечно, многие изобретения не становятся инновациями. Но те из них, которые становятся ими, будучи динамическими элементами, нарушают равновесие системы, ранее являвшейся статической.

До тех пор, пока существует конкуренция, успешная инновация может принести инновационной фирме сверхприбыль. Для одних инноваций это может длиться долго, для других - непродолжительный период. Например, «McDonalds», «Kentucky Fried Chicken» и «Xerox» достаточно долго оставались практическими монополистами на соответствующих рынках. Однако на рынке персональных компьютеров инновация перестает быть таковой практически в тот момент, когда о ней объявляется.

С точки зрения бизнеса инновация может относиться к любому виду деятельности. Например, инновацией будет обнаружение новых рынков, дифференциация продукции (за счет чего достигается более полное удовлетворение запросов покупателей) и предложение новых изделий.

**2. Формирование и распределение прибыли организации.**

**Виды прибыли согласно отчету о прибылях и убытках:**

*Валовая прибыль –* разница между выручкой от реализации продукции, товаров, работ, услуг и себестоимостью реализованной продукции, товаров, работ, услуг.

*Прибыль (убыток) от реализации* продукции, товаров, работ, услуг определяется как разница между валовой прибылью, управленческими расходами и расходами на реализацию.

*Прибыль (убыток) от инвестиционной, финансовой и иных видов деятельности* определяется как положительная (отрицательная) разница между доходами от инвестиционной и финансовой деятельности и расходами по таким же позициям (см. отчет о прибылях и убытках).

*Прибыль (убыток) до налогообложения* – это сумма прибыли (убытка) от реализации продукции, товаров, работ, услуг и прибыли (убытка) от инвестиционной, финансовой и иных видов деятельности.

*Льготируемая прибыль**–* та сумма прибыли, полученной предприятием, которая освобождена от уплаты налога на прибыль.

*Чистая прибыль* – прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия после уплаты налога на прибыль.

**Прибыль организации распределяется между государством и предприятием в следующем порядке:**

1. Определяется общая сумма прибыли до налогообложения.

2. Определяется льготируемая прибыль.

3. Определяется налогооблагаемая прибыль как разница между общей суммой до налогообложения и льготируемой прибылью (п.1 – п.2).

4. Определяется ставка налога на прибыль (обычная ставка налога на прибыль 18 %).

5. Рассчитывается налог на прибыль (п. 3 \* п. 4 / 100).

6. Рассчитывается прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия (чистая прибыль) (п. 1 – п. 5).

Определение направлений расходования прибыли, остающейся в распоряжении организации, следует производить на основании порядка, закрепленного в уставных документах, решениях собственников, в учетной политике организаций. Как правило, решение о распределении прибыли принимают на собраниях учредителей (акционеров).

Руководствуясь учредительными документами и учетной политикой, организации могут принять решение о создании резервного фонда на покрытие убытков за счет чистой прибыли в случае приостановки деятельности, ухудшения условий хозяйствования и в других случаях. **Прибыль может быть направлена на выплату дивидендов (доходов от участия в организациях) и на увеличение уставного фонда. Чистая прибыль может быть направлена на покрытие убытков прошлых лет, а также использоваться для выдачи ссуд и займов персоналу.**

**3.Анализ безубыточности и его применение в планировании прибыли.**

Понятие «планирование прибыли» относится к оперативным решениям, связанным с технологией производства, объемом производства и ценообразованием. Какую бы прибыль ни желала получить фирма, при планировании прибыли ей необходимо учитывать ожидаемую потребность в продукции, которую производит фирма, ее способность произвести требуемое количество изделий, а также все затраты.

При рациональном планировании прибыли необходимо сформулировать цели и пути их достижения. В плане должны также быть указаны сроки выполнения всех действий, необходимых для его реализации. Управление прибылью не только жизненно необходимо для руководства краткосрочными операциями, но существенно и для оптимизации инвестиций и принятия финансовых решений, рассчитанных на длительный срок. Это поможет правильно распределить ограниченные ресурсы для обеспечения наибольшей эффективности деятельности.

**Основными подходами к планированию прибыли являются:**

1. бюджет прибыли;
2. анализ безубыточности.

**Бюджет прибыли** составляется на основе формального отчета об ожидаемых доходах, который формулируется на основе самого последнего отчета о доходах фирмы с соответствующими поправками на ожидаемые изменения цен, затраты и возможный спрос на период, для которого составляется бюджет прибыли.

Плановый аспект бюджета прибыли позволяет администраторам всех уровней указать имеющуюся потребность в рабочей силе, материалах, оборудовании и финансовых источниках и осуществить на основе этих данных планирование. Бюджет прибыли используется для координации и контроля за деятельностью фирмы, а также для планирования. Следовательно, бюджет прибыли должен быть гибким и предусматривать периодический пересмотр и внесение изменений.

Координационный аспект бюджета прибыли является побочным эффектом подготовки и периодической ревизии бюджета. Администратор, который составляет бюджет прибыли для одного вида деятельности, не сможет выполнить эту задачу без постоянных консультаций и получения данных от управляющих, которые руководят смежными участками. Сам процесс составления бюджета вынуждает координировать деятельность отдельных служб фирмы.

В отличие от координационного аспекта, контроль не является автоматическим следствием составления бюджета прибыли. Тем не менее, если бюджет используется правильно, то он позволяет управляющим осуществлять систематический контроль за результатами текущей деятельности и устанавливать их соответствие сделанным ранее прогнозам. При наличии больших расхождений между ожидаемыми и полученными результатами можно провести анализ причин такого расхождения с целью увеличения прибыли.

**Анализ безубыточности** представляет собой метод планирования прибыли, основанный на том, что и доход, и затраты являются функцией объема производства, поэтому и прибыль есть функция объема производства. Этот метод имеет много вариантов и применений, однако лишь немногие из них существенны. Они освещаются здесь для того, чтобы пояснить основы метода и его роль в принятии управленческих решений.

В данном случае применяется следующий механизм ценообразования:

Сначала определяется безубыточный объем реализации (VРб):

,

где Зпост – условно-постоянные затраты на весь объем производства продукции, р.; Зпер – условно-переменные затраты на единицу продукции, р.;

Ц – цена единицы продукции, р.

Зная безубыточный объем производства, можно рассчитать критическую цену реализации продукции (Цб):

.

**Тема 9. Практика ценообразования и принятие решений фирмы**

1. Понятие, цели и факторы ценообразования организации.

2. Методы и подходы ценообразования.

3. Стратегии ценообразования и среда их применения.

**1. Понятие, цели и факторы ценообразования организации.**

**Цена товара** *—* это его денежная стоимость, которую готов заплатить покупатель за полезность товара, а производитель при этом готов продать этот товар исходя из издер­жек на его производство.

На микроуровне важнейшим регулятором производства выступают рыночные равновесные цены, которые определяются соответствием спроса и предложения. Если же это соотношение нарушается, то именно цены сигнализируют о возникающих в экономике диспропорциях. Когда, например, какая-либо продукция на рынке становится дефицитной, т.е. спрос превышает предложение, цены реагируют повышением и привлекают для производства дефицитной продукции свободный капитал, инвестиции. При перепроизводстве цены замораживаются, а иногда и снижаются, что приводит к снижению производства и увеличению потребления ресурсов на единицу продукции. Таким образом, в условиях рыночного ценообразования экономика все время должна структурно совершенствоваться, подстраиваясь в пределах имеющихся ресурсов под потребности общества, населения, что и обеспечивает ее прогрессивное развитие.

Сущность цены проявляется в следующих **функциях:**

* *функция сбалансированности спроса и предложения* – цена выступает инструментом регулирования экономических интересов предприятия, их собственников, наемных работников и государства, а также экономических процессов, которые уравновешивают спрос и предложение;
* *измерительная* — позволяет определить количество денег, которые продавец должен получить за товар, а покупатель уплатить;
* *учетно-информационная* — отражает общественно необходимые затраты на производство и реализацию продукции, а также уровень прибыли, оценивает затраты и результаты производства, доводит до всех участников рынка сведения о складывающейся конъюнктуре рынка по конкретному товару;
* *стимулирующая* — цена выступает экономическим инструментом мотивации развития производства, роста прибыли и потребления продукции. Эта функция предопределяет эффективность производства и его конкурентоспособность;
* *распределительная* — обеспечивает распределение ограниченных ресурсов между альтернативными производствами в соответствии со стоимостью ресурсов и ценами на готовую продукцию. Цены являются основой перераспределения вновь созданной стоимости (чистого дохода) между различными отраслями и секторами национальной экономики, социальными группами, так как в составе цены предусматривается ряд нало­гов, поступающих в бюджет государства и региона для реше­ния социальных задач.

**Порядок формирования цен**

На *первой стадии товаропродвижения* модель формирования отпускных цен предприятия имеет вид:

Ц = С + П + КН,

где С — полная себестоимость единицы товара, р.;

П — прибыль, р.;

КН — косвенные налоги, включаемые в цену, р..

На *второй стадии товародвижения* оптовые цены (ОЦ) включают оптовые надбавки сбытовых организаций, т.е. отпускную цену предприятия с НДС (Цндс), оптовую надбавку сбытовых организаций (ОН) и НДС, уплачиваемого оптово-сбытовой организацией (НДС0ПТ\_С):

ОЦ = Цндс + ОН + НДСопт-с;

На *третьей стадии товародвижения* в состав розничной цены (РЦ) кроме оптовой цены сбытовой организации с НДС (ОЦ) включается торговая надбавка (ТН) розничной торговой организации (устанавливаемая в процентах к отпускной цене производителя без НДС) и налог на добавленную стои­мость розничной торговой организации (НДСрт):

РЦ = ОЦ + ТН + НДСрт.

*Внутренние факторы ценообразования* отражают деятельность самого предприятия в области издержек, технологии производства, конструктивности исполнения изделия, организации труда, производства, сбыта, сервиса. **Среди внутренних факторов можно выделить:**

а) особые свойства товара;

б) способ производства;

в) ориентацию предприятия на несколько рыночных сегментов, которая вызывает необходимость дифференциации цен в зависимости от категории покупателей;

г) жизненный цикл товара;

д) длительность цикла товародвижения;

е) организацию сервиса при продаже, наличие послепродажного обслуживания, высокий имидж предприятия (фирмы) на рынке, организованная реклама товара, которые позволяют устанавливать более высокие цены.

**Внешние, или макроэкономические, факторы ценообразования**учитывают изменения общеэкономических пропорций, сложившиеся условия в стране и за ее пределами, среди которых следует выделить:

а) политическую и экономическую среду в стране;

б) обеспеченность основными ресурсами и, прежде всего, топливно-энергетическими, импорт которых приводит к росту цен на продукцию;

в) политику государственного регулирования цен;

г) кредитно-денежную политику;

д) наличие и уровень конкуренции между производителями и между потребителями;

е) совершенство налогового законодательства и внешнеэкономической деятельности.

**2. Методы и подходы ценообразования.**

Применительно к сфере ценообразования выделяют следу­ющие **методы государственного регулирования***:*

* *экономическое регулирование (косвенное)*, которое яв­ляется основой ценового регулирования, так как в этом случае сохраняется экономическая обоснованность цен. Оно осуществ­ляется путем изменения цен товаров под влиянием спроса и предложения на рынке и условий производства. Регуляторами выступают налоги, условия кредита, размер денежной эмис­сии, валютная политика и т. п.;
* *административное (прямое) регулирование цен*, которое предполагает прямое изменение или установление уровня цен, порядок их определения, изменения и декларирова­ния посредством законодательных актов.

*Административное* регулирование цен в Республике Беларусь осуществляется путем установления фиксированных цен; предельных цен; предельных нормативов рентабельности, используемых для определения суммы прибыли, подлежащей включению в регулируемую цену; предельных торговых надбавок (скидок) к ценам и др.

Различают три основные группы **методов формирования цен**:

1. **К затратным методам ценообразования**относятся метод, основанный на определении полных издержек, метод учета рентабельности инвестиций, метод целевого ценообразования.

Главное преимущество данного метода — простота и удоб­ство. Его недостатки — не учитываются спрос на товар, конку­ренция на рынке; размер цены зависит от способа распределе­ния постоянных издержек по продуктам, при этом формирует­ся представление, что цена должна покрыть все затраты (даже в связи с нерадивым использованием ресурсов, даже из-за низ­кой организации производства и труда и т.д.). Такие цены не стимулируют рациональное использование ресурсов и дости­жение высоких конечных результатов.

2. **Рыночные методы определения цен** включают учет каче­ства товара, спроса и уровня конкуренции. Основополагающий фактор формирования цены — уровень спроса, покупательское восприятие товара. Данная группа методов включает метод ощущаемой ценности товара потребителем, метод текущей це­ны, метод состязательности, метод стимулирования сбыта.

*Метод ощущаемой ценности товара потребителем* со­стоит в том, что потребитель самостоятельно оценивает товар (услуги), его преимущества по сравнению с аналогичными то­варами на рынке, уровень и качество послепродажного обслу­живания товара товаропроизводителем, определяет соотноше­ние между оценкой полезности товара и его ценой и выбирает наиболее оптимальный товар с точки зрения его цены и каче­ства. Учитывается, что приобретение дорогостоящего товара может быть целесообразно, если цена компенсируется эконо­мией на эксплуатационных

3. **Нормативно-параметрические методы определения цен** на продукцию предполагают учет уровня ее потребительских свойств и затрат на единицу параметра.

Эта группа методов ис­пользуется для товаров, дополняющих или расширяющих су­ществующий параметрический ряд, т. е. на совокупность кон­структивно и (или) технологически однородных изделий, пред­назначенных для выполнения одних и тех же функций и отли­чающихся значениями основных технико-экономических параметров в соответствии с выполняемыми функциями. Нор­мативно-параметрические методы включают метод удельных показателей, метод корреляционно-регрессивного анализа, бал­ловый и агрегатный методы, метод экспертной оценки потре­бительской ценности товара и цены на него.

Эти методы игнорируют все другие потребительские свойства из­делия, не в полной мере учитывает спрос и предложение, а так­же альтернативные способы использования товара. Они обычно применяются для обосно­вания уровня цен на продукцию, имеющую несложную конструк­цию и характеризующуюся каким-либо одним параметром.

**3. Стратегии ценообразования и среда их применения.**

**Стратегия ценообразования** – это набор правил и практических методов, которых целесообразно придерживаться при установлении рыночных цен на конкретные виды продукции, выпускаемые предприятием

Выбор *стратегии* установления цены зависит от рыночной си­туации, в которой действует предприятие. Предприятие разрабаты­вает ценовую стратегию исходя из особенностей товара, ситуации на рынке, соотношения спроса и предложения. Выбор ценовой стратегии во многом зависит и от того, предлагает ли предприятие на рынке новый, модифицированный или традиционный товар.

Так, например, при поставке на рынок нового товара пред­приятие выбирает одну из следующих ценовых стратегий.

*Стратегия «снятия сливок» —* установление максимально высокой цены с начала появления нового товара в расчете на потребителя, готового купить товар по такой цене. Снижение цен происходит после первой волны спроса. Эта стратегия обеспечивает достаточно большой размер прибыли даже при относительно высоких издержках в первый период выпуска то­вара.

*Стратегия проникновения на рынок* заключается в том, что предприятие устанавливает на товар более низкую цену по сравнению с ценами на аналогичные товары конкурентов. Это дает ему возможность привлечь максимальное число покупате­лей и способствует завоеванию рынка. Однако такая стратегия используется только в случае, когда объемы производства дру­гих товаров позволяют возмещать потери прибыли на изделия, проникающие на рынок с низкой ценой. Реализация такой стратегии требует больших финансовых затрат, которые не мо­гут себе позволить мелкие и средние предприятия.

*Стратегия психологической цены* основана на установлении та­кой цены, которая учитывает психологию потребителей. Обычно цена определяется в размере чуть ниже круглой суммы, у покупа­теля создается впечатление очень точного определения цены и исключение обмана. *Стратегия следования за лидером* заключается в том, что це­на на товар устанавливается исходя из цены, предлагаемой главным конкурентом, доминирующим на рынке. *Стратегия скользящей цены* предполагает, что цена устанав­ливается в зависимости от соотношения спроса и предложе­ния, а потом постепенно снижается по мере снижения спроса. Такой подход к установлению цены применяется чаще всего для товаров массового спроса.

Выбрав определенную стратегию ценообразования, компания реализует ее с помощью тактических приемов.

**Тактика ценообразования** - это система конкретных практических мер по управлению ценами на товары и услуги фирмы.

Все тактические приемы ценообразования могут быть разделены на две группы, первая из которых предполагает реальное изменение цен (увеличение или снижение) для достижения поставленных целей, а вторая - воздействие на психологию покупателя без существенного изменения цен.

Для стимулирования спроса на продукцию организации могут предлагать следующие **виды скидок**:

1) *общая (простая) скидка —* с прей­скурантной цены товара;

2) *скидка за оборот (бонусная) —* посто­янным покупателям в зависимости от достигнутого оборота в течение года;

3) с*кидка за количество или серийность (прогрессивная) —* при условии покупки заранее определенного увеличивающегося количества товара;

4) *дилерская скидка —* постоянным предста­вителям или посредникам по сбыту;

5) *специальные скидки —* при­вилегированным покупателям на пробные партии и заказы, а также покупателям за длительность отношений с целью заинте­ресовать и удержать;

6) *экспортные скидки* — иностранным поку­пателям с целью реализации того или иного товара на внешнем рынке;

7) *скрытые скидки* — в виде скидок на фрахт, льготных или беспроцентных кредитов, путем оказания бесплатных услуг ипредоставления бесплатных образцов.

**1.3 Материалы для обеспечения самостоятельной учебной работы студентов**

**Тема 3. Выработка решений фирмы в условиях определенности, риска и неопределенности**

***Лекционное занятие***

1. Среды принятия решений фирмы.

2. Выработка решений в условиях определенности.

3. Выработка решений в условиях неопределенности и риска.

4. Методы снижения опасности неопределенности.

Составить конспект по теме в соответствии с указанным планом

**Рекомендуемая литература**

1. Управленческая экономика: учебник для вузов / Л.А. Суворова. – Киров: ФГБОУ ВПО «ВятГУ», 2014. – 204 с.
2. Управленческая экономика : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. А. Третьякова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 329 с.
3. Антипина, О.Н. Управленческая экономика: учебник / О.Н. Антипина, С.Ф. Карловская, Н.А. Миклашевская. – Вильнюс: Изд-во «Техника», 2015. – 192 с.

**Тема 4. Спрос, предложение и рыночное равновесие**

***Практическое занятие***

Необходимо выполнить следующие задания:

1) *Задания, формирующие компетенции на уровне воспроизведения*:

1 Дайте определения терминам: спрос, предложение, эластичность, рыночное равновесие.

2 Перечислите основные неценовые факторы, влияющие на величину спроса.

3 Перечислите основные неценовые факторы, влияющие на величину предложения.

*Форма выполнения заданий* – индивидуальная.

*Форма контроля выполнения заданий* – письменная.

2) *Задания, формирующие компетенции на уровне применение полученных знаний:*

1. Коэффициент эластичности спроса по цене равен 1,5. Объем спроса на начало периода составляет 200 тыс. ед., цена за единицу товара равна 50 руб. Определите, насколько изменится объем спроса и объем выручки фирмы, если: А) цена снизится на 5%; Б) цена возрастет на 12%. Определите тип эластичности спроса.

2. При цене продукта Р1 = 50 денежных единиц объем его предложения составил 100 единиц. При снижении цены до Р2 = 40 денежных единиц объем предложения сократился до 80 единиц. Рассчитайте коэффициент эластичности предложения.

*Форма выполнения заданий* – индивидуальная (задание 1-2).

*Форма контроля выполнения заданий* – групповое обсуждение – защита учебного задания (1-2 задание).

**Рекомендуемая литература**

1. Розанова, Н.М. Микроэкономика. Задачи и упражнения: учеб. пособие / Н. М. Розанова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 559 с.
2. Управленческая экономика : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / под общ. ред. Е.В. Пономаренко, В.А. Исаева. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – 216 с.Экономическая теория : учебник для вузов / Е.Н. Лобачева [и др.] ; под ред. Е.Н. Лобачевой. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 501 с.
3. Микроэкономика: учебник для вузов / Л.П. Кураков, М.В. Игнатьев, А.В. Тимирясова и др.; под общ. ред. А.Л. Куракова. – М.: Изд-во ИАЭП, 2017. – 353 с.

**Тема 8. Рыночная структура и анализ ценообразования**

***Лекционное занятие***

1. Определение цены и объема производства фирмы-совершенного конкурента.
2. Определение цены и объема производства фирмы-монополиста.

3. Определение цены и объема производства фирмы-олигополиста.

4. Характеристика эффективности различных рыночных структур.

Составить конспект по теме в соответствии с указанным планом

**Рекомендуемая литература**

1. Управленческая экономика: учебник для вузов / Л.А. Суворова. – Киров: ФГБОУ ВПО «ВятГУ», 2014. – 204 с.
2. Экономическая теория : учебник для вузов / Е.Н. Лобачева [и др.] ; под ред. Е.Н. Лобачевой. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 501 с.
3. Микроэкономика: учебник для вузов / Л.П. Кураков, М.В. Игнатьев, А.В. Тимирясова и др.; под общ. ред. А.Л. Куракова. – М.: Изд-во ИАЭП, 2017. – 353 с.
4. Чеканский, А.Н. Управленческая экономика. Практика применения / А.Н. Чеканский, С.Е. Варюхин, В.А. Коцоева. – М.: Дело РАНХиГС, 2011. – 172 с.
5. **Практический раздел**

**2.1 Перечень практических занятий**

1. Введение в дисциплину «Экономика управления»

1.1 Экономика управления как самостоятельная область знаний.

1.2 Экономическая теория и управленческая экономика.

1.3 Аналитические средства управленческой экономики.

1. Фирма и альтернативные модели ее поведения

2.1 Роль фирмы в обществе и понятие альтернативных моделей ее поведения. Классификация предприятий

2.2 Модели максимизации прибыли и добавленной стоимости.

2.3 Модели максимизации продаж и максимизации роста.

2.4 Модели управленческого поведения.

1. Выработка решений фирмы в условиях определенности, риска и неопределенности

3.1 Среды принятия решений фирмы.

3.2 Выработка решений в условиях определенности.

3.3 Выработка решений в условиях неопределенности и риска.

3.4 Методы снижения опасности неопределенности.

1. Производственные ресурсы фирмы

4.1 Персонал фирмы: сущность, состав, структура, классификация и влияние на экономику.

4.2 Понятие и экономическая сущность основных средств, их классификация и структура.

4.3 Оборотные средства фирмы: понятие, состав и назначение.

4.4 Понятие и классификация материальных средств фирмы

1. Анализ издержек. Динамика издержек и стратегия управления

5.1 Понятие издержек предприятия и их формирование.

5.2 Классификация издержек предприятия.

* 1. Динамика издержек и стратегия управления.

6. Прибыль: концепции, измерение, планирование и управление

6.1 Концепции и теории прибыли организации.

6.2 Формирование и распределение прибыли организации.

* 1. Анализ безубыточности и его применение в планировании прибыли.

7. Рыночная структура и анализ ценообразования

7.1 Определение цены и объема производства фирмы-совершенного конкурента.

7.2 Определение цены и объема производства фирмы-монополиста.

7.3 Определение цены и объема производства фирмы-олигополиста.

7.4 Характеристика эффективности различных рыночных структур.

8. Практика ценообразования и принятие решений фирмы

8.1 Понятие, цели и факторы ценообразования организации.

8.2 Методы и подходы ценообразования.

8.3 Стратегии ценообразования и среда их применения.

* 1. **Задания для практических занятий**

**Тема 1. Введение в дисциплину «Экономика управления»**

1.1 Экономика управления как самостоятельная область знаний.

1.2 Экономическая теория и управленческая экономика.

1.3 Аналитические средства управленческой экономики.

**Вопросы для самоконтроля:**

1. Дайте определение дисциплины «Экономика управления».
2. На чем основывается принятие управленческого решения в условиях ограниченности решения?
3. Какие вопросы возникают при принятии решения менеджерами компаний?
4. Какие базовые основы закладывает дисциплина «Экономика управления» в аналитической и научно-исследовательской деятельности?
5. Что является предметом изучения дисциплины?
6. Назовите цель изучения дисциплины «Экономика управления».
7. С какими науками связана дисциплина «Экономика управления»?
8. Назовите задачи дисциплины «Экономика управления».
9. Опишите категориальный аппарат дисциплины «Экономика управления».
10. Перечислите методы дисциплины «Управление экономики».
11. В чем суть метода функционального анализа?
12. Опишите содержание экономико-статистического метода.
13. Что позволяет сделать применение экономико-математического методов?

**Тема 2. Фирма и альтернативные модели ее поведения**

2.1 Роль фирмы в обществе и понятие альтернативных моделей ее поведения. Классификация предприятий

2.2 Модели максимизации прибыли и добавленной стоимости.

2.3 Модели максимизации продаж и максимизации роста.

2.4 Модели управленческого поведения.

**Вопросы для самоконтроля:**

1. Дайте определение понятию «предприятия» как субъекта хозяйствования.
2. Перечислите основные признаки предприятия.
3. Что является основной целью деятельности предприятия?
4. Какие функции выполняет предприятие в условиях рыночной экономики? Охарактеризуйте их.
5. Какие признаки положены в основу классификации предприятий?
6. Охарактеризуйте виды предприятий по форме собственности и принадлежности капитала.
7. Какие организационно-правовые формы хозяйствования Вы знаете?
8. Перечислите существующие модели, объясняющие поведение коммерческих фирм.
9. Опишите суть модели максимизации прибыли.
10. Дайте характеристику модели максимизации добавленной стоимости.
11. Почему модель максимизации продаж является одной из наиболее часто используемых моделей поведения фирмы?
12. На чем основывается модель максимизации роста?
13. Назовите базовые положения моделей управленческого поведения.
14. На чем основывается модель управленческой выгоды?
15. Укажите основную гипотезу модели управленческого благоразумия.
16. Дайте основные характеристик агентской модели.

**Задания**

**Задание 1.**

Уставный фонд ОАО «Антей» состоял из 4000 простых акций номинальной стоимостью 20 тыс. рублей. С целью получения инвестиций для технического перевооружения производства было принято решение о дополнительной эмиссии акций, доля которых должна составить 30 % от уставного фонда. По итогам финансового года ОАО «Антей» получило валовую прибыль в размере 400 миллионов руб. Налог на прибыль составляет 18 %.

Необходимо определить количество выпускаемых акций и сумму дивидендов на одну акцию. Расчеты производятся для двух вариантов:

1. если эмитированы простые акции;
2. если эмитированы привилегированные акции (норма дивидендов составляет 110 % от номинальной стоимости акций).

**Задание 2.**

Доли в уставном фонде ЗАО «Раст» распределены следующим образом: 15 % - Иванов И.И.; 25 % - Петров А.П.; 40 % - ЗАО «Октябрь»; 20 % - ООО «Прометей». По итогам финансового года ЗАО «Раст» получило чистую прибыль в размере 320 млн. руб. На общем собрании акционеров было принято решение 30 % чистой прибыли направить в фонд пополнения оборотных средств, оставшуюся сумму прибыли выплатить в качестве дивидендов акционерам в соответствии с принадлежащими ими долями в уставном фонде.

Определите величину начисленных и выплаченных дивидендов каждому акционеру.

**Задание 3.**

Функционирование финансово-промышленной группы (ФПГ) заключается в реализации пяти процессов, каждым из которых руководит отдельная команда. Результаты работы организаций, входящих в ФПГ, представлены в таблице:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Номер организации | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Затраты организации, млн. руб. | 2190 | 3820 | 2430 | 3270 | 2930 |
| Чистая прибыль организации, млн. руб. | 230 | 170 | 310 | 280 | 150 |

Необходимо определить эффективность работы каждой организации, входящей в ФПГ.

**Тема 3. Выработка решений фирмы в условиях определенности, риска и неопределенности**

3.1 Среды принятия решений фирмы.

3.2 Выработка решений в условиях определенности.

3.3 Выработка решений в условиях неопределенности и риска.

3.4 Методы снижения опасности неопределенности.

**Вопросы для самоконтроля:**

1. Опишите разницу между условиями определенности, неопределенности и риска, в которых принимается решения фирмы.
2. Дайте определение понятию «экономическая среда функционирования предприятия».
3. Перечислите внешние факторы формирования экономической среды функционирования предприятия.
4. Какие субъекты хозяйствования формируют среду прямого воздействия на экономику предприятия?
5. Какие факторы определяют среду косвенного воздействия на экономику предприятия?
6. Какие субъекты экономической среды функционирования определяют микросреду, а какие — макросреду?
7. Назовите основные методы принятия решений в условиях определенности.
8. Каким образом используется линейное программирование при принятии управленческого решения?
9. Каким образом осуществляется принятие решения в условиях риска?
10. Какие критерии используются при принятии решения в условиях неопределенности?
11. Какие факторы влияют на выбор критериев, используемых при принятии решения в условиях неопределенности
12. Перечислите методы снижения опасности неопределенности при принятии управленческого решения.
13. В чем состоит суть диверсификации интересов фирмы?

**Задания**

**Задание 1.**

Определите емкость рынка бензина А-92 для города в течении года в натуральном и стоимостном выражении по следующим данным: средняя норма расходования бензина А-92 на один автомобиль в период с апреля по октябрь включительно составляет 130 л. в месяц. Количество машин в городе, использующих бензин этой марки, достигает 320000 ед. В оставшиеся месяцы количество расходуемого бензина уменьшается до 70 л., при этом количество машин сокращается до 70%.

**Задание 2.**

Определите емкость рынка зубной пасты «Аквафреш» для города в течение года в натуральном и стоимостном выражении по следующим данным: средняя норма расхода – 7 г. пасты в день на 1-го человека, население города – 800 тыс. чел., количество пользующихся данной зубной пастой по данным социологического опроса составляет 43% населения города. При этом 25 % опрошенных предпочитают приобретать 75-граммовые тюбики пасты (цена – 13000 руб.), остальные 100-граммовые тюбики (цена – 18000 руб.).

**Задание 3.**

В 2021 году емкость рынка продаж продукции легкой промышленности составила 50 млрд. руб. Предприятие «Шелковый кокон» занимало 13 % рынка. Предприятие «Тутовый шелкопряд» реализовало продукции на 16 млрд. руб., предприятие «Льнокомбинат» - на сумму 14 млрд. руб. Оставшуюся долю на рынке продаж продукции легкой промышленности занимали мелкие предприятия. По прогнозу в 2022 году ожидается увеличение общей емкости рынка на 5%. Предприятие «Тутовый шелкопряд» планирует дополнительно завоевать 3% рынка. Предприятие «Шелковый кокон» предполагает сохранить свои позиции на рынке продаж. За счет ликвидации некоторых мелких предприятий по производству и реализации продукции легкой промышленности их доля на рынке сократится на 7%.

Определите емкость рынка каждого предприятия в 2021 и 2022 годах в стоимостном выражении и в долях рынка.

**Тема 4. Производственные ресурсы фирмы**

4.1 Персонал фирмы: сущность, состав, структура, классификация и влияние на экономику.

4.2 Понятие и экономическая сущность основных средств, их классификация и структура.

4.3 Оборотные средства фирмы: понятие, состав и назначение.

4.4 Понятие и классификация материальных средств фирмы

**Вопросы для самоконтроля:**

1. Дайте определение понятию «персонал организации».
2. Перечислите категории промышленно – производственного персонала.
3. Как подразделяются рабочие в зависимости от отношения к производственному процессу?
4. Какие сотрудники относятся к руководящим работникам, специалистам?
5. Какие функции выполняют служащие?
6. Какие показатели используются для оценки уровня производительности труда?
7. Почему предприятию необходимо повышать производительность труда?
8. Дайте определение понятия «основные фонды».
9. Перечислите виды основных фондов организации по их натурально-вещественному составу.
10. Чем отличаются активные и пассивные основные фонды организации?
11. Дайте определение структуры основных фондов и поясните особенности ее расчета.
12. Поясните понятия «амортизация основных средств» и «амортизационная политика».
13. Назовите показатели эффективности использования основных фондов организации и запишите формулы для их расчета.
14. Дайте определение понятия «оборотные средства».
15. Опишите состав оборотных средств организации.
16. Перечислите и охарактеризуйте этапы кругооборота оборотных средств организации.
17. С помощью каких показателей можно оценить эффективность использования оборотных средств организации?
18. Раскройте понятия «материальные ресурсы», «экономное использование материальных ресурсов» и «экономическая эффективность».
19. Что нужно понимать под сырьем, материалами, топливом и энергией? Почему топливо и энергия выделены в самостоятельные понятия?
20. Приведите классификацию сырьевых ресурсов.
21. Раскройте классификацию топливно-энергетических ресурсов.
22. Какие показатели использования материальных ресурсов относятся к обобщающим, и как они определяются?
23. Какие частные показатели характеризуют уровень использования отдельных материальных ресурсов?

**Задания**

**Задание 1.**

Рассчитать среднесписочную численность работников организации за март отчетного года при работе по графику пятидневной рабочей недели. Исходные данные табельного учета приведены в таблице 1. Из списочной численности в марте 2022 года 2 человека находятся в отпуске по беременности и родам. С 1 марта по 14 марта включительно 3 работника находились в дополнительном отпуске (обучение в образовательном учреждении заочной формы).

Таблица 1 – Исходные данные

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Число месяца | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** | **13** | **14** | **15** | **16** |
| Списочная численность, человек | 253 | 257 | 257 | 257 | 250 | 268 | 268 | 272 | 270 | 270 | 270 | 274 | 279 | 278 | 279 | 282 |
| Число месяца | **17** | **18** | **19** | **20** | **21** | **22** | **23** | **24** | **25** | **26** | **27** | **28** | **29** | **30** | **31** |  |
| Списочная численность, человек | 282 | 282 | 284 | 286 | 291 | 295 | 298 | 298 | 298 | 298 | 292 | 305 | 306 | 314 | 314 |  |

**Задание 2.**

Годовой выпуск продукции составил 957440 изделий. Среднесписочная численность рабочих – 320 человек. Среднее количество отработанных одним рабочим дней – 250. Средняя продолжительность рабочего дня – 7,8 часа. Определить выработку одного работника в натуральном выражении за различные периоды времени.

**Задание 3.**

В отчётном году объём выпуска продукции составил 7,5 млн. руб., среднесписочная численность работников промышленно-производственного персонала – 150 человек. В планируемом году объём выпуска товарной продукции должен составить 8,1 млн. руб., выработка на одного работника должны возрасти на 7% против отчётного года. Определить выработку одного работника промышленно-производственного персонала в отчётном и планируемом году; среднесписочную численность промышленно-производственного персонала в отчётном году.

**Задание 4.**

Определить структуру основных средств предприятия и сделать выводы, используя следующие данные таблицы 2:

Таблица 2 – Среднегодовая стоимость основных производственных средств предприятия № 1 и предприятия № 2.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Виды основных средств, руб. | Предприятие № 1 | Предприятие № 2 |
| 1. Здания | 82500 | 12500 |
| 2. Сооружения | 4150 | 8200 |
| 3. Передаточные устройства | 8010 | 6500 |
| 4. Машины и оборудование | 1951 | 9135 |
| 5. Транспортные средства | 9850 | 8300 |
| 6. Инструмент, производственный и хозяйственный инвентарь и принадлежности | 1800 | 1700 |
| 7. Другие виды основных средств | 100 | 95 |
| Итого |  |  |

**Задание 5.**

Фактический срок службы металлорежущих станков 10 лет, в то время как нормативный срок службы составляет 14 лет. Предприятием был приобретен фрезерный станок по цене 6,8 тыс. руб., в настоящее время коэффициент переоценки его стоимости составил 0,85. На предприятии также имеется токарный станок производительностью 70 единиц за смену. В настоящее время в продаже имеются токарные станки, производительность которых выше, чем у имеющегося, в 1,8 раза. Определите виды износа, которым подвержены данные виды станков, и их величину.

**Задание 6.**

Определите плановые и отчетные показатели фондоотдачи, фондоемкости, фондовооруженности по данным таблицы 3:

Таблица 3 – Исходные данные для расчета показателей эффективности использования основных производственных средств предприятия

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показатели | План | Отчет |
| Выпуск продукции, тыс. руб. | 290 | 260 |
| Среднегодовая стоимость основных производственных средств, тыс. руб. | 115 | 105 |
| Численность работающих, чел. | 80 | 70 |

**Задание 7.**

По данным таблицы 4 определите стоимость введенных в течение года основных производственных фондов (ОПФ) и коэффициенты ввода и выбытия по каждой группе и в целом:

Таблица 4 – Данные о стоимости основных производственных средств предприятия по видам на начало и конец года

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ОПФ, тыс. руб. | На начало года | На конец года |
| Здания | 51 | 78 |
| Сооружения | 13,5 | 13 |
| Передаточные устройства | 2,6 | 2,8 |
| Машины и оборудование | 47,2 | 47,8 |
| Транспортные средства | 2,5 | 3,1 |
| Инструмент | 1,2 | 1,6 |
| Производственный и хозяйственный инвентарь и принадлежности | 0,7 | 0,6 |
| Прочие ОПС | 3,5 | 3,9 |
| Итого |  |  |

**Задание 8.**

На основании данных таблицы 5 проанализировать состав и структуру оборотных средств организации. По результатам расчётов сделать выводы.

Таблица 5 - Наличие, состав и структура оборотных средств организации

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Виды оборотных средств | Базисный год | | Отчётный год | | Отклонение, +/- | |
| руб. | уд. вес,  % | руб. | уд. вес, % | тыс.  руб. | п. п. |
| 1. Запасы   в том числе: |  |  |  |  |  |  |
| 1.1. сырье, материалы и другие ценности | 6546,3 |  | 7055,2 |  |  |  |
| 1.2. незавершенное производство | 153,9 |  | 147,9 |  |  |  |
| * 1. готовая продукция и товары | 5616,7 |  | 5745,9 |  |  |  |
| 2. Расходы будущих периодов | 73,6 |  | 96,0 |  |  |  |
| 3. Налог на добавленную стоимость по приобретенным товарам, работам, услугам | 0,2 |  | 3,4 |  |  |  |
| 4. Краткосрочная дебиторская задолженность | 14119,4 |  | 18531,9 |  |  |  |
| 5. Краткосрочные финансовые вложения | 2,3 |  | 1,6 |  |  |  |
| 6. Денежные средства и их эквиваленты | 2278,3 |  | 1587,0 |  |  |  |
| 8. Прочие краткосрочные активы | 0,1 |  | 0,1 |  |  |  |
| Итого оборотных средств |  | 100, 0 |  | 100, 0 |  |  |

**Задание 9.**

Объем реализованной продукции за отчетный год составил 800 тыс. руб. при сумме средних остатков оборотных средств на конец отчетного года 150 тыс. руб. Прибыль от реализации продукции – 250 тыс. руб.

Определить длительность одного оборота, коэффициент оборачиваемости оборотных средств, коэффициент загрузки оборотных средств, коэффициент эффективности оборотных средств.

**Задание 10.**

На основании данных, приведенных в таблице 6, определить сумму высвободившихся оборотных средств в стоимостном выражении за год в результате ускорения их оборачиваемости.

Таблица 6 – Данные о стоимости оборотных средств организации

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показатель, тыс. руб. | Плановый период | Отчетный период |
| Средние остатки оборотных средств | 20 | 22 |
| Сумма выручки от реализации продукции | 400 | 528 |

**Задание 11.**

Рассчитайте коэффициент оборачиваемости оборотных средств предприятия и длительность одного оборота в среднем по оборотным средствам предприятия, а также в разрезе видов оборотных средств (исходные данные приведены в таблице 7). Сделайте выводы о сравнительной оборачиваемости оборотных средств предприятия в отчетном году. Реализованная продукция за 2017 год составила 890 тыс. руб.

Таблица 7 - Исходные данные для задачи 11

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вид оборотных средств | Остатки оборотных средств, руб. | | | | | Средний остаток Об.С за год, тыс. руб. |
| на 01.01.17 | на 01.04.17 | на 01.07.17 | на 01.10.17 | на 01.01.18 |
| Производственные запасы | 27 100 | 23 900 | 26 830 | 24 700 | 24 800 |  |
| Незавершенное производство | 8 560 | 8 480 | 8 350 | 8 960 | 8 760 |  |
| Расходы будущих периодов | 910 | 850 | 860 | 940 | 870 |  |
| Готовая продукция | 13 870 | 14 280 | 14 300 | 13 760 | 14 730 |  |
| Товары отгруженные, но не оплаченные покупателями | 10 130 | 11 260 | 9 850 | 10 750 | 10 970 |  |
| Денежные средства | 6 300 | 6 500 | 6 250 | 6 950 | 6 930 |  |
| Краткосрочные финансовые вложения | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 |  |
| Прочие оборотные средства | 380 | 340 | 320 | 270 | 250 |  |

**Задание 12.**

На основании данных, приведенных в таблице 8, проанализируйте структуру материальных ресурсов организации и оцените эффективность их использования с помощью обобщающих и частных показателей. Сделайте выводы.

Таблица 8 – Исходные данные для задачи 12

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показатели | 2016 | 2017 |
| Объем произведенной продукции, тыс. руб. | 78900 | 84350 |
| Материальные затраты, тыс. руб.  в том числе | 42900 | 48400 |
| сырье и материалы | 21980 | 24560 |
| полуфабрикаты | 3670 | 4230 |
| топливо | 5642 | 6850 |
| энергия | 9864 | 11870 |
| другие материальные затраты |  |  |

**Задание 13.**

На основании данных, приведенных в таблице 9, определить материальные затраты организации на изготовление продукции.

Таблица 9 – Исходные данные для задачи 13

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Изделие | Программа  выпуска, шт. | Норма расхода материала, кг/изделие | | | Цена материала, руб./кг | | |
| Сталь | Дюраль | Авиаль | Сталь | Дюраль | Авиаль |
| А | 80 | 1,2 | 3,6 | 4,1 | 1,52 | 1,83 | 1,74 |
| Б | 120 | 2,8 | 4,1 | 3,8 | 1,52 | 1,83 | 1,74 |
| В | 40 | 3,4 | 5,1 | 4,5 | 1,52 | 1,83 | 1,74 |
| Г | 76 | 0,9 | 2,8 | 2,1 | 1,52 | 1,83 | 1,74 |
| Д | 60 | 2,7 | 2,9 | 3,1 | 1,52 | 1,83 | 1,74 |

**Тема 5. Анализ издержек. Динамика издержек и стратегия управления**

5.1 Понятие издержек предприятия и их формирование.

5.2 Классификация издержек предприятия.

5.3 Динамика издержек и стратегия управления

**Вопросы для самоконтроля:**

1. Какова суть понятий «затраты», «расходы», «издержки»?
2. В каких единицах измерения они выражаются?
3. Опишите классификацию расходов предприятия по источнику покрытия.
4. Что такое себестоимость продукции?
5. В чем заключается экономическое назначение себестоимости?
6. Что такое структура себестоимости продукции?
7. Поясните разницу между отраслями с материалоемкой, трудоемкой, фондоемкой и смешанной структурой себестоимости.
8. Что дает возможность расчета себестоимости продукции по экономическим элементам?
9. Охарактеризуйте различия между прямыми и косвенными затратами.
10. Назовите примеры расходов организации, которые относятся соответственно к условно-постоянным и условно-переменным затратам.
11. Раскройте сущность классификации затрат по элементам сметы затрат.
12. Приведите классификацию затрат по статьям калькуляции.
13. Перечислите принципы управления затратами.
14. В каких случаях возникают уменьшение и рост издержек предприятия?

**Задания**

**Задание 1.**

Известно, что на 1 изделие затраты нормированных материалов составляют 15 руб., покупных комплектующих и полуфабрикатов – 5 руб., топлива и энергии на технологические нужды – 3,2 руб., возвратных отходов – 0,5 руб. За месяц основная зарплата производственных рабочих составляет 1500 руб., дополнительная зарплата производственных рабочих – 350 руб., зарплата непроизводственных работников 1100 руб. Отчисления на обязательное страхование составляют 0,1 % от фонда заработной платы. Амортизация основных средств за месяц составляет 6000 руб. Затраты на рекламу за месяц составляют 270 руб., прочие затраты – 2800 руб. Объем производства составляет 1000 единиц в месяц.

Определите, используя экономические элементы, себестоимость всего объема производства за месяц и единицы продукции.

**Задание 2.**

По данным предыдущей задачи определите структуру затрат на производство продукции.

**Задание 3.**

Рассчитать себестоимость единицы продукции по статьям калькуляции (руб.):

* 1. Сырье и материалы 50
  2. Покупные полуфабрикаты и комплектующие 16
  3. Топливо и энергия на технологические нужды 3,6
  4. Возвратные отходы 5

Итого материальных затрат ………

* 1. Основная зарплата производственных рабочих 15,6
  2. Дополнительная зарплата производственных рабочих 4,4
  3. Отчисления в фонд социальной защиты населения 34 %
  4. Обязательное страхование от несчастных случаев на производстве 0,1 %
  5. Расходы на подготовку и освоение производства 3,5
  6. Возмещение износа специального инструмента и приспособлений 2,4
  7. Общепроизводственные расходы 32
  8. Общехозяйственные расходы 64
  9. Потери от брака 1,5
  10. Прочие производственные расходы 13

Итого производственная себестоимость ………

* 1. Внепроизводственные расходы 8

ВСЕГО полная себестоимость ……..

**Тема 6. Прибыль: концепции, измерение, планирование и управление**

6.1 Концепции и теории прибыли организации.

6.2 Формирование и распределение прибыли организации.

* 1. Анализ безубыточности и его применение в планировании прибыли.

**Вопросы для самоконтроля:**

1. Дайте определение прибыли предприятия.
2. Какие виды теорий прибыли предприятия различают?
3. Дайте характеристику компенсационных теорий прибыли.
4. Опишите особенности монополистических теорий прибыли.
5. Какое объяснению возникновению прибыли дают инновационные теории.
6. Какова роль прибыли в деятельности организации?
7. Охарактеризуйте функции прибыли.
8. Назовите виды прибыли и опишите методику их расчета.
9. Что входит в механизм формирования и распределения прибыли организации?
10. Какова методика расчета налогооблагаемой прибыли организации?
11. Каким образом происходит распределение чистой прибыли?
12. Для чего необходимо планирование прибыли предприятия?
13. Какие различают подходы к планированию прибыли предприятия?
14. Дайте определение бюджета прибыли.
15. Опишите суть метода планирования прибыли – анализ безубыточности.

**Задания**

**Задание 1.**

Предприятием было получено прибыли от реализации продукции А на сумму 2700 тыс. руб., продукции Б – 1800 тыс. руб., В – 3500 тыс. руб. Помимо этого был продан фрезерный станок, от чего прибыль составила 1280 тыс. руб. и патент на изобретение в области обработки материалов (прибыль 70% от прибыли за счет продажи фрезерного станка). Предприятие уплатило в течение года штрафы (250 тыс. руб.), пени (990 тыс. руб.), неустойки (850 тыс. руб.) и получило от других предприятий 2560 тыс. руб. по этим же пунктам. Прочая прибыль по внереализационным операциям составляет 700 тыс. руб. Определите размер прибыли отчетного года и ее структуру.

**Задание 2.**

За отчетный год предприятием было отгружено произведенной продукции по основному виду деятельности покупателям на сумму 360 000 руб. РБ, а поступило на расчетный счет по отгруженной продукции 332 100 руб. РБ (ставка НДС – 20%). Себестоимость реализованной продукции за отчетный год составила 205 000 руб. РБ. Чистая прибыль предполагается распределить следующим образом: 60 % в фонд накопления, оставшаяся часть – в фонд потребления.

Рассчитайте показатель реализованной продукции (выручки от реализации продукции) предприятия в целях налогового и финансового учета (без косвенных налогов) за отчетный год; сумму прибыли отчетного года предприятия; сумму налогов из прибыли; чистую прибыль предприятия и ее распределение.

**Задание 3.**

В отчетном периоде предприятие имеет следующие показатели:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Вид изделия | Цена 1-го изделия (без косвенных налогов), руб. | Себестоимость 1-го изделия, руб. | Годовой объем производства, шт. |
| А | 2300 | 1900 | 1000 |
| Б | 3100 | 2570 | 1100 |
| В | 3500 | 2800 | 1200 |

Определить прибыль и рентабельность продукции, оформив их в таблице:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Вид изделия | Выручка от реализации, тыс. руб. | Себестоимость реализованной продукции, тыс. руб. | Прибыль от реализации продукции, тыс. руб. | Рентабельность продукции, % |
| А |  |  |  |  |
| Б |  |  |  |  |
| В |  |  |  |  |
| Итого |  |  |  |  |

**Тема 7. Рыночная структура и анализ ценообразования**

7.1 Определение цены и объема производства фирмы-совершенного конкурента.

7.2 Определение цены и объема производства фирмы-монополиста.

7.3 Определение цены и объема производства фирмы-олигополиста.

7.4 Характеристика эффективности различных рыночных структур.

**Вопросы для самоконтроля:**

1. Опишите особенности совершенной конкуренции.
2. Какие существуют условия возникновения рынка совершенной конкуренции?
3. Какие факторы влияют на установление цены в условиях совершенной конкуренции?
4. Опишите черты формирования цены и объема производства фирмы-совершенного конкурента.
5. Дайте определение монополии.
6. Охарактеризуйте особенности монополистического рынка.
7. Какими правилами руководствуется в своей деятельности монополистическая компания?
8. Опишите особенности формирования ценовой стратегии монополистической компании.
9. Дайте определение олигополии.
10. Назовите признаки олигополии.
11. Какие существуют модели олигополистического ценообразования?
12. Какие существуют критерии рыночных структур?
13. Опишите условия эффективности функционирования различных видов рыночных структур.

**Задания**

**Задание 1.**

Рассчитать индекс Херфиндаля–Хиршмана для 12 фирм, продающих товар на рынке, а также определить, какое следует принять решение государственным органам (разрешить или не разрешить) о слиянии: а) 1-й и 3-й фирм; б) 4-й и 6-й фирм при следующих исходных данных:

– общий удельный вес выпущенной продукции фирмами отрасли – 100 %;

– удельный вес продаваемой продукции каждой отдельной фирмой на рынке относительно ее общей величины: 1-й – 23 %; 2-й – 17 %; 3-й – 12 %; 4-й – 10 %; 5-й – 9 %; 6-й – 8 %; 7-й – 7 %; 8-й – 5 %; 9-й – 3 %; 10-й – 2 %; 11-й –2 %; 12-й – 2 %.

**Задание 2.**

Анализ рынка справочно-правовых систем региона показывает, что на нем действует 10 заметных фирм. Из них «Консультант+» занимает по доле продаж 45 % рынка, «Гарант» – 30 %, «Кодекс» – 10 %, «Юрисконсульт» – 4 %, «Юсис» – 4 %, «Дело и право» – 2 %, «Эталон» – 2 %, «ИНЭК», «АРБТ» и «Легион» – по 1 %.

На основании представленных данных рассчитайте:

а) индекс концентрации для трех крупнейших фирм;

б) индекс Линда для трех крупнейших фирм;

в) индекс Херфиндаля–Хиршмана.

Сделайте выводы.

**Тема 8. Практика ценообразования и принятие решений фирмы**

8.1 Понятие, цели и факторы ценообразования организации.

8.2 Методы и подходы ценообразования.

8.3 Стратегии ценообразования и среда их применения.

**Вопросы для самоконтроля:**

1. Что принято понимать под ценой?
2. Для чего используется цена как экономическая категория?
3. Какие функции выполняет цена?
4. Какие внутренние и внешние факторы оказывают влияние на формирование цен?
5. Приведите классификацию цен по отдельным признакам.
6. Приведите модели формирования отпускных цен для товаропроизводителей, уплачивающих НДС и акцизы.
7. Приведите методику формирования оптовых и розничных цен.
8. Какие этапы включает процесс ценообразования на предприятии? Раскройте их сущность.
9. Дайте классификацию целей и задач ценообразования.
10. Какие ценовые стратегии может осуществлять предприятие и что каждая из них означает?
11. Какие методы определения цен относятся к затратным и в чем заключается их суть?
12. Какие методы определения цен относятся к рыночным и в чем заключается их суть?
13. Какие методы определения цен относятся к нормативно-параметрическим и в чем заключается их суть?
14. Что следует понимать под тактикой ценообразования?
15. Приведите основные виды ценовых скидок.

**Задания**

**Задание 1.**

Предприятие производит продукцию. Затраты на единицу продукции на материалы и полуфабрикаты составляют 50 руб., на оплату труда – 80 руб., отчисления в ФСЗН - 34 %, обязательные страховые взносы – 0,1 %, общепроизводственные расходы – 20 руб., общехозяйственные расходы – 35 руб., прочие расходы на производство продукции – 21 руб., коммерческие расходы – 5 % от производственной себестоимости. Рентабельность единицы продукции – 20 %, ставка НДС – 20 %.

Определить отпускную цену единицы изделия.

**Задание 2.**

Производственная себестоимость единицы продукции предприятия-изготовителя составляет 120 руб. Коммерческие расходы составляют 6 % от производственной себестоимости. Средняя конкурентная цена – 230 руб. Предприятие в своей ценовой политике ориентируется на конкурентную цену. Ставка НДС для предприятия составляет 20%. Товар предприятия не облагается акцизом.

Определитьнорму рентабельности для данного товара и целесообразность его производства и реализации на данном сегменте рынка, если средняя рентабельность выпускаемой продукции предприятия составляет 15%.

**Задание 3.**

Рассчитать объем реализации продукции в натуральном выражении, обеспечивающий покрытие всех затрат предприятия если предполагаемая цена единицы изделия с НДС – 530 руб., в том числе постоянные затраты на единицу продукции – 380 руб. Постоянные затраты в целом по предприятию определены на уровне 2900 руб. Также рассчитайте объем реализации продукции в натуральном выражении, обеспечивающий получение целевой суммы прибыли в размере 5000 руб.

**3. Контроль знаний**

**3.1 Примерный перечень вопросов к зачету**

1. Введение в дисциплину «Экономика управления»
2. Роль фирмы в обществе, классификация предприятий.
3. Альтернативные модели поведения фирмы и их характеристика
4. Среды принятия решений фирмы и их характеристика
5. Выработка решений фирмы в условиях определенности, неопределенности и риска
6. Методы снижения опасности неопределенности.
7. Спрос: понятие, закон спроса, факторы.
8. Предложение: понятие, закон предложения, факторы.
9. Отраслевое рыночное равновесие
10. Персонал фирмы: сущность, состав, структура, классификация и влияние на экономику.
11. Понятие и экономическая сущность основных средств, их классификация и структура.
12. Оборотные средства фирмы: понятие, состав и назначение.
13. Понятие и классификация материальных средств фирмы
14. Понятие издержек предприятия и их формирование. Динамика издержек и стратегия управления
15. Классификация издержек предприятия
16. Концепции и теории прибыли организации. Анализ безубыточности и его применение в планировании прибыли
17. Формирование и распределение прибыли организации
18. Понятие, цели и факторы ценообразования организации
19. Методы и подходы ценообразования
20. Стратегии ценообразования и среда их применения

**3.2 Критерии оценок по дисциплине**

**«Экономика управления»**

(на основании письма Министерства образования Республики Беларусь

от 28.05.2013 г. № 09-10/53-ПО)

**Д**есятибалльная шкала в зависимости от величины балла и отметки включает следующие критерии:

**10 (десять) баллов, зачтено** выставляется за систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине, а также по основным вопросам, выходящим за её пределы; за точное использование научной терминологии (в том числе на иностранном языке), грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы; за безупречное владение инструментарием учебной дисциплины, умение его эффективно использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач; за выраженную способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы в нестандартной ситуации; за полное и глубокое усвоение основной,  дополнительной литературы, по изучаемой учебной дисциплине; за умение свободно ориентироваться в теориях, концепциях и направлениях по изучаемой учебной дисциплине и давать им аналитическую оценку, использовать научные достижения других дисциплин; за творческую самостоятельную работу на практических, лабораторных занятиях, активное творческое участие  в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

**9 (девять) баллов, зачтено** выставляется за систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине; за точное использование научной терминологии (в том числе на иностранном языке), грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы; за владение инструментарием учебной дисциплины, умение его эффективно использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач; за способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы в нестандартной ситуации в рамках учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине; за полное усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине; за умение ориентироваться в теориях, концепциях и направлениях по изучаемой учебной дисциплине и давать им аналитическую оценку; за систематическую, активную самостоятельную работу на практических, лабораторных занятиях, творческое участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

**8 (восемь) баллов, зачтено** выставляется за систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине в объеме учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине; за использование научной терминологии (в том числе на иностранном языке), грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы и обобщения; за владение инструментарием учебной дисциплины (методами комплексного анализа, техникой информационных технологий), умение его использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач; за способность самостоятельно решать сложные проблемы в рамках учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине; за усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине; за умение ориентироваться в теориях, концепциях и направлениях по изучаемой учебной дисциплине и давать им аналитическую оценку; за активную самостоятельную работу на практических, лабораторных занятиях, систематическое участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

**7 (семь) баллов, зачтено** выставляется за систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине; за использование научной терминологии (в том числе на иностранном языке), грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы и обобщения; за владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач; за свободное владение типовыми решениями в рамках учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине; за усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине; за умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по изучаемой учебной дисциплине и давать им аналитическую оценку; за самостоятельную работу на практических, лабораторных занятиях, участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

**6 (шесть) баллов, зачтено** выставляется за достаточно полные и систематизированные знания в объеме учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине; за использование необходимой научной терминологии, грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы,  умение делать обобщения и обоснованные выводы; за владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в решении учебных и профессиональных задач; за способность самостоятельно применять типовые решения в рамках, учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине; за усвоение основной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине; за умение ориентироваться в базовых теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине и давать им сравнительную оценку; за активную самостоятельную работу на практических, лабораторных занятиях, периодическое участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий.

**5 (пять) баллов, зачтено** выставляется за достаточные знания в объеме учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине; за использование научной терминологии, грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать выводы; за владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в решении учебных и профессиональных задач; за способность самостоятельно применять типовые решения в рамках учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине; за усвоение основной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине; за умение ориентироваться в базовых теориях, концепциях и направлениях по изучаемой учебной дисциплине и давать им сравнительную оценку; за самостоятельную работу на практических, лабораторных занятиях, фрагментарное участие в групповых обсуждениях, достаточный уровень культуры исполнения заданий.

**4 (четыре) балла, зачтено** выставляется за достаточный объем знаний в рамках образовательного стандарта высшего образования; за усвоение основной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине; за использование научной терминологии, логическое изложение ответа на вопросы, умение делать выводы без существенных ошибок; за владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в решении стандартных (типовых) задач; за умение под руководством преподавателя решать стандартные (типовые) задачи; за умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по изучаемой учебной дисциплине и давать им оценку; за работу под руководством преподавателя на практических, лабораторных занятиях, допустимый уровень культуры исполнения заданий.

**3 (три) балла, не зачтено** выставляется за недостаточно полный объем знаний в рамках образовательного стандарта высшего образования; за знание части основной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине; за использование научной терминологии, изложение ответа на вопросы с существенными, логическими ошибками; за слабое владение инструментарием учебной дисциплины, некомпетентность в решении стандартных (типовых) задач; за неумение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях изучаемой учебной дисциплины; за пассивность на практических и лабораторных занятиях, низкий уровень культуры исполнения заданий.

**2 (два) балла, не зачтено** выставляется за фрагментарные знания в рамках образовательного стандарта высшего образования; за знания отдельных литературных источников, рекомендованных учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине; за неумение использовать научную терминологию учебной дисциплины, наличие в ответе грубых, логических ошибок; за пассивность на практических и лабораторных занятиях, низкий уровень культуры исполнения заданий.

**1 (один) балл, не зачтено** выставляется за отсутствие знаний и (компетенций) в рамках образовательного, стандарта высшего образования, отказ от ответа, неявка на аттестацию без уважительной причины.

Для сдачи экзамена (получения зачета) необходимо получить не менее 4 баллов.

## Учебно-методическая карта дисциплины для специальности

## «Компьютерная безопасность»

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Номер раздела, темы | Название раздела, темы | Количество аудиторных часов | | | | | Количество часов УСР | Формы контроля  знаний |
| лекции | практические  занятия | семинарские  занятия | Лабораторные занятия | Иное |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |  | 8 | 9 |
|  | ***Введение в дисциплину «Экономика управления»***  1. Экономика управления как самостоятельная область знаний.  2. Экономическая теория и управленческая экономика.  3. Аналитические средства управленческой экономики. | 2 |  |  |  |  |  |  |
|  | ***Фирма и альтернативные модели ее поведения***  1. Роль фирмы в обществе и понятие альтернативных моделей ее поведения. Классификация предприятий  2. Модели максимизации прибыли и добавленной стоимости.  3. Модели максимизации продаж и максимизации роста.  4. Модели управленческого поведения. | 2 | 2 |  |  |  |  | Опрос, тестирование |
|  | **Выработка решений фирмы в условиях определенности, риска и неопределенности**  1. Среды принятия решений фирмы.  2. Выработка решений в условиях определенности.  3. Выработка решений в условиях неопределенности и риска.  4. Методы снижения опасности неопределенности. |  | 2 |  |  |  | 2 | Опрос |
|  | **Спрос, предложение и рыночное равновесие**  1. Количественный подход к потребительскому равновесию.  2. Порядковый подход к потребительскому равновесию.  3. Построение кривой индивидуального спроса на базе кривой «цена-потребление». | 2 |  |  |  |  | 2 | Оценка за решение практической задачи |
|  | ***Производственные ресурсы фирмы***  1. Персонал фирмы: сущность, состав, структура, классификация и влияние на экономику.  2. Понятие и экономическая сущность основных средств, их классификация и структура.  3. Оборотные средства фирмы: понятие, состав и назначение.  4. Понятие и классификация материальных средств фирмы. | 2 | 2 |  |  |  |  | Оценка за решение практической задачи |
|  | **Анализ издержек. Динамика издержек и стратегия управления**  1. Понятие издержек предприятия и их формирование.  2. Классификация издержек предприятия.  3.Динамика издержек и стратегия управления. | 2 | 2 |  |  |  |  | Тестирование |
|  | **Прибыль: концепции, измерение, планирование и управление**  1. Концепции и теории прибыли организации.  2. Формирование и распределение прибыли организации.  3. Анализ безубыточности и его применение в планировании прибыли. | 2 | 2 |  |  |  |  | Оценка за решение практической задачи |
| 8. | **Рыночная структура и анализ ценообразования**   1. Определение цены и объема производства фирмы-совершенного конкурента. 2. Определение цены и объема производства фирмы-монополиста.   3. Определение цены и объема производства фирмы-олигополиста.  4. Характеристика эффективности различных рыночных структур. |  | 2 |  |  |  | 2 | Опрос, тестирование |
| 9**.** | **Практика ценообразования и принятие решений фирмы**  1. Понятие, цели и факторы ценообразования организации.  2. Методы и подходы ценообразования.  3. Стратегии ценообразования и среда их применения. | 2 | 2 |  |  |  |  | Оценка за решение практической задачи |
|  | **Итого** | **14** | **14** |  |  |  | **6** | **зачет** |

**4.2 Перечень рекомендуемой литературы**

**Основная**

1. Тюпаков, К.Э. Управленческая экономика: учеб. пособие / К.Э. Тюпаков, В.С. Курносов. – Краснодар: КубГАУ, 2015. – 234 с.
2. Ивлева, Г. Ю. Управленческая экономика / Г. Ю. Ивлева. – РАГС, 2010. – 141 с.
3. Кейнс, Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег / Дж. М. Кейнс; пер. с англ. Н.Н. Любимова. – М.: Гелиос АРВ, 2012. – 352 с.
4. Кит, П. Управленческая экономика. Инструментарий руководителя / П. Кит, Ф. Янг. – СПб.: Питер, 2008. – 624 с.
5. Микроэкономика: практический подход (Managerial Economics): учебник / под ред. А.Г. Грязновой и Л.Ю. Юданова. – 7- е изд., перераб. – М.: КНОРУС, 2014. – 688 с.
6. Чеканский, А.Н. Управленческая экономика. Практика применения / А.Н. Чеканский, С.Е. Варюхин, В.А. Коцоева. – М.: Дело РАНХиГС, 2011. – 172 с.
7. Экономическая теория: учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. / Г.М. Гукасян [и др.]. – М.: Эксмо, 2011. – 736 с.
8. Управленческая экономика: краткий курс лекций для магистров I курса направления подготовки 080200.68 «Менеджмент» / Сост.: Меркулов Ю А. // ФГОУ ВПО «Саратовский ГАУ». – Саратов, 2011. – 35 с.
9. Управленческая экономика: учебник для вузов / Л.А. Суворова. – Киров: ФГБОУ ВПО «ВятГУ», 2014. – 204 с.
10. Управленческая экономика : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. А. Третьякова. – М. : Издательство Юрайт, 2018. – 329 с.
11. Антипина, О.Н. Управленческая экономика: учебник / О.Н. Антипина, С.Ф. Карловская, Н.А. Миклашевская. – Вильнюс: Изд-во «Техника», 2015. – 192 с.
12. Управленческая экономика : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / под общ. ред. Е.В. Пономаренко, В.А. Исаева. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – 216 с.

**Дополнительная**

1. Камаев, В.Д. Экономическая теория. Краткий курс: учеб. для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки «Экономика» и экономическим специальностям / В.Д. Камаев, М.З. Ильчиков, Т. А. Борисовская. – 4-е изд., стер. – М. : КноРус, 2010. – 382 с.
2. Розанова, Н.М. Микроэкономика. Задачи и упражнения: учеб. пособие / Н. М. Розанова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 559 с.
3. Сломан, Дж. Экономика для бизнеса / Д. Сломан, К. Хайнд. – 4-е изд. – М.: Эксмо, 2010. – 953 с.
4. Экономическая теория : учебник для вузов / Е.Н. Лобачева [и др.] ; под ред. Е.Н. Лобачевой. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 501 с.
5. Микроэкономика: учебник для вузов / Л.П. Кураков, М.В. Игнатьев, А.В. Тимирясова и др.; под общ. ред. А.Л. Куракова. – М.: Изд-во ИАЭП, 2017. – 353 с.
6. Микроэкономика : учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Ю.В. Тарануха; под общ. ред. проф. А.В. Сидоровича. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2006. – 640 с.