

## «Экономика организации (предприятия)»

### 1. Инвестиционная деятельность в РБ

**Инвест. деят. предприятия (ИД)** — процесс формирования инвест. ресурсов и реализации инвестиционных проектов. В результате ИД изменяется объем, состав и структура капитала предприятия, осуществляется расширенное воспроизводство ОС, активизируется инновационная деятельность, совершенствуется мат.-техническая база и технология производства.

**Цель инвест. деят-ти** — эффективное вложение капитала с целью получения дохода в форме прибыли, — может быть обеспечена альтернат. направлениями инвестирования. Решение о выгодности инвестиций, о получении будущих доходов производится через систему критериев и предпочтений, которая определяется условиями деят-ти и стратегией развития предприятия, т.е. инвестиционной политикой предприятия. Конечная цель этой политики закл. в том, что при определении объемов инвестиций в зависимости от источника финансирования сопоставляются доходы от инвестиций и затраты по привлечению средств.

**Субъектами** инв. деят-ти явл.: инвесторы, заказчики, исполнители работ, пользователи объектов инвестиционной деятельности, а также поставщики, юр. лица (банковские, страховые и посреднические организации, инвестиционные фонды) и другие участники инвестиционного процесса. Субъектами инвестиционной деятельности могут быть физические и юридические лица, в том числе иностранные, а также государства и международные организации.

**Объектами** инвестиционной деятельности являются:

- вновь создаваемые и модернизированные основные фонды во всех отраслях экономики; – ценные бумаги (акции, облигации); – целевые денежные вклады; – интеллектуальные ценности; – научно-техническая продукция и другие объекты собственности; – имущественные права и права на интеллектуальную собственность.

Аналогичные объекты включают и иностранные инвестиции, если они не противоречат законодательству РБ. Иностранные инвесторы имеют право осуществлять инвестирование на территории РБ посредством:

- долевого участия в предприятиях, создаваемых совместно с юридическими и физическими лицами Республики Беларусь;
- создание предприятий, полностью принадлежащих иностранным инвесторам, а также филиалов иностранных юридических лиц;
- приобретения предприятий, зданий, соору., долей участия в предпр-х, паев, акций, облигаций и др. ценных бумаг, а также иного имущества, которое по зак-ву РБ может принадлежать иностранным инвесторам;
- приобретение прав пользования землей и другими природными ресурсами;
- предоставление займов, кредитов, имущества и других имущественных прав.

Законом запрещается инвестирование в объекты, создание и использование которых не отвечает требованиям экологических, санитарно-гиг. и др. норм, установленных законодательством, действующим на территории Республики Беларусь, или наносит ущерб охраняемым законом правам и интересам граждан, юридических лиц или государства.

Государство гарантирует стабильность прав субъектов инвестиционной деятельности. Инвестиции на территории РБ в некоторых случаях подлежат обязательному страхованию, что является гарантией их сохранности.

Организация инвестиционной деятельности предприятия должна учитывать не только достижение главной цели, но и конкретные задачи, которые ставит перед собой каждый субъект. К **важнейшим задачам** формирования результативной системы инвестиционной деятельности на предприятии относятся:

- формулирование долгосрочной стратегии развития предприятия;
- определение рациональных направлений инвестиций;
- контроль за выполнением намечаемых решений и оценка последствий реализации инвестиционных проектов.

**Реализация инвестиций** (применение инвестиционных решений) в современных условиях определяется предприятием с учетом таких факторов, как инфляция и ожидание роста цен на производственные ресурсы.

## 2. Элементы инвестиционной деятельности.

**Инвестиционная деятельность предприятия (ИД)** — процесс формирования инвестиционных ресурсов и реализации инвестиционных проектов. В результате ИД изменяется объем, состав и структура капитала предприятия, осуществляется расширенное воспроизводство основных средств, активизируется инновационная деятельность, совершенствуется материально-техническая база и технология производства.

**Цель инвестиционной деятельности** — эффективное вложение капитала с целью получения дохода в форме прибыли, — может быть обеспечена альтернативными направлениями инвестирования. Решение о выгодности инвестиций, о получении будущих доходов производится через систему критериев и предпочтений, которая определяется условиями деятельности и стратегией развития предприятия, т.е. инвестиционной политикой предприятия. Конечная цель этой политики заключается в том, что при определении объемов инвестиций в зависимости от источника финансирования сопоставляются доходы от инвестиций (с учетом риска потерь инвестиционного капитала) и затраты по привлечению средств.

Инвестиционная деятельность обеспечивает практическое осуществление инвестиций и является одним из самостоятельных видов хозяйственной деятельности предприятия.

**Элементами инвестиций** как деятельности являются цель, мотив, субъект, объект, предмет.

В наиболее общем случае, под инвестиционной деятельностью понимается вложение инвестиций, и осуществление практических действий в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта.

**Объектами** инвестиционной деятельности являются:

- вновь создаваемые и модернизированные основные фонды во всех отраслях экономики;
- ценные бумаги (акции, облигации);
- целевые денежные вклады;
- интеллектуальные ценности;
- научно-техническая продукция и другие объекты собственности;
- имущественные права и права на интеллектуальную собственность

**Субъектами** являются:

- исполнители (заказчики), осуществляющие реализацию инвестиционного проекта;
- пользователи, эксплуатирующие объект инвестиционной деятельности;
- поставщики услуг и ресурсов, участвующие в институциональном обеспечении инвестиционного процесса (банковские, страховые и посреднические организации, биржи, паевые, инвестиционные и пенсионные фонды, страховые компании и др.)

### 3. Экономическая эффективность инвестиционных проектов: статистические методы оценки инвестиционных проектов

Методы инвестиционных расчетов можно классифицировать по ряду признаков. По методу учета в инвестиционных расчетах фактора времени методы делятся на следующие группы: статические, в которых денежные поступления и выплаты, возникающие в разные моменты времени, оцениваются как равноценные; динамические, в которых денежные поступления и выплаты, возникающие в разные моменты времени, приводятся с помощью дисконтирования к единому моменту времени, обеспечивая их сопоставимость.

К **статическим методам** инвест. расчетов относятся такие, которые прим. в случае краткоср. характера инвест. проектов. Если инвест. затраты осущ. в начале периода, результаты проекта определяются на конец периода.

Статические методы оценки эк. эф-ти инвест. относятся к простым методам, которые использ. гл. образом для грубой и быстрой оценки привлекательности проектов и рекомендуются для применения на ранних стадиях экспертизы инвест. проектов.

В качестве критерия выбора инвест. альтернативы использ. сл. пок-ли (годовые или средн.г.): прибыль; издержки (с/ст); рентабельность.

Статические методы инвестиционных расчетов основаны на проведении сравнит. расчетов прибыли, издержек или рентабельности и выборе инвест. проекта на основе оптимального значения одного из этих пок-лей, которые в данном случае выступают в качестве краткоср. цели инвестора.

Из простых методов чаще всего используются методы расчета приведенных затрат, анализа точки безубыточности проекта, расчет показателя рентабельности инвестиций и срока окупаемости (периода возврата) инвестиций.

#### 4. Экономическая эффективность инвестиционных проектов: динамические методы оценки инвестиционных проектов

Методы инвестиционных расчетов можно классифицировать по ряду признаков. По методу учета в инвестиционных расчетах фактора времени методы делятся на следующие группы: статические, в которых денежные поступления и выплаты, возникающие в разные моменты времени, оцениваются как равноценные; динамические, в которых денежные поступления и выплаты, возникающие в разные моменты времени, приводятся с помощью дисконтирования к единому моменту времени, обеспечивая их сопоставимость.

**Динамические методы** оценки инвест. проектов. В эк. деят-ти хоз-х субъектов постоянно возникает проблема соизмерения ден. средств, выплачиваемых или получаемых в разл. моменты времени. Например, коммерч. орг-ции, располагая свободными ден. ср-ми, имеют альтернативные возможности их использ. либо путем их инвестирования в пр-во с целью расширения объемов продаж и получения доп. прибыли, либо вкладывая эти ср-ва на депозитный счет в банк и получая доход в форме банк. процента, либо приобретая ценные бумаги, прин. доход. Во многом аналогичные возможности имеются и у дом. хозяйств (населения).

В экон. измерениях сопоставление разновременных ден. потоков выполняется путем дисконтирования – процедуры приведения разновременных ден. поступлений и выплат к единому моменту времени. Дисконтир. состоит в вычислении текущего аналога ден. средств, выплач-х и/или получаемых в разл. моменты времени в будущем.

Динам. методы инвестиц. расчетов используются для обоснования инвест. проектов в том случае, когда речь идет о долгосрочных проектах, которые хар-ся меняющимися во времени доходами и расходами. В основе применения дин. расчетов лежат определенные предпосылки, выполнение которых обеспеч. реализацию расчетов с получением достаточно достоверных рез-тов. Для целей анализа инвест. проектов могут использ. сл. дин. методы оценки экон. эф-ти инвестиций:

- \*оценка абс. эф-ти капиталовложений, основанная на нахождении разности фин. значений результатов и затрат, связанных с реализацией инвестиц. проекта (метод текущей ст-ти);

- \*оценка относит. эф-ти капиталовложений, основанная на нахождении отношений финансовых значений результатов и затрат, связанных с реализацией инвест. проекта (метод индекса доходности, метод внутренней нормы рентабельности);

- \*оценка периода возврата капиталовл., в течение которого начальные инвестиц. з-ты полностью окупаются доходами, получ. от реализации проекта (метод периода окупаемости).

## 5. Понятие и роль инноваций

**Инновации** – это кач-ные изменения в пр-ве, которые могут относиться как к технике, так и технологии, а также формам орг-ции пр-ва и управления.

Инновации являются качественными ступенями в развитии производительных сил, повышении эффективности производства и т. д. Инновационная деятельность осуществляется с целью внедрения НТП в производство и социальную сферу.

Характерными **чертами, отличающими инновации** от небольших изменений в пр-ве, явл.: 1) кач-ный скачок в уровне техники в рез. реализации изобретений; 2) значит. эк-кий или др. эффект в результате инноваций.

Вначале, когда средства включаются в разработку, результаты незначительны. Затем они улучшаются скачкообразно. По мере приближения к пределу затраты, связанные с дальнейшей программой резко возрастают, след., имеет место технологический предел: чтобы предвидеть перемены и перестать инвестировать то, что уже нельзя совершенствовать.

Периоды перехода от одной к другой группе продуктов или процессов наз. технол. сдвигами.

В результате осущ. инноваций:

- существенно обновляется и расширяется ассортимент производимой продукции, повышается ее технический уровень и качество;
- инновации явл. исходным пунктом для создания новых потреб. стоимостей, удовлетв. ранее неизвестные производственные и личные потребности;
- инновации в период их освоения служат основой для повышения эф-го пр-ва, снижения стоимости пр-ции и повышения ее рентаб-ти.

Инновации хар-ся соц. последствиями: рост произв-ти труда, расширение ассортимента произв. пр-ции, что в свою очередь направлено на удовл. растущих потребностей человека, облегчение его труда и сокращение рабочего времени.

Общие закономерности инноваций проявляются в научно-исследов. деят-ти пр-тия.

Прикладные исследования, проводимые пр-тием могут быть описаны с пом. жизн. цикла изделия.

## 6. Классификация инноваций

**Инновации** – это кач-ные изменения в пр-ве, которые могут относиться как к технике, так и технологии, а также формам орг-ции пр-ва и управления.

Инновации являются качественными ступенями в развитии производительных сил, повышении эффективности производства и т. д. Инновационная деятельность осуществляется с целью внедрения НТП в производство и социальную сферу.

Динамика инноваций неравномерна, в ней четко просматривается циклический характер.

**С точки зрения циклического развития техники** можно выделить 4 вида инноваций:

1) **крупнейшие (базисные)** – реализуют крупнейшие изобр. и становятся основой переворота в технике, основой формир. новых направлений и создания новых отраслей;

1) **крупные** – формируют новые поколения техники в рамках данного направления. Они реализуются в более короткий срок и с мин. з-тами по сравнению с базисными;

3) **средние** – служат базой для создания моделей и модификаций данного поколения техники, заменяющих устаревшие модели более эф-ми, расширяющими сферу применения этого поколения;

4) **мелкие** – улучшают произв-ные, потреб. параметры выпускаемых моделей техники на основе использования мелких изобретений, что способствует более эф-му пр-ву этих моделей.

Пик крупнейших инноваций приходится на периоды НТР. На 1-й и 2-й фазах научно-техн. цикла реализуются крупные инновации. 3-я фаза увелич. число инноваций за счет средних и мелких. В 4-й фазе число инноваций уменьшается, но зарождаются новые крупнейшие и крупные инновации след. цикла. След., НТП является непрерывным и волнообразным.

### 1. Классификация по объектам инновации, по их месту в производственной системе предприятия, степени новизны.

В зависимости от вида объекта инновации подразделяются:

- **на предметные инновации** - это новые материальные ресурсы, сырье, полуфабрикаты, комплектующие, продукты.

- **процессные инновации** - это новые услуги, производственные процессы, методы организации производства, организационные структуры, системы управления.

- **"на входе" предприятия** - новые мат. ресурсы, сырье, информация; о используемые внутри производственной системы предприятия - новые полуфабрикаты, технологические процессы, инф. технологии, орган-ная структура;

- **"на выходе"** производственной системы предприятия - новые продукты, услуги, технологии и информация, предназначенные для продажи (ноу-хау).

В зависимости от степени новизны различают инновации:

- **первичные** (радикальные, революционные, базовые) - например, новый продукт на основе новых технологий, материалов, методов обработки и т.п.;

- **вторичные** (улучшающие и модификационные) - например, новый продукт на основе частичного улучшения технологий, методов производства, новой комбинации материалов и т.п.

В последние десятилетия в связи с развитием информационных технологий важнейшими становятся информационные инновации.

### 2. Классификация по сферам приложения.

- **производственные** - новые технологии, инструменты, оборудование;

- **торговые** - новые формы обслуживания покупателя, новая организация складирования и хранения товара, новый способ рекламы товара. Продажа товаров в кредит - пример радикальной торговой инновации;

- **социальные** - новый способ организации социальных коммуникаций, социального обмена, разрешения социальных конфликтов, вид социальной помощи, способ адаптации нового работника;

- **управленческие** - новые системы управления, методы принятия решений, способы планирования, стимулирования и контроля.

### 3. Классификация инноваций в зависимости от уровня их общественного использования.

Инновации могут быть использованы для удовлетворения каких-либо личных потребностей - **потребительские инновации**. Назначение потребительской инновации

- повышение экономического, социального, психологического эффекта использования товара. (новые виды одежды, пищи, бытовые приборы, услуги, лекарства и т.д.) Потребителями **производственной инновации** могут быть производственное предприятие, научная организация, корпорация, бизнес-сообщество, предпринимательская структура. В отличие от потребительских производственные инновации увеличивают объем и качество экономики. Примеры производственных инноваций - новые технологии, инструменты, оборудование, материалы, новые виды энергии и др., преобразующие общественный воспроизводственный процесс.

#### **4. Классификация инноваций в зависимости от их использования на том или ином иерархическом уровне организации**

Инновационный менеджмент организации можно анализировать на трех уровнях, каждому из которых соответствует определенный вид инноваций или объекта управления:

- на первом уровне организация рассматривается как социально-экономическая система - корпорация. Этому уровню соответствуют инновации, относящиеся к стратегическому менеджменту;
- на втором, нижележащем, уровне организация рассматривается как совокупность различных структурных подразделений, обладающих связями и коммуникациями друг с другом. Этому уровню соответствуют инновации, используемые во внутрифирменном менеджменте;
- на третьем уровне организация рассматривается как социум, социотехническая система. Этому уровню соответствуют инновации, относящиеся к кадровому, персональному менеджменту.

## **7. Особенности государственного управления инновационной деятельностью в РБ**

В последние годы в Республике Беларусь проводилась целенаправленная работа по сохранению и развитию научного и инновационного потенциалов.

Совершенствовалась система управления наукой, расширялась и укреплялась на современной основе законодательная и нормативно-правовая база научно-инновационной деятельности, реорганизовывалась академическая и вузовская наука, принимались меры по повышению уровня инновационности производства, развитию информац. и инновац. инфраструктуры, малых и ср. наукоемких предприятий и т.д. Большинство этих мер не имели, однако, системного характера и не ставили целью формирование адекватной развитым рыночным отношениям и междун. стандартам национальной инновац. системы Беларуси. В результате страна располагает лишь отдельными, пусть и важными, фрагментами потенциально целостной НИС: научными и образовательными учреждениями, органами государственного управления наукой и инновациями, производств. пр-тиями и организациями инфраструктуры с различной степенью их инновационности.

**Основными направлениями** государственного воздействия на инновационную деятельность компаний являются:

- \*участие в финансировании научных исследований и разработок (R&D);
- \*функционирование в роли заказчика и главного потребителя результатов R&D;
- \*законодательное регулирование инновационной деятельности, установление норм патентного и лицензионного права, экологических стандартов, стандартов качества;
- \*предоставление налоговых льгот и льготное кредитование инновационных проектов;
- \*функционирование в роли посредника и регулятора взаимоотношений между частными компаниями, научно-исследовательскими институтами и университетами;
- \*государственное регулирование цен, установление пошлин, квот и субсидий, направленных на защиту и стимулирование инновационной активности отечественных производителей;
- \*государственное регулирование финансовых рынков (размещение акций компании на фондовом рынке является одним из важных источников изыскания ресурсов для финансирования инновационной деятельности).

Инновационная политика корректируется в зависимости от ее результатов.



## 8. Эффективность использования инноваций

Определяющая роль инноваций в экономике влечет за собой необходимость оценки эффективности исследований, доведения инновационного проекта до реализации и выхода на рынок.

Для этого применяются качественные и количественные методы.

К **качественным методам** относятся:

увязка инноваций со сбытом продукции, состояние которого показывает насколько результативны затраты на научно-исследовательскую работу с точки зрения признания их рынком.

расчет индексов путем сравнения расходов на исследования с объемом продаж и полученной прибыли.

сравнение фирм господствующих на рынках с фирмами, занимающимися исследованиями.

сравнение фирм господствующих в научных исследованиях с фирмами не занимающимися исследованиями и т.д.

имидж западных фирм в значительной степени зависит от расходов на исследовательские расходы. Котировка акций фирм, вкладывающих значительные суммы на исследование и ОКР инноваций значительно выше.

Сторонники качественных методов относятся с доверием к своим оценкам и по их утверждению не нуждаются в сложных формулах для доказательства очевидности.

**Количественная оценка** эффективности использования инноваций осуществляется с помощью следующих показателей:

**Рентабельность затрат**, осуществляемых на инновацию  $R_z$ . Она рассчитывается по формуле

$$R_z = \Delta\Pi / Z_i \times 100\%,$$

где  $\Delta\Pi$  – прирост прибыли, полученной от инновации, ден.ед,

$Z_i$  – затраты, связанные с осуществлением инновации, ден. ед.

Срок окупаемости инновации определяется по формуле  $T_{ок} = Z_i / \Pi_{ср}$ ,

где  $\Pi_{ср}$  – среднегодовая величина прибыли, полученная от инновации, ден.ед.

Внедрение инновации может обеспечить получение следующих **видов эффекта**

**Экономический эффект от осуществления инноваций на предприятии:**

**Экономический эффект** - прибыль от лицензионной деятельности; прибыль от внедрения изобретений, патентов, ноу-хау; прирост объема продаж; улучшение использования производственной мощности; сокращение срока окупаемости инвестиций; улучшение использования ресурсов: рост производительности труда; рост фондоотдачи; ускорение оборачиваемости оборотных средств и т.д.

**Научно-технический эффект** - количество зарегистрированных авторских свидетельств; увеличение удельного веса новых информационных технологий; увеличение удельного веса прогрессивных технологических процессов; повышение коэффициента автоматизации производства; повышение организационного уровня производства и труда; рост количества публикаций (индекса цитирования); повышение конкурентоспособности предприятия и его товаров на рынках промышленно развитых стран.

**Экономический эффект от продажи новшеств собственной разработки и покупных инноваций:**

**Социальный эффект** - прирост доходов работников предприятия; повышение степени безопасности труда; увеличение рабочих мест; улучшение условий труда; увеличение продолжительности жизни работников; снижение заболеваемости.

**Экологический эффект** - снижение вредных выбросов в атмосферу, почву, воду; снижение отходов производства; повышение эргономичности производства (шум, вибрация, и т.п.); снижение штрафов за нарушение экологического законодательства. Основные положения определения экономической эффективности инноваций за счет снижения (увеличения) себестоимости продукции.

### **1. Изменение себестоимости продукции.**

#### **1. Экономия (увеличение) материальных затрат (Эм)**

$Эм = (Норма расхода_1 - Норма расхода_2) \times Цена материала \times Количество продукции за год.$

2. Экономия (увеличение) покупных изделий и полуфабрикатов для комплектации сложного изделия (Эк)

$\text{Эк} = (\text{Стоимость комплектации 1} - \text{Стоимость комплектации 2}) \times \text{Количество продукции за год}$

3. Экономия (увеличение) заработной платы (Эз)

$\text{Эз} = (\text{Расценка на изделие 1} - \text{Расценка на изделие 2}) \times \text{Количество продукции за год} \times \text{Коэффициент премии и дополнительной заработной платы}$

$\text{Эз} = \text{Сокращение (увеличение) численности персонала} \times \text{Годовая оплата труда}$

4. Уменьшение (увеличение) отчислений на социальные нужды (Эо):

$\text{Эо} = \text{Эз} \times \text{Ставка платежей}$

5. Экономия (увеличение) амортизационных отчислений (Эа).

6. Прочая экономия от снижения себестоимости продукции за год (увеличение себестоимости) Эг:

$\text{Эг} = \pm \text{Эм} \pm \text{Эк} \pm \text{Эз} \pm \text{Эо} \pm \text{Эа} \pm \text{Эп}$

Итого экономия от снижения себестоимости продукции за год (увеличение себестоимости) Эд:  $\text{Эд} = \text{Эг} \times \text{М} / 12$ , где М – количество месяцев действия инновации с момента внедрения до конца года

**II. Стоимость капитальных затрат, необходимых для осущ. инновации (К)**

$\text{К} = \text{Стоимость недвижимости} + \text{Стоимость прироста оборотных средств}$

**III. Простой срок окупаемости капитальных вложений (Т)**

$\text{Т} = \text{Ст-ть кап. з-т} / \text{Год. Экономия от сниж. с/сти товара.}$

Основные положения определения экономической эффективности инноваций *за счет увеличения объема продаж продукции (работ, услуг).*

**I Прирост прибыли при увеличении количества проданного товара**

$\text{Годовая прибыль} = \text{Прибыль на ед. товара} \times \text{Кол-во проданного товара за год}$

**II Стоимость кап. затрат, необх. для осуществления инноваций (К)**

$\text{К} = \text{Стоимость недвижимости} + \text{Стоимость прироста оборотных средств}$

**III Простой срок окупаемости капитальных вложений (Т)**

$\text{Т} = \text{Ст-ть кап.з-т} / \text{Год.прибыль}$

Интегральной характеристикой результативности инновационной деятельности является повышение конкурентоспособности предприятия.

## 9. Понятие и сущность рисков

**Риск** — это потенциально существующая вероятность потери ресурсов или неполучения доходов, связанная с конкретной альтернативой управленческого решения.

Иначе говоря, риск есть вероятность неблагоприятного исхода, т.е. того, что предприниматель или организация в результате неудачного решения понесет ущерб в виде дополнительных расходов или неполученных доходов. Теория управления рисками оперирует также и понятием, обратным по своему смыслу риску. Этим понятием является шанс — вероятность благоприятного исхода, т.е. экономии ресурсов или получения дополнительных доходов.

Риск и шанс образуют полную группу событий:

$$Вр + Вш = 1,$$

где  $Вр$  — вероятность неблагоприятного результата решения (риск),

$Вш$  — вероятность благоприятного результата (шанс).

Итак, **риск** есть вероятностная категория, и характеризовать и измерять его следует как вероятность возникновения определенного уровня потерь. Следовательно, оценка риска предполагает измерение возможного уровня потерь, с одной стороны, и вероятности их возникновения, с другой.

Риск неразрывно связан с менеджментом. Ни один менеджер не в состоянии устранить риск полностью, но за счет выявления сферы повышенного риска, его количественного измерения, оценки допустимого уровня риска, регулярного проведения контроля руководитель способен владеть ситуацией и в определенной мере управлять риском.

Управление рисками исходит из предположения, что при реализации решений потери (необязательно экономические) неизбежны, но их величину можно ограничить.

Применение методов управления рисками приводит к тому, что размер потерь становится сопоставимым с тем выигрышем, который принесет решение. Таким образом, искусство управления риском заключается в балансировании уровней риска и потенциальной выгоды. Менеджер сопоставляет положительные и отрицательные стороны возможных решений и оценивает их вероятные последствия, т.е. определяет, насколько приемлем и оправдан риск в сравнении с возможной выгодой.

**Риск** — обязательный элемент хозяйственной деятельности, это возможная опасность, вероятность потери предприятием части доходов в результате производственной и финансовой деятельности.

**Риск** — вероятность благоприятного или неблагоприятного исхода какого-либо события либо сознательное принятие решения с элементами риска.

Существуют следующие виды хозяйственного риска: **Производственный риск, Коммерческий (товарный) риск, Финансовый**. Фин. риски подразделяют на два вида: связанные с покупательной способностью денег и вложением капитала (инвестиционные риски). **Системный риск, Селективный риск, Риск ликвидности, Кредитный риск, Региональный риск, Отраслевой риск** и т.п.

## 10. Виды рисков

**Риск** – обязательный элемент хозяйственной деятельности, это возможная опасность, вероятность потери предприятием части доходов в результате производственной и финансовой деятельности.

**Риск** – вероятность благоприятного или неблагоприятного исхода какого-либо события либо сознательное принятие решения с элементами риска.

Существуют следующие виды хозяйственного риска.

**Производственный риск** связан с производством продукции, осуществлением любой производной деятельности. Среди причин возникновения такого риска — уменьшение размеров производства, рост материальных и других затрат, уплата повышенных процентов, отчислений, налогов и т. д.

**Коммерческий (товарный) риск** возникает в процессе реализации товаров и услуг, произведенных или закупленных предпринимателем. Причины — снижение объема реализации вследствие, изменения конъюнктуры, повышения закупочной цены, непредвиденного снижения объема закупок, потерь товара в процессе обращения, роста издержек обращения.

**Финансовый риск** возникает в сфере отношений пр-тия с банками и др. фин. институтами. Он обычно измеряется отнош. заемных средств к собственным: чем выше это отношение, тем больше орг-ция зависит от кредиторов, тем выше фин. риск, поскольку ограничение или прекращение кредитования, ужесточение условий кредита влекут остановку производства из-за отсутствия сырья и т. д.

Фин. риски подразделяют на **два вида**: связанные с покупательной способностью денег и вложением капитала (инвестиционные риски). К рискам, связанным с покупательной способностью денег, относят инфляционный и валютный. **Инфляционный риск** возникает, если полученные доходы в результате инфляции обесцениваются быстрее, чем растут (с точки зрения покупательной способности). **Валютный риск** связан с существ. потерями, обусл. изменениями курсов иностранных валют. Этот вид риска особенно важен и требует оценки при проведении экспортно-импортных операций с вал. ценностями.

**Системный риск** — это риск ухудш. конъюнктуры (падения) какого-либо рынка в целом. Он не связан с конкретным объектом инвестиций и предст. собой общий риск на все вложения в данный рынок (фондовый, валютный, недвижимости и т. д.), заключающийся в том, что инвестор не сможет их вернуть, не понеся существенных потерь.

**Селективный риск** — это риск потерь или упущенной выгоды из-за неправильного выбора объекта инвестирования на определенном рынке, например, неправильного выбора ценной бумаги из имеющихся на фон-довом рынке при формировании портфеля ценных бумаг.

**Риск ликвидности** связан с возможностью потерь при реализации объекта инвестирования из-за изменения оценки его качества, напри-мер, какого-либо товара, недвижимости.(земли, строений), ценной бума-ги и т. д.

**Кредитный риск** — риск того, что заемщик (должник) окажется не в состоянии выполнить свои обязательства. В качестве примера можно привести отсрочку погашения кредита или замораживание выплат по облигациям.

**Региональный риск** связан с экономическим положением опреде-ленных регионов. Региональный риск может возникать в связи с общим депрессивным состоянием экономики ряда регионов (спад производства, высокий уровень безработицы).

**Отраслевой риск** связан со спецификой отдельных отраслей эконо-мики, которая определяется двумя основными факторами: подверженно-стью циклическим колебаниям и стадией жизненного цикла отрасли. По этим признакам все отрасли можно разделить на подверженные и менее подверженные циклическим колебаниям, а также на сокращающиеся, стабильные и быстрорастущие.

Риск связан **с конкретной организацией как объектом инвестиций**. Один уровень риска связан с консервативным типом поведения организа-ции, занимающей определенный, стабильный сектор рынка, имеющей по-стоянных потребителей (клиентуру), высокое качество продукции или ус-луг и придерживающейся стратегии ограниченного роста.

***Инновационный риск*** — это риск потерь, связанный с тем, что нововведение, новый товар или услуга, новая технология, на разработку которых могут быть затрачены весьма значительные средства, не будут реализованы или не окупятся.

## 11. Разновидность возможных потерь от рисков

**Риск** – вероятность благоприятного или неблагоприятного исхода какого-либо события либо сознательное принятие решения с элементами риска.

Оценка величины предпринимательского риска и его допустимости требует прежде всего знания основных видов потерь. Потери от риска в предпринимательской деятельности **подразделяют на** материальные, трудовые, финансовые, потери времени, специальные виды потерь.

**Материальные потери** - это не предусмотренные проектом затраты или прямые потери материальных объектов в натуральном выражении (здания, сооружения, передаточные устройства, продукция, полуфабрикаты, материалы, сырье, комплектующие изделия).

**Трудовые потери** - потери рабочего времени, вызванные случайными или непредвиденными обстоятельствами, например использованием некалиброванного прутка и обработкой его на универсальном токарном станке вместо автомата; применение опытно-статистических норм времени вместо технически обоснованных (единица измерения - чел.-час. или чел.-дни рабочего времени).

**Финансовые потери** возникают в результате прямого денежного ущерба (не предусмотренные предпринимательским проектом платежи, штрафы, выплаты за просроченные кредиты, дополнительные налоги, утрата денежных средств или ценных бумаг). Они могут быть также в результате неполучения или недополучения денег из предусмотренных проектом источников, невозвращения долгов и др.

**Потери времени** возникают в том случае, если процесс предпринимательской деятельности идет медленнее предусмотренного проектом (измеряется часами, сутками, декадами, месяцами и т.д.)

К числу **специальных видов** потерь можно отнести: потери, связанные с нанесением ущерба здоровью и жизни людей, окружающей среде, престижу предпринимателя и с другими неблагоприятными социальными и морально-психологическими факторами.

**Особая группа специальных видов потерь** - потери от воздействия непредвиденных факторов политического характера. Они вносят неразбериху в сложившиеся экономические условия жизни людей, нарушают ритм производственно-хозяйственной деятельности, порождают повышенные затраты живого и овеществленного труда, снижают прибыль. К типичным источникам политического фактора риска можно отнести: снижение деловой активности людей, снижение уровня трудовой и исполнительской дисциплины, неисполнение принятых законодательных актов, нарушение платежей и взаиморасчетов, неустойчивость налоговых ставок, принудительные отчисления и платежи, не имеющие здравого экономического смысла.

## 12. Методы управления рисками

**Управление риском** озн. определение вероятности проявления того или иного вида риска, его стоимости, проведение предупред. мер-тий, позвол. избежать или уменьшить потери. Управление риском призвано помочь предприятию ограничить себя от больших убытков, сформировать хорошее мнение о предприятии иметь выход при заключении договоров страхования в виде скидок от страховых платежей за проведение предупр. мероприятий.

Важным моментом системы управления риском явл. правильная оценка действительной ст-ти риска. Это нужно для того, чтобы объективно представить объем возможных убытков, которые могут иметь место и наметить меры к их предотвращению или обеспечению возмещения потерь.

Под **ст-тью риска** следует понимать факт. убытки для пр-тия, затраты по их уменьшению и возмещению.

Основными элементами системы управления хозяйственными рисками является анализ, прогноз, планирование и учет. В ходе анализа чаще всего изучают показатели базовых периодов, выявляются отклонения от намеченных целей и их причины. Такой анализ свидетельствует о безвозвратно потерянных возможностях снижения потерь. Но его возможности способствуют тому, чтобы не повторять ошибок прошлого.

По данным амер. школы упр-ния **причины банкротства** мелких фирм след.:

1. Некомпетентность управления
2. Недостаток опыта в производстве данного ассортимента продукции
3. Недостаток управленческого опыта
4. Узкий профессионализм
5. Невыполнение взятых на себя обязательств
6. Обман
7. Стихийные бедствия
8. Другие причины

Среди предупредительных мероприятий важное место занимает страхование.

**Страхование** – это система мероприятий по созданию денежного фонда, из средств которого возмещаются потери. Различают 3 вида страхования: имущественное, личное и страхование ответственности перед третьим лицом.

Широко используется западными фирмами **хеджирование** – ограждение от потерь предприятий, специализир. на обработке с/х и др. видов сырья путем страхования прогнозируемого уровня доходов передачей риска другой стороне.

**Диверсификация**, представляет собой процесс распределения инвестируемых средств между различными объектами вложения капитала, непосредственно не связанных между собой, с целью снижения степени риска и потерь доходов; диверсификация позволяет избежать части риска при распределении капитала между разнообразными видами деятельности (например, приобретение инвестором акций пяти разных акционерных обществ вместо акций одного общества увеличивает вероятность получения им среднего дохода в пять раз и, соответственно, в пять раз снижает степень риска).

**Лимитирование** – подразумевает установление ограничений на величины рисков и последующий контроль их выполнений. Величина лимита отражает готовность принимать на себя отдельный риск, но при этом не превысить потребностей при каждодневной деятельности подразделений.

**Резервирование** – создание резервных фондов (самострахование), предназначенных для возмещения убытков в случае возникновения разл. непредвиденных ситуаций за счет получ. прибыли. Создание резерва средств на покрытие непредв. рас-ходов предст. собой способ борьбы с риском.

Управление риском включает в себя следующие блоки: информационный, методический и технологический.

Содержание предупредительных мероприятий связано с видами рисков, с причинами их обуславливающими. Поэтому система управления риском должна базироваться на изучении большого количества данных, используя современные методы исследования.

13. **Хозяйственный риск: сущность, место и роль в хозяйственной деятельности**  
Риск, связанный с осуществлением производственно-хозяйственной деятельности, принято называть **хозяйственным риском**. В момент принятия управленческих решений относительно производственно-хозяйственной деятельности практически невозможно получить точные и полные знания об отдаленной во времени среде, в которой будет осуществляться деятельность организации, обо всех действующих или потенциально возможных внешних и внутренних факторах, оказывающих на нее влияние.

Хозяйственный риск всегда **имеет место** при производстве и реализации продукции или услуг, при проведении товарно-денежных и финансовых операций, при осуществлении социально-экономических и научно-технических проектов в связи с неопределенностью и изменчивостью экономической, социально-политической и экологической среды.

Следовательно, **хозяйственный риск** это — решение или действие в условиях неопределенности, связанное с производством продукции, товаров, услуг, их реализацией, товарно-денежными и финансовыми операциями, коммерцией, осуществлением социально-экономических и научно-технических проектов, в процессе которых есть возможность оценить ситуацию и достичь предпочтительных по отношению к другим субъектам результатов либо понести наименьшие потери. Во всех указанных видах деятельности приходится иметь дело с разнообразным использованием и обращением определенных видов ресурсов: материальных, трудовых, финансовых, информационных или интеллектуальных. В рискованных ситуациях есть возможность обеспечить значительный выигрыш или возникает угроза полной или частичной потери ресурсов, получения убытка.

От риска не надо отказываться, им нужно управлять с целью минимизации негативных последствий. Все это обуславливает необходимость выделения в теории и практике современного менеджмента принципиально нового направления, изучающего вопросы управления рисками.

Эффективность управления рисками может быть повышена не только за счет прогрессивных методов планирования, организации хозяйственной деятельности, но и творческого подхода к ним менеджера, предпринимателя.

**Предметом хозяйственного риска** являются теоретико-методологические, методические и практические аспекты исследования проблем создания адаптированной к риску системы хозяйствования.

Рискованные ситуации проявляются на глобальном (межстрановые, народнохозяйственные, межотраслевые, отраслевые, региональные, зональные, крупного предприятия) и локальном уровне. **Объектами хозяйственного риска** на определенном уровне являются производственный процесс, посреднические услуги, товарно-денежные и товарно-обменные операции, материальные и финансовые активы, социально-экономические и научно-технические проекты.

**Субъектами хозяйственного риска** могут быть работники, непосредственно занятые в различных сферах хозяйственной деятельности, а также партнеры, посредники и связанные с бизнесом государственные служащие.

Ситуация неопределенности имеет широкий диапазон: от полного неведения о будущих событиях до возможности хотя бы приблизительно определить крайние пределы случайных величин и предсказать интервалы наиболее вероятных их значений.

Таким образом, **риск** является следствием неопределенности. При этом зависимость между уровнем неопределенности и степенью риска может быть проиллюстрирована следующей кривой.

Когда **неопределенность равна нулю**, имеет место полная детерминированность, **в этом случае риск практически отсутствует**. При низком уровне неопределенности риск незначителен. При среднем и высоком уровне неопределенности риск существенно повышается, при сверхвысоком уровне неопределенности риск резко возрастает.



#### 14. Сущность и показатели качества продукции

**Качество** — это сов. свойств продукции, обуславливающих ее пригодность удовлетворить опред. потребности в соответствии с назначением. Потребности, как правило, выражаются в свойствах. Свойство пр-ции представляет собой объективную характеристику какой-либо стороны продукции (признак). Такими свойствами могут быть вес, габариты, цвет, произв-ть, назначение, надежность, долговечность и др. Для кол-ной характеристики свойств используются пок-ли.

По характеризующим св-м продукции **показатели** делятся на группы: показатели назначения, надежности и долговечности, технологичности, безопасности, транспортабельности, эстетичности, экологичности, эргономичности, патентно-правовой защиты и др. **Пок. назначения** указывают на область применения, хар-т свойства, определяющие способность продукции выполнять свои ф-ции в заданных условиях использования по назначению (например, полезная работа, произв-ть, мощность). **Пок. надежности** отражают способность изделия с течением времени выполнять требуемые ф-ции в заданном режиме. Это пок. безотказности, ремонтпригодности, долговечности.

В завис. от числа характеризующих свойств **показатели** делятся на ед. и комплексные. **Единичные пок.** хар-ют какое-то одно свойство изделия. Для измерения множества св-в используют комплексные пок-ли. Такие свойства продукции, как цвет, вес, длина, высота, материалоемкость, хар-тся единичным показателем. К **комплексным пок.** относят хар-ки качества пр-ции по назначению, надежности, технич. эстетике, новизне, эколог-ть и т.д.

Для **общей кол-ной оценки** качества используют сл. пок.: количество баллов, сортность, категории, соответствие лучшим достижениям, коэффициенты и др.

**Обобщающие показатели**, в отличие от ед-х и компл-х показателей, хар-ют не конкретные виды пр-ции, а уровень кач-ва пр-ции в целом (распределение пр-ции по важнейшим кач-ным показателям):

- объем и удельный вес новой пр-ции в общем объеме выпуск. на пр-тии продукции;
- объем и удельный вес продукции, соответствующей мировому уровню качества;
- объем и удельный вес продукции, поставляемый на экспорт;
- объем и удельный вес сертифицированной продукции;
- число полученных предприятием рекламаций по качеству данных изделий;
- распределение годной продукции по сортам.

Качество как сов-ть свойств может быть только относительным, фиксируется на конкретный период времени и изменяется при появлении более прогрессивной техники и технологии. Уровень кач-ва пр-ции — относит. хар-ка, основанная на сравнении пок-лей качества оцениваемой продукции с базовыми значениями показателя эталона, требованиями, закрепл. в стандартах или технических условиях. В сов-ти показатели создают базу для сравнения с другой аналогичной продукцией, позволяют оценить ее технический уровень. По мере развития потребностей общества к продукции предъявляются новые требования.

Качество значительно влияет на уровень таких пок., как себестоимость, цена, прибыль, рентаб. Конкуренция между производителями разворачивается главным образом на поле качества выпускаемой продукции. Рост эффективности производства связан с повышением качества, если цена па продукцию более высокого качества вырастет в большей степени, чем затраты на повышение качества.

## 15. **Управление и контроль качества продукции**

**Упр. кач. продукции** - это постоянный целеустр. процесс воздействия на факторы и условия, обеспеч. создание пр-ции, оптим. с точки зрения предъявляемых к ней треб. и обеспеч. макс. эффективное ее использование.

К **условиям** повыш. кач. продукции относятся обстоятельства, та среда, в которой действуют факторы улучш. качества. По масштабам воздействия условия могут быть частными и общими. К частным условиям относятся формы организации производства и труда, психологический климат в коллективе и др.; к общим - условия рынка, действ. механизм поощрения за высокое качество продукции и др.

В завис. от условий факторы либо полностью проявляют свои возможности либо это проявление сдерживается, и тогда для улучшения кач. необх. затратить больше времени и средств. Одна из наиболее сложных задач управления кач. состоит в том, чтобы при выработке меропр. по улучш. качества продукции обеспечить наиболее гармоничное сочетание факторов и условий этой деят-ти.

Системно-комплексный подход к организации работ по управл. кач. в нашей стране начал развиваться с середины 1950-х годов, когда была создана система бездефектного изготовления продукции. Многие подходы, в дальнейшем получили развитие в стандартах ISO 9000 "Упр-е кач-м пр-ции".

Концентрированный межд. опыт управления кач-м пр. на пр-тиях использован в междун. стандартах по упр-ю качеством. Во многих странах эти стандарты приняты в качестве нац-х. В зарубежной практике международные стандарты управления качеством применяются при заключении контрактов между фирмами в качестве моделей для оценки системы обеспечения качества у поставщика.

**Обеспечение качества** пр. предст. собой сов-ть план-х и проводимых мероприятий, создающих условия для выполнения каждого этапа петли качества т. о., чтобы продукция удовлетворяла опред. требованиям по кач-ву. Для технич. изделий обеспечение качества означает, что обеспеч. проектирование и изготовление изделия таким образом, что все его детали и изделие в целом изначально могут выполнять заданные ф-ции.

**Управление качеством продукции** - это методы и деят-ть опер. характера. К ним относятся управление процессами, выявление различного рода несоответствий в продукции, производстве или в системе кач-ва и устранение этих несоответствий и вызвавших их причин. Примером управления кач-вом может служить статистическое регулирование технолог. процесса с помощью контрольных карт. Этот метод позволяет предупреждать появление дефектов и отклонений и поэтому более предпочтителен, чем методы, связанные с управл. кач-вом по уже случившимся отклонениям. В связи с этим цель постоянного улучш. кач-ва пр-ции заключ. либо в улучшении параметров продукции, либо в повышении стабильности качества изготовления, либо в снижении издержек.

Следующая версия международных стандартов датируется 1994 г., когда был принят стандарт ISO 9000. Структурно эти стандарты повторяют версию 1987 г., однако число док-в было увеличено за счет введения доп. частей в стандарты ISO 9000 и ISO 9004.

## 16. Контроль качества продукции на предприятии

**Контроль качества** — это проверка соотв. колич-х или кач-х хар-к продукции или процесса, от которого зависит качество продукции, установленным техническим требованиям. Основная задача контроля качества — не допустить появления брака и других несоответствий продукции установленным требованиям. Поэтому в ходе контроля проводится постоянный анализ отклонений параметров продукции от установленных требований. В результате контроля выявл. отклонения от требований — несоотв. и дефекты.

Если параметры пр-ции не соотв. требованиям, система контроля качества позволяет оперативно выявить наиболее вероятные причины несоответствий и устранить их. Для обеспечения требуемого качества товаров усилия должны быть сосредоточены не на борьбе с выявленными дефектами и несоответствиями, а на предупреждении их появления, т. е. на управлении процессами производства. Именно на управлении процессами и построены современные системы менеджмента качества и безопасности.

**Сущность контроля** сост. в получении инф-ции о состоянии объекта контроля в и сопоставлении получ. рез-в с требованиями, содержащимися в норм-х и техни. документах, договорах на поставку. **Объект контроля** — продукция (товары), процессы их произв-ва, транспортирования, хранения, эксплуатации, технического обслуживания и ремонта, а также техническая и сопровод. док-ция.

**Классификация видов контроля:**

По стадии осуществления: Производственный; Эксплуатационный.

По этапу процесса производства: Входной; Операционный; Приемочный.

По полноте охвата контр-й продукции: Сплошной; Выборочный; Непрерывный; Периодический; Летучий.

По уровню технической оснащенности: Органолептический, Измерительный, Автоматизированная система контроля, Активный контроль.

По влиянию на объект контроля: Разрушающий, неразрушающий.

**Производственный** - осуществляется на стадии производства, **эксплуатационный** — на стадии эксплуатации или потребления. **Входной** — контроль пр-ции поставщика, поступ. к потребителю или заказчику для использования при изготовлении, ремонте или эксплуатации. Он явл. важнейшей мерой, позвол. обеспечить использование в произв-х процессах кач-го сырья, материалов, полуфабрикатов, комплектующих изделий, путем устрани. дефектов и несоответствий или эф-го воздействия на поставщиков при закл. контрактов. **Операц.** - проводится во время выполн. или после завершения технолог. операции. **Приемочный** — по результатам которого приним. решение о ее пригодности к поставкам и (или) использованию. **Сплошной** — контроль каждой ед. пр-ции в партии. Он применяется при единичном и мелкосерийном производствах. Сплошной контроль явл. довольно трудоемким и дорогостоящим, поэтому в крупносерийном и массовом производстве обычно применяют так наз. **выборочный** контроль, подвергая проверке лишь часть ед. продукции из партии продукции (выборку). Под **выборкой** понимают отбор элементов из генеральной совокупности или партии продукции.

Выборка обладает почти идентичными характеристиками с той генеральной совокупностью, из которой изъята. Если качество в выборке отвечает установленным требованиям, то вся партия считается качественной, если нет — вся партия бракуется. При выборочном контроле используют процедуры статистического приемочного контроля качества продукции.

При **непрерывном** контроле поступление инф-ции о контролируемых параметрах поступает непрерывно, при периодическом — через установленные интервалы времени.

**Летучий** — контроль, проводимый в случайное время. Эф-ть данного контроля обусловл. его внезапностью; осуществляется он, как правило, непоср. на месте изготовления, ремонта, хранения продукции. **Органолептический** — контроль, который основывается на восприятиях инф-ции о св-х контролируемого объекта органами чувств (зрения, слуха, обоняния, вкуса и осязания) без определения численных значений контролируемого объекта. **Измерительный** - связан с применением средств измерений. **Автоматизированная система контроля** — система, обеспеч. проведение контроля с частичным непосредственным участием

человека. Контроль осущ. комплексом аппаратных и программных средств одновременно с автом. оперативным управлением техн. объектами. **Автоматическая система контроля** — система, обеспечивающая проведение контроля без непосредственного участия человека. Состоит из средств контроля, выполняющих все функции контролеров. **Активный контроль** — осущ. непоср. в процессе обработки деталей на станке, дающий информацию о необходимости изменения режимов обработки или подналадки станка. **Разрушающий контроль** — контроль, в результате которого может быть нарушена пригодность объекта к применению. **Неразрушающий** — контроль, в результате которого возможно дальнейшее использование объектов контроля.

Контроль качества товаров осуществляется на уровне предприятий, на отраслевом и государственном уровнях. Контроль качества на промышленных предприятиях осуществляют работники отдела технического контроля (ОТК); рабочие, имеющие право самоконтроля; представители заказчика, если это предусмотрено контрактами на поставку. **Отдел техн. контроля** — самост. подразделение произв-ной организации, которое осуществляет независимый контроль соответствия продукции установленным требованиям и гарантирует это соответствие потребителю. Отдел технического контроля подчиняется непосредственно высшему руководству организации, что обеспечивает независимость контроля. Функции техн. контроля определяются во многом задачами и объектами производства. Они включают контроль за качеством и комплектностью выпускаемых изделий, учет и анализ возвратов продукции, дефектов, брака, рекламаций и др.

## 17. Система показателей качества: обобщающие и дифференцированные показатели

Под **показателем качества** продукции понимается колич. оценка одного или нескольких свойств продукции, составляющих ее качество. Оценка качества продукции осуществляется по совокупности показателей, установленных в соответствии с назначением продукции.

Система показателей качества включает дифференцированные и обобщающие показатели.

**Дифференцир. показатели** определяют качество конкретных видов продукции. Они дают количеств. и качеств. хар-ку свойств продукции, входящих в состав ее качества. В зависимости от колич. учитываемых признаков дифференцированные показатели делятся на единичн. и комплексные.

**Единичные показатели** характеризуют какое-то одно свойство продукции, комплексные - наиболее существенную совокупность свойств.

**Обобщающие показатели** определяют уровень качества продукции в целом. Общепринятой является следующая классификация единичных показателей.

**1. Показатели назначения** -- технико-технологические, которые определяют сферу применения продукции и характеризуют ее приспособленность (произв-ть оборудования, мощность).

**2. Показатели надежности и долговечности.** Надежность -- это свойство изделия выполнять свои функции, сохраняя эксплуат. показатели в заданных пределах в течение требуемого промежутка времени (безотказность, сохраняемость, ремонтпригодность). Долговечность -- это свойство изделия длительно сохранять работоспособность до предельного времени, которое устанавливается в завис. от условий обеспечения безопасности и экономической целесообразности.

**3. Показатели технологичности**, хар-щие эфф-ть конструкторско-технологических решений с точки зрения удельных затрат ресурсов (матер-х, энергет-х, трудовых) и обеспечения высокой произв-ти труда при изготовлении и ремонте оборудования (трудоемкость изделия).

**4. Показатели стандартизации и унификации**, определяющие степень использования стандартизированных и унифицированных деталей, узлов, а также оригинальных частей в изделии. Эти показатели дают косвенную информацию о затратах по эксплуатации изделия, возможности повторного использования узлов и деталей данного изделия.

**5. Эргономические показатели**, отражающие удобство и комфорт при эксплуатации изделия. В эту группу входит комплекс гигиенических, антропометрических, физиологических и психофизиологических свойств, проявляющихся при пользовании изделием (например, уровень освещенности, шума, вибраций, усилия, необходимые для управления, рациональность расположения элементов управления).

**6. Эстетические показатели**, хар-щие художественную выразительность, рациональность форм, целостность композиции, совершенство исполнения агрегатом, соответствие стилю.

**7. Показатели патентно-правовой защиты**, определяющие степень защищенности патентами основных технических решений изделия. Среди таких показателей выделяют патентоспособность и патентную чистоту.

**8. Экологические показатели**, характеризующие уровень вредных воздействий на окружающую среду при потреблении или эксплуатации продукции (например, содержание вредных примесей, уровень акустических, электромагнитных, радиационных воздействий).

**9. Показатели транспортабельности**, определяющие приспособленность продукции к транспортировке.

**10. Показатели безопасности**, отражающие особенности продукции для безопасного пользования и обслуживания.

Каждое изделие хар-ся сов-тью свойств, оцениваемых системой показателей. При этом улучшение одних показателей качества может сопровождаться ухудшением других. Поэтому возникает необходимость в комплексном показателе качества. Комплексный показатель качества отражает несколько или все свойства данного вида продукции.

## 18. Понятие системы качества

Роль и значение высокого качества продукции и услуг непрерывно возрастают под влиянием развития технологий производства и потребностей человека. В обеспечении конкурентоспособности требования к качеству становятся определяющими.

Как известно, **качество продукции** – это совокупность свойств продукции, обуславливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением. Если главной целью предпринимательской деятельности является получение прибыли, то роль качества в достижении этой цели – приоритетна. **Система качества** – это прежде всего такой способ организации дела на предприятии, который позволяет поставлять потребителю продукцию, которая отвечает его требованиям. Термин «**система качества**» означает совокупность организационной структуры, методик, процессов и ресурсов, необходимых для осуществления общего руководства качеством на всех этапах его формирования.

Для потребителя система качества предприятия является аргументом доверия к этому предприятию, гарантом того, что он получит ту продукцию, которая действительно ему необходима. В мировой практике крупные фирмы уже давно перешли к взаимоотношениям со своими поставщиками на основе систем качества.

В настоящее время в мире используются различные системы управления качеством. Выработаны и реализуются основные принципы системного подхода к управлению качеством. Их восемь. Эти принципы составляют основу готовящегося обновления международных стандартов по управлению качеством ИСО серии 9000.

Перечислим эти принципы:

- ориентация на потребителя;
- роль руководства в реализации всех принципов управления качеством;
- вовлечение работников в деятельность по управлению качеством;
- процессный подход в совокупности с системным подходом к управлению рассматривается в сочетании взаимосвязанных процессов, а каждый процесс – как система, имеющая вход и выход, своих «поставщиков» и «потребителей»;
- системный подход;
- постоянное улучшение;
- принятие решений, основанное на фактах;
- взаимовыгодные отношения с поставщиками.

Перечисленные принципы лежат в основе качества любого современного целенаправленного вида деятельности.

## 19. Пути повышения качества продукции

**Качество продукции** – совокупность свойств товара, обуславливающих его пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с назначением. Оно фиксируется на конкретный период времени и изменяется при появлении более прогрессивной технологии.

**Качество продукции** в условиях современного производства – важнейшая составляющая эффективности, рентабельности предприятия, поэтому ему необходимо уделять постоянное внимание.

На основе факторов, влияющих на качество продукции, нетрудно определить основные **пути повышения качества** продукции и ее конкурентоспособности. Они следующие:

- повышение технического уровня производства;
- повышение уровня квалификации персонала;
- совершенствование организации производства и труда, в том числе углубление специализации производства;
- внедрение выборочного и сплошного входного контроля за качеством поступающих на предприятие сырья, материалов, комплектующих деталей и узлов;
- повышение эффективности работы ОТК. Основной упор должен быть сделан не на разбраковку изготовленной продукции, а на профилактику производства с целью недопущения выпуска недоброкачественной продукции;
- повышение технического уровня метрологической службы на предприятии;
- воспитание коллектива в духе гордости за качество выпускаемой продукции и марку своего предприятия;
- материальное и моральное стимулирование персонала за высококачественное выполнение своих обязанностей;
- создание службы маркетинга;
- внедрение новых, более качественных материалов при изготовлении продукции;
- снижение издержек на производство и реализацию продукции;
- изучение требований покупателей к качеству продукции и конъюнктуры рынка;
- проведение действенной рекламы;
- установление оптимальной продажной цены и др.

## 20. Стимулирование повышения качества продукции

**Качество продукции** – совокупность свойств товара, обуславливающих его пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с назначением. Оно фиксируется на конкретный период времени и изменяется при появлении более прогрессивной технологии.

Стимулирование повышения качества продукции рассматривается с двух точек зрения: стимулирование объекта (предприятия) и субъекта (работника). В условиях рыночной экономики стимулирование предприятия осуществляется путем роста объема продаж и прибыли фирмы, выпускающей высококачественную и конкурентоспособную продукцию. Кроме того, повышается престиж фирмы, который нужно постоянно поддерживать продуманной стратегией и менеджментом качества. На малых и средних предприятиях, где однозначно можно оценить вклад каждого подразделения в успех (или убыточность) фирмы, стимулирование имеет непосредственный характер, через планирование и учет фактических доходов каждого центра ответственности. На крупных предприятиях возможно создание поощрительных фондов цеха за выпуск высококачественной продукции и возмещение ущерба смежникам за брак.

Мотивация труда работников за высокое качество продукции осуществляется по трем направлениям: материальное, моральное и организационно-техническое стимулирование. Материальное стимулирование идет по линии повременной или сдельной формы оплаты труда, а также через специальные премиальные выплаты.

Моральное поощрение проявляется в разных формах: престижность работы в известной фирме, разовые персональные знаки отличия.

Организационно-техническое стимулирование реализуется через кружки качества, где работники, имеющие большой творческий потенциал, имеют возможность осуществить свои рационализаторские предложения и изобретательские способности. Участие в кружках качества, кроме того, для отдельных работников сопровождается материальным (разовым) и моральным поощрением.



## 21. Техническое нормирование и стандартизация продукции

В современном понятии техническое нормирование и стандартизация рассматриваются в аспекте управления качеством.

**Стандартизация** представляет собой деятельность по установлению технических требований всеобщего и многократного применения в области разработки, производства, применения, хранения, перевозки, реализации, утилизации продукции или оказания услуг.

**Техническое нормирование** — деятельность по разработке обязательных требований к безопасности продукции, процессам ее разработки, производства, применения, хранения, перевозки, реализации, утилизации или оказания услуг.

В качестве **объектов** стандартизации и технического нормирования выступают: продукция, услуги, работы, процессы, информация.

Разрабатываемые в процессе технического нормирования и стандартизации технические требования фиксируются в технических нормативных правовых актах (ТНПА). **Виды ТНПА:**

— технический регламент является результатом технического нормирования, утверждается Советом Министров, устанавливает обязательные для соблюдения требования по безопасности объектов;

— технический кодекс разрабатывается в процессе стандартизации и содержит основанные на результатах практики технические требования к процессам разработки, производства, применения, хранения, перевозки, реализации, утилизации или оказания услуг. Разрабатывает и утверждает уполномоченный республиканский орган государственного управления;

— технические условия разрабатываются в процессе стандартизации и содержат требования к конкретному типу, марке, модели, виду продукции или услуги, включая правила приемки и методы контроля. Утверждается юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем;

— стандарт разрабатывается в процессе стандартизации на основе согласия заинтересованных субъектов технического нормирования и стандартизации и содержит требования к продукции, процессам ее разработки, производства, применения, хранения, перевозки, реализации, утилизации или оказания услуг.

**Виды стандартов:**

— международные (МС ИСО, МС МЭК);

— региональные (EN — европейский стандарт, BS EN, DIN EN, NF EN — стандарты стран-участниц ЕС, ГОСТ — стандарт стран СНГ);

— государственные (СТБ);

— стандарты организаций

## 22. Сертификация продукции

В условиях рыночной экономики, когда продукцию и услуги представляют пред-приятия различных форм собственности, наиболее эффективным способом гарантии, качества продукции и услуг, а точнее соответствия их установленным требованиям, является сертификация.

Это следует из сущности самого понятия сертификации и той организационной системы, которая создается для ее реализации. Понятие "сертификация соответствия" было сформулировано специальным Комитетом Совета Международной Организации по стандартизации (ИСО) по вопросам сертификации (СЕРТИКО) и включено в Руководство № 2 ИСО, выпущенное в ноябре 1982 г. Пересмотренное Руководство ИСО/МЭК 2, вышедшее как совместное издание ИСО и МЭК (Международная электротехническая комиссия) без существенных изменений воспроизводит определение этого понятия, Международная организация по стандартизации (ИСО) создана в 1947 году. Её целью является содействие стандартизации в мировом масштабе. В состав ИСО входят национальные органы по стандартизации. ИСО разрабатывает свои стандарты и другие документы на продукцию, терминологию, классификацию, организационную деятельность.

**Сертификация** - процедура, посредством которой третья сторона документально удостоверяет, что продукция, процесс или услуга соответствуют заданным требованиям.

Третья сторона — лицо или орган, признаваемые независимыми от участвующих сторон в рассматриваемом вопросе.

**Сертификат соответствия** — документ, выданный в соответствии с правилами системы сертификации и удостоверяющий то, что должным образом идентифицированная продукция, процесс или услуга соответствуют конкретному стандарту или другому нормативному документу.

**Знак соответствия** — защищенный в установленном порядке знак, применяемый или выданный в соответствии с правилами системы сертификации и указывающий, что соответствующая продукция, процесс или услуга соответствует конкретному стандарту или другому нормативному документу.

Орган по сертификации (ОС) выполняет следующие функции: \*привлекает на договорной основе для проведения исследований (испытаний) и измерений испытательные лаборатории (центры); \*осуществляет контроль за объектами сертификации, если такой контроль предусмотрен соотв. схемой обязательной сертификации и договором; \*ведет реестр выданных им сертификатов соответствия; \*информирует соотв. органы гос. контроля (надзора) за соблюдением требований технических регламентов о продукции, поступившей на сертификацию, но не прошедшей ее; \*приостанавливает или прекращает действие выданного им сертификата соответствия; \*обеспечивает предоставление заявителям информации о порядке проведения обязательной сертификации; устанавливает стоимость работ по сертификации на основе методики определения стоимости таких работ.

ОС несет ответственность за обоснованность и правильность выдачи сертификата соответствия, за соблюдение правил сертификации.

### 23. **Виды сертификации и структурные элементы оценки соответствия**

Все виды сертификации в РБ преследуют цель подтвердить соответствие того или иного объекта установленным требованиям. Параметры, определяющие это, содержатся в регламентирующих документах различных систем стандартизации. Сертификации подлежит не только продукция (а это товары, услуги, работы), но и системы менеджмента, профессиональная компетенция и многое другое.

**Отдельные виды** сертификации не являются обязательными и не контролируются государственными органами. Однако сертификация на добровольной основе имеет ряд преимуществ, среди которых расширение рынка сбыта, повышение лояльности потребителя и улучшение позиций среди конкурентов.

В Республике Беларусь действует несколько систем сертификации. Система Таможенного союза позволяет пройти процедуру один раз для партии, серии или единичного изделия и распространять продукцию на территории всех государств-участниц. В ее рамках проводятся:

Подтверждение соответствия продукции требованиям технических регламентов Таможенного союза (ЕАЭС). Документы о соответствии — сертификат или декларация.

Государственная регистрация продукции. Итоговый документ — свидетельство.

Национальная система дает право свободно распространять продукцию только в пределах Республики Беларусь. Она предполагает проведение следующих процедур:

Подтверждение соответствия техническим регламентам РБ. Итоговые документы — сертификат либо декларация.

Оформление сертификата или декларации по государственным стандартам и другим взаимосвязанным документам.

Сертификация энергоэффективности для электроприборов по постановлению Совмина РБ от 21.10.2016 №849.

Сертификация систем менеджмента (качества, экологического, ИТ и других) по национальным стандартам СТБ, в том числе ISO 9001:2015. Сертификат на СМК пригодится для заключения контрактов в строительстве и при подтверждении соответствия различной продукции.

Определение собственного производства с последующей выдачей сертификата.

Подтверждение страны происхождения продукции. Итог — сертификат.

В других странах и их объединениях созданы собственные системы, чтобы официально ввозить и продавать продукцию на их территории:

Сертификация и СЕ-маркировка в Евросоюзе по Директивам.

Сертификация и декларирование FCC/UL/SA для Соединенных Штатов Америки.

Сертификация и декларирование CCC для Китая.

Сертификация в рамках системы ГОСТ Р для Российской Федерации.

Сертификация по правилам системы ГОСТ К для Казахстана.

Другие системы стран и объединений.

**Виды обязательной сертификации** — процедуры подтверждения соответствия продукции техническим регламентам, стандартам и т. д. В Национальной системе Республики Беларусь следует руководствоваться такими документами:

Технические регламенты для строительной сферы 2009/013/ВУ, а также для средств электросвязи ТР 2018/024/ВУ.

Постановление Совмина РБ от 21.10.2016 №849.

В перечисленных выше документах описаны способы подтверждения соответствия и представлены перечни продукции, которую необходимо сертифицировать в обязательном порядке. Стоит отметить, что помимо товаров, работ и услуг в эти списки входит и профессиональная компетенция персонала.

В системе Таможенного союза главными документами с руководством и требованиями являются технические регламенты. По состоянию на март 2019 года действует 41 ТР ТС (ТР ЕАЭС) на продукцию в широком ассортименте: от детских вещей до горюче-смазочных жидкостей. Сертификат по ТР ТС принимается разными странами, действует до 5 лет. Выдают его, как и в Национальной системе, аккредитованные органы, а испытания проводят специализированные лаборатории.

Все виды обязательной сертификации предполагают, что без их проведения нельзя легально распространять продукцию по ТС или РБ, если на нее распространяются требования регламентирующих документов.

Подтверждение соответствия осуществляется на основании определенных требований.

Алгоритм проведения данной процедуры следующий:

- Осуществл. подача заявления на проведение сертификации, рассмотрение заявки.
- Производится принятие решения, а также определение наиболее оптимальной схемы.
- Подписание договора на проведение заказанных работ.
- Выполняется отбор образцов, идентификация, испытание.
- На основании проведенных манипуляций дается оценка.
- Анализ результатов, принятие решения относительно выдачи сертификата или отказа.
- Проводится регистрация сертификата при положительном решении.
- Выдача документа.
- Контроль инспекции за сертифицированной продукцией.

Это алгоритм, по которому действуют специалисты при выполнении заказов на сертификацию.

Органу сертификации на рассмотрение заявки необходимо до трех дней. На протяжении этого периода времени заявителю должны сообщить о принятом решении. Не более одного дня должна продолжаться процедура соответствия для субъектов малого предпринимательства, а также физических лиц. Процедура соответствия производится через образцы, состав и технология их должны быть точно такими же, как у основной продукции, которая поставляется потребителям.

## 24. Влияние уровня качества продукции на экономическое развитие предприятия

**Качество продукции** – совокупность свойств товара, обуславливающих его пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с назначением. Оно фиксируется на конкретный период времени и изменяется при появлении более прогрессивной технологии.

**Особое значение** проблемы качества продукции определяется тем, что она является комплексной и затрагивает интересы как производителей, так и потребителей и общества в целом. Качество продукции для потребителя означает пригодность к применению, надежность, соблюдение сроков поставки, наличие системы технического сервиса, снижение удельных издержек. Для общества в целом повышение качества продукции рассматривается в аспекте ограничения риска от ее применения или потребления, минимизации загрязнения окружающей среды, сбережения ресурсов, решения социальных задач. Выпуск качественной продукции предприятиями-изготовителями является фактором ее конкурентоспособности и успешного продвижения на внутренние и внешние рынки, обеспечения роста объема продаж и прибыли, эффективности использования производственных ресурсов, повышения степени адаптивности к изменяющимся условиям внешней среды, активизации процесса поиска и внедрения инноваций. Высокое качество продукции отечественных предприятий обеспечивает целый ряд преимуществ и для национальной экономики: увеличение экспортного потенциала, усиление экономической независимости государства и его безопасности, ускорение научно-технического прогресса, рост благосостояния общества, создание предпосылок для устойчивого экономического роста.

25. **Сущность и измерители, определяющие конкурентоспособность продукции**  
В самом общем виде под **конкуренцией** понимается соперничество между лицами, заинтересованными в достижении одной и той же цели.

**Под конкурентосп-ю товара** понимается совокупность его кач-х и стоим-х характеристик, которые обеспечивают удовлетворение конкретной потребности покупателя и выгодно для покупателя отличается от аналогичных товаров-конкурентов.

Конкурентоспособность продукции оценивается по следующим правилам.

- Выбор и оценка рынка для реализации товара;
- Изучение конкурентов по производству и реализации аналогичных продуктов;
- Выбор и обоснование наиболее конкурентоспособного товара – аналога в качестве базы для сравнения.
- Определение параметров для оценки:
  - эконом. (себест, цена покупки, цена потребления, сроки гарантии)
  - технические (конструктивные параметры, мощность двигателя)
  - нормативные (надежность, долговечность, а также эргономические параметры, которые характеризуют удобство работы: гигиенические, физиологические – шум, загазованность, запыленность, температура);
- Расчет единичных, групповых и интегральных показателей конкурентоспособности;
- Выработка товарной политики предприятия относительно производства товара для данного рынка (расширение производства, модификация, снятие с производства и т.п.)

Из экономических параметров определяющую роль играет цена потребления.

Цена потребления состоит из расходов на покупку товара и расходов связанных с потреблением, эксплуатацией. Цена потребления значительно выше цены покупки.

Поэтому наиболее конкурентоспособен не тот товар, за который просят минимальную цену на рынке, а тот, у которого минимальная цена потребления за весь срок его службы у покупателя.

Цена потребления складывается из следующих элементов:

- расходы на покупку, - расходы на транспортировку до места использования,
  - стоимость пуска в эксплуатацию,- обуч. персонала, - затраты на послегаран.сервис.
- Однако, при всей важности экономического показателя, конкурентоспособность продукции, ее рентабельность на рынке определяется, прежде всего, качественными показателями.

Зарубежные специалисты по управлению считают, что **конкурентоспособность продукции на 70-80% зависит от ее качества**. Опыт высокоразвитых зарубежных стран показывает, что уже с середины 1960-х годов центр тяжести конкурентной борьбы переместился в сторону высокого качества продукции. Соответственно, среди методов конкуренции преобладающим выступают неценовые методы, т.е. конкуренция, при которой упор делается на улучшение качества продукции и условий ее продажи при неизменных или слабо меняющихся ценах.

Определение конкурентоспособности по группе показателей, определяющих экономические и качественные параметры (к последним относятся технические и нормативные параметры) осуществляется по изделиям одного вида, обладающих однородной потребительской стоимостью. **К показателям, характеризующим качество продукции, относятся:** безотказность, долговечность, ремонтпригодность, сохраняемость, технологичность, безопасность, эстетичность, мощность, энергоемкость, размер, масса и многие другие. Из множества показателей эксперты выбирают определяющие и рассчитывают единичные, групповые и интегральные показатели конкурентоспособности товара производителя и конкурента на основе сравнения количественных оценок того или иного параметра. Величина количественной оценки устанавливается, как правило, экспертным путем.

## 26. Факторы, определяющие конкурентоспособность продукции

В зависимости от методов осуществления конкуренцию разделяют на **ценовую** и **неценовую**. Ценовая конкуренция предполагает продажу продукции по более низким ценам, чем конкуренты. Неценовая конкуренция базируется на отличительной особенности продукции по сравнению с продукцией конкурентов.

Предложение продукции по более низкой цене, чем у конкурентов, означает использование на предприятии новейших технологий, позволяющих производить больше продукции в единицу времени, а также снижать уровень расходования ресурсов, обеспечивая более низкий уровень издержек производства продукции. Своевременное обновление активной части основных фондов позволяет не допустить наступления морального износа первого вида. Это сохраняет ценовые конкурентные преимущества, не допуская удорожания продукции. Комплексная механизация и автоматизация производства способствуют высвобождению рабочей силы и уменьшают в структуре затрат на продукцию долю расходов на оплату труда.

Также важную роль играет **организация логистики** на предприятии. Эффективно построенная логистика обеспечивает такое движение материалов и запросов, которое минимизирует количество денег, связанных на то время, пока продукция не продана. К **неценовым факторам** конкурентоспособности относятся качества продукции, товарная марка, организация каналов реализации продукции, реклама, послепродажное обслуживание, новизна продукции.

Также существуют **технико-экономические факторы**: качество, продажная цена и затраты на эксплуатацию или потребление продукции, или услуги. Эти компоненты зависят от производительности и интенсивности труда, издержек производства, наукоемкости продукции.

**Коммерческие факторы** определяют условия реализации товаров на рынке (конъюнктура рынка, предоставляемый сервис, реклама, имидж).

**Нормативно-правовые факторы** отражают требования технической, экологической и иной безопасности использования товара на данном рынке, а также патентно-правовые требования.

## 27. Показатели оценки конкурентоспособности продукции

Понятия конкуренции и конкурентоспособности являются в настоящее время одними из самых употребляемых на всех уровнях управления.

**Под конкурентосп-ю товара** понимается совокупность его кач-х и стоим-х характеристик, которые обеспечивают удовлетворение конкретной потребности покупателя и выгодно для покупателя отличается от аналогичных товаров-конкурентов.

**К показателям, характеризующим качество продукции, относятся:** безотказность, долговечность, ремонтпригодность, сохраняемость, технологичность, безопасность, эстетичность, мощность, энергоемкость, размер, масса и многие другие. Из множества показателей эксперты выбирают определяющие и рассчитывают единичные, групповые и интегральные показатели конкурентоспособности товара производителя и конкурента на основе сравнения количественных оценок того или иного параметра. Величина количественной оценки устанавливается, как правило, экспертным путем.

Для оценки уровня конкурентоспособности продукции предлагается использование методики, позволяющей через систему показателей оценить соотношение цены и качества. Оценка производится с учетом весомости каждого показателя и включает расчет последовательно единичных, групповых и обобщающих индексов конкурентоспособности продукции. Состав показателей определяется видом и специфическими особенностями продукции.

В общем случае целесообразно все **показатели** включить в следующие **группы**:

- **технические**, характеризующие основные потребительские свойства продукции;
- **экономические**, включающие все затраты потребителя на стадии обращения и эксплуатации;
- **нормативные**, характеризующие соответствие продукции обязательным требованиям;
- **сервиса**, определяющие уровень гарантийного и сервисного обслуживания продукции в эксплуатации.



## 28. Методы определения конкурентоспособности продукции

**Под конкурентосп-ю товара** понимается совокупность его кач-х и стоим-х характеристик, которые обеспечивают удовлетворение конкретной потребности покупателя и выгодно для покупателя отличается от аналогичных товаров-конкурентов.

Выделяют две основные группы методов рыночной конкуренции: ценовые и неценовые.

В первом случае(**ценовые**) соперничество ведется посредством снижения цены на товар. Дополнительная прибыль извлекается в результате снижения издержек производства и реализации товара, увеличения объема сбыта без изменения ассортимента и качества. Считается, что ценовой метод конкуренции осложняет планирование и управление предприятием, позволяет конкурентам принять аналогичные ответные шаги. Чаще всего он применяется для внедрения на перспективные рынки.

**Неценовые методы** конкуренции включают: • изменение свойств товара с целью выделения его из ряда товаров конкурентов; • придание товару новых для потребителя свойств; • индивидуальную реакцию на запросы потребителей; • совершенствование услуг, сопутствующих товару.

Неценовые методы по сравнению с ценовыми требуют существенно больших финансовых затрат и организационных усилий, однако они являются более эффективными, поскольку конкуренты не могут быстро предпринять симметричные ответные шаги. В условиях современной конкуренции наблюдается преобладание неценовых методов конкуренции над ценовыми.

Оценка конкурентоспособности производится сопоставлением параметров анализируемого товара с параметрами базы сравнения. Сравнение проводится отдельно по группам технических и экономических характеристик.

Как правило, оценка конкурентоспособности товара осуществляется дифференциальным, комплексным или смешанным методом.

**Дифференциальный метод** основан на использовании единичных параметров анализируемого товара и базы сравнения и их сопоставлении.

Если при оценке по техническим и экономическим характеристикам базовые значения установлены нормативно-технической документацией или договорами, то единичный показатель может быть меньше или равен 1. В случае, когда анализируемый товар имеет характеристику, значение которой превышает потребности, указанное повышение не будет оцениваться потребителем как преимущество, единичный показатель по данному параметру не может иметь значения больше 1 и при расчетах должна использоваться минимальная из двух величин: 1 или фактическое значение этого показателя. При оценке по нормативным параметрам единичный показатель принимает только два значения: 1 или 0. Если анализируемый товар соответствует обязательным нормам и стандартам, показатель равен 1, если нет, то показатель равен 0. Если технические параметры товара не имеют количественной оценки, для придания этим параметрам количественных характеристик используются экспертные методы оценки в баллах.

В большинстве случаев дифференциальный метод позволяет лишь констатировать факт конкурентоспособности анализируемого товара или наличия у него недостатков по сравнению с товаром-аналогом. Он не учитывает влияния каждого параметра на предпочтение потребителя при выборе товара. Для устранения этого недостатка используется комплексный метод оценки конкурентоспособности.

**Комплексный метод оценки конкурентоспособности** товара основывается на применении комплексных показателей или сопоставлении удельных полезных эффектов анализируемого товара и образца. Представляет собой сумму произведений технических параметров и их весомостей. Для определения весомости каждого технического параметра в общем наборе используют экспертные оценки, основанные на результатах маркетинговых исследований. Этот комплексный показатель характеризует степень соответствия данного товара существующей потребности по всему набору технических параметров. Чем он выше, тем в целом полнее удовлетворяются запросы потребителей.

Расчет комплексного показателя по экономическим параметрам производится на основе определения полных затрат потребителя на приобретение и эксплуатацию товара.

**Смешанный метод** оценки конкурентоспособности товара представляет собой сочетание дифференциального и комплексного методов. При смешанном методе используется часть параметров, рассчитанных дифференциальным методом, и часть параметров, рассчитанных комплексным методом.

Существенный недостаток этих методов состоит также в том, что потребительские свойства товара и их набор определяются без учета мнения потребителя. В соответствии с ними предполагается, что улучшение любой из характеристик товара автоматически повышает его конкурентоспособность. Однако улучшение характеристик товара по сравнению с базовым образцом не всегда гарантирует появление конкурентных преимуществ, поскольку в реальной жизни решающая роль в оценке преимуществ или недостатков товара принадлежит потребителю.

В ряде случаев для оценки конкурентной позиции отдельных товаров на рынках используют **матричный метод**. Для этого применяют два показателя: качество и цену. Рекомендуются такую оценку осуществлять в следующей последовательности.

1. Анализируемые товары и товары главных конкурентов на исследуемом рынке оцениваются по двум критериям: интегральному показателю, характеризующему уровень потребительских свойств товара, и цене. В случае, когда имеется ограниченное число ведущих показателей, возможно использование отдельных показателей качества и цены.

2. Все исследуемые товары наносятся на поле матрицы: "качество – цена". В случае необходимости можно использовать и третью координату – объем реализации (радиус окружности).

3. Для всей совокупности анализируемых товаров определяется среднее значение показателя, характеризующего уровень потребительских свойств товара, и цены. Затем проводятся линии, характеризующие эти средние значения.

4. Подобная процедура осуществляется для всех важнейших рынков.

5. Определяется острота конкурентной борьбы на отдельных рынках и на совокупном рынке по степени концентрации товаров организаций-конкурентов в различных квадрантах матрицы.

6. Корректируется производственно-сбытовая политика организации с точки зрения качества и цены выпускаемой продукции. Рынок сбыта определяется исходя из принципа предпочтительности деятельности на рынках, где острота конкурентной борьбы наименьшая.

## 29. Конкурентоспособность предприятия и факторы, на нее влияющие

Конкурент. предприятия явл. более сложным и обобщающим понятием по сравнению с понятием «конкурентосп. товара». **Конкурент-ть предприятия** — интегральная числовая характеристика, с помощью которой оцениваются достигнутые предприятием конечные результаты его деятельности в течение определенного периода. Это система элементов, каждый из которых предназначен для отражения числовой (например, балльной) оценки определенного вида потенциала. Конк. предп. обеспечивается за счет приобретаемых им разного рода преимуществ по сравнению с основными конкурентами, а именно: эконом., фин., инвестиционных, кадровых, имиджевых и т.п. Рассмотрение конкурентоспособности организации через призму конкур-ти продукции — подход, реализуемый на оперативном или тактическом уровне управления, предполагающий принятие управленческих решений, позволяющих локализовать неблагоприятную ситуацию и минимизировать возможные потери. Стратегическая же конкурентоспособность возможна при наличии у организации устойчивых управляемых конкурентных преимуществ на длительную перспективу, одним из которых является альтернативный набор стратегий конкурентоспособности организации.

Обеспечение конкурентоспособности организации предполагает три уровня: оперативный, тактический и стратегический.

Обеспечение конкурентоспособности на оперативном уровне означает обеспечение конкурент. продукции. Критерием конкурентоспособности в данном случае является показатель конкурентоспособности продукции.

Конкурентоспособность на тактическом уровне характеризуется общим состоянием предприятия. Критерием конкурентоспособности в данном случае является комплексный показатель состояния предприятия.

Обеспечение конкурентоспособности на стратегическом уровне означает обеспечение инвестиц. привлекательности предприятия. Критерием конкур-ти в данном случае является рост стоимости предприятия.

**Конкурентоспособность предприятия** в самом широком смысле можно определить как способность к достижению собственных целей в условиях противодействия конкурентов. Цели, как правило, имеют временную привязку. Поэтому можно сказать, что конкурентоспособность предприятия определяется его способностью вести успешную (в отношении поставленных целей) деятельность в условиях конкуренции в течение определенную времени.

### 30. Управление конкурентоспособностью предприятия

**Управление конкурентоспособностью** - деятельность, оказывающая управляющее воздействие на производственно-экономические системы, изменять оптимальным образом факторы конкурентоспособности товара для достижения поставленной цели в условиях воздействия среды.

Целями управления являются: увеличение прибыли, поддержание на определенном уровне показателей конкурентоспособности и др.

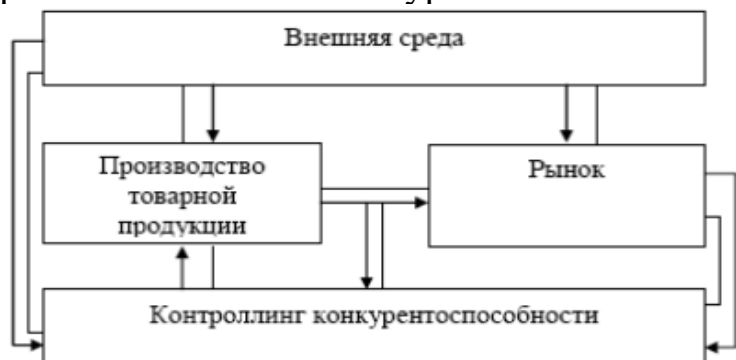


Рисунок 2.1. - Структурная схема системы управления конкурентоспособностью

### **Научные подходы к формированию механизма конкурентоспособности организации**

**1. Системный подход.** Позволяет повысить качество и эффективность управляемых объектов. Системный подход – философия управления, методология исследования объектов как систем, метод выживания на рынке, метод превращения сложного в простое, восхождения от абстрактного к конкретному.

#### **2. Логический подход.**

К методологическим принципам диалектической логики относят: 1) принцип объективности рассмотрения объекта; 2) принцип всесторонности рассмотрения объекта (требование рассматривать объект во всех его связях и отношениях); 3) принцип историзма (рассмотрение объект в его развитии, самодвижении, с тем, чтобы предсказать его будущее состояние).

#### **3. Инновационный подход.**

Ориентирован на активизацию инновационной деятельности в области базовых наукоёмких отраслей, являющихся двигателями развития экономики. Факторы производства и инвестиций должны быть средствами научно обоснованной инновационной деятельности, а не её целью.

#### **4. Комплексный подход.**

При применении комплексного подхода должны учитываться технические, экологические, организационные, социальные, психологические, а при необходимости и другие (например, политические) аспекты управления и их взаимосвязи. Если упустить один из обязательных аспектов управления, то проблема не будет полностью решена. Напр., при проектировании новых орудий труда показателям экологичности и эргономичности иногда уделяется второстепенное внимание, поэтому они становятся неконкурентоспособными.

**5. Глобальный подход.** Суть глобального подхода заключается в том, что при формировании и решении большинства проблем обеспечения конкур-ти крупных объектов точка обзора мысленно должна быть над глобальной системой, а не на уровне, где находится анализируемый объект.

**6. Интеграционный подход.** Нацелен на исследование и усиление взаимосвязей: а) между отдельными подсистемами и компонентами СОК; б) между стадиями жизненного цикла объекта управления (стратегический маркетинг, НИОКР и т.д.); в) между уровнями управления по вертикали (страна, регион, город, фирма); г) между субъектами управления по горизонтали. **Интеграция** - это усиление сотрудничества субъектов управления, их объединение, углубление взаимодействия и взаимосвязей между компонентами системы управления. Интеграция между отдельными подсистемами и компонентами СОК обеспечивается углублением и конкретизацией взаимосвязей между ними, количественным выражением этих взаимосвязей. Напр., управляющая подсистема задаёт службам и подразделениям организации конкретные показатели функционирования по качеству, количеству, затратам ресурсов, срокам и др., на основе выполнения которых достигаются поставленные цели.

**7. Виртуальный подход.** Суть подхода - в применении сети Интернет и др. средств электронной связи с целью формирования виртуальных организационных структур, получения, обработки, использования и передачи информации для удовлетворения потребностей при возможности действовать на местном уровне, конкурировать в глобальном масштабе без прямых контактов с клиентами и партнёрами. На основе виртуального подхода создаются виртуальные организации, осуществляется множество сделок и т.д.

Отличительные черты виртуальных организаций:

- осуществление связей управляющих действий на основе интегрированных и локальных информационных систем и телекоммуникаций;
- взаимоотношения со всеми партнёрскими и другими заинтересованными организациями через серию соглашений, договоров и взаимное владение;
- образование временных альянсов, организаций в смежных областях деятельности.

**8. Маркетинговый подход.** Предусматривает ориентацию управляющей подсистемы при решении любых задач на потребителя. Напр., выбор стратегии организации должен осуществляться на основе анализа существующих и прогнозирования будущих стратегических потребностей в данном виде товара или услуг, прогнозирования жизненных циклов будущих товаров, анализа конкурентоспособности товаров и товаров конкурентов. Прогнозирования их конкурентных преимуществ, прогнозирования механизма действия закона конкуренции.

**9. Эксклюзивный подход.** Суть подхода – в приобретении субъектом управления исключительного права на пользование по своему усмотрению новшеством в любой области деятельности или конкурентным преимуществом.

**10. Воспроизводственно-эволюционный подход.**

Ориентирован на постоянное возобновление производства объекта для удовлетворения потребностей конкретного рынка с меньшими (по сравнению с лучшим аналогичным объектом на данном рынке) совокупными затратами на единицу полезного эффекта.

**11. Процессный подход.**

Процессный подход рассматривает функции управления как взаимосвязанные. Процесс управления начинается со стратегического маркетинга – комплекса работ по прогнозированию нормативов конкурентоспособности и формированию портфеля новшеств и инноваций, рыночной стратегии фирмы на основе стратегической сегментации рынка.

**Планирование** – функция управления, комплекс работ по анализу ситуаций и факторов внешней среды; прогнозированию, оптимизации и оценке альтернативных вариантов достижения целей; выбору наилучшего варианта плана.

**Организация процессов** – комплекс управленческих и производственных процессов по реализации планов. Процессы могут быть основными, вспомогательными и обслуживающими.

**Учёт** – функция управления по фиксации времени, расхода ресурсов, каких-либо параметров системы менеджмента на различных видах носителей информации.

**Контроль** – функция управления по обеспечению выполнения программ, планов, письменных или устных заданий, реализующих управленческие решения.

### 31. Оценка стоимости организации (предприятия)

Оценка стоимости предприятия является составным элементом общей системы ценооб., но ее характерным отличием явл. то, что она призвана сбалансировать экон. интересы настоящего и предполагаемого собственников ресурсов и продукции, наход. в обращении. В отличие от оценки любого отдельного актива (машины, оборудование и т.д.) при оценке стоимости предприятия оценивается «живой» имущественный комплекс, который характ. сов-тью накопленных рес-в и их способностью к эк. развитию и производству мат. благ.

Оценка предприятия выполняется независимыми экспертами — оценщиками, при орг-ции работ которых применяются сл. правила: - комиссионные оценщика не должны устанавливаться в процентах от ст-сти оцен. объекта; - комиссионные оценщика не зависят от результатов оценки; - оценщик не участвует в оценке ст-сти, к которой у него есть какой-либо личный интерес.

В завис. от предполагаемого использ. рез-в и объекта оценки выделяются сл. **виды оценочных стоимостей**: **Стоимость предприятия в пользовании** опред. исходя из предположения о том, что предприятие не будет продаваться на свободном, открытом и конкурентном рынке для любых альтернативных целей использ. ни полностью, ни путем распродажи по частям. Стоимость в пользовании носит субъективный характер, поскольку выражает мнение владельца предприятия относительно возможностей его дальнейшего использования. **Основные стоимости** этого вида: - **полная ст-сть воспроизводства (восст. ст-сть)** — сов. затрат, требующихся на воспроизводство копии объекта из тех же или иных аналогичных мат-в, рассчитанная в текущих ценах, а полная стоимость замещения — текущая стоимость нового объекта, являющегося по своим характеристикам наиболее близким аналогом оцениваемого объекта. Другими словами, полная стоимость воспроизводства — это стоимость создания точной копии объекта, а полная стоимость замещения — это стоимость создания объекта с полезностью, равной полезности оцениваемого объекта; - **стоимость остаточного замещения** — мин. сов. затраты (в текущих ценах), необходимые для замены данного объекта аналогичным другим объектом, не худшем рассматриваемого, но не по всем, а лишь по оставшейся части его функциональных конструктивных и эксплуатац. характеристик; - **страховая стоимость** — определяется на основании рассмотренных выше стоимостей за вычетом стоимости тех элементов, исключение которых оговорено договором страхования; - **инвестиционная стоимость в пользовании** — стоимость собственности для конкретного инвестора или группы инвесторов при определенных целях инвестирования.

**Стоимость предприятия в обмене** определяется предположительно, исходя из возможности продажи предприятия на свободном, открытом и конкурентном рынке в условиях равновесия спроса и предложения. При этом предполагается альтернативное использование предприятия. Выделяют сл. стоимости в обмене предприятия:

- **рыночная стоимость** — наиболее вероятная цена, по которой объект оценки может быть продан на открытом рынке в условиях конкуренции, когда продавцы и покупатели действуют разумно, располагая всей необх. инф-цией, и когда на величине цены не отражаются какие-либо чрезвычайные обстоятельства. При этом следует отделять теор. рыночную стоимость бизнеса от реальной, поскольку она зависит лишь от величины денежного потока, приносимого деятельностью предприятия, и не зависит от структуры активов. В то же время теоретическая рыночная стоимость (в отличие от цены предприятия) — расчетная величина. Реальная цена отличается от нее в ту или другую сторону в зависимости от конкретных обстоятельств совершения сделки, причем значительно; - **инвестиционная стоимость в обмене** — стоимость собственности, которая получена в результате инвестиций в момент, когда их направление и размер определяются наиболее эффективным характером использования объекта; - **ликвид. стоимость** — сумма, которую предполагается получить в результате открытой вынужденной продажи оцениваемого им-ва.

## **«Экономика организации (предприятия)»**

1. Инвестиционная деятельность в РБ
2. Элементы инвестиционной деятельности.
3. Экономическая эффективность инвестиционных проектов: статистические методы оценки инвестиционных проектов
4. Экономическая эффективность инвестиционных проектов: динамические методы оценки инвестиционных проектов
5. Понятие и роль инноваций
6. Классификация инноваций
7. Особенности государственного управления ин. деятельностью в РБ
8. Эффективность использования инноваций
9. Понятие и сущность рисков
10. Виды рисков
11. Разновидность возможных потерь от рисков
12. Методы управления рисками
13. Хозяйственный риск: сущность, место и роль в хоз. деятельности
14. Сущность и показатели качества продукции
15. Управление и контроль качества продукции
16. Контроль качества продукции на предприятии
17. Система показателей качества: обобщающие и дифференцированные показатели
18. Понятие системы качества
19. Пути повышения качества продукции
20. Стимулирование повышения качества продукции
21. Техническое нормирование и стандартизация продукции
22. Сертификация продукции
23. Виды сертификации и структурные элементы оценки соответствия
24. Влияние уровня качества продукции на эк. развитие предприятия
25. Сущность и измерители, определяющие конкурентосп. продукции
26. Факторы, определяющие конкурентоспособность продукции
27. Показатели оценки конкурентоспособности продукции
28. Методы определения конкурентоспособности продукции
29. Конкурентоспособность предприятия и факторы, на нее влияющие
30. Управление конкурентоспособностью предприятия
31. Оценка стоимости организации (предприятия)