

# **ВВОДНАЯ ЛЕКЦИЯ по дисциплине «Ресурсы и результаты деятельности предприятия (организации)»**

Тишкова Р.Г., онлайн-курс «Экономика и управление  
предприятием», НГТУ, 2024 г.

# Дисциплина «Экономика организации (предприятия)»

Целью дисциплины является формирование экономического мышления и системы знаний в области экономических проблем предприятия, включая последовательное изучение

- рационального использования ресурсов: основных средств (фондов), оборотных фондов (средств) и рабочей силы (трудовых ресурсов),
- затрат на производство и реализацию продукции,
- а также эффективность производственной и финансовой деятельности.

Объектом исследования дисциплины является  
**ПРЕДПРИЯТИЕ/ОРГАНИЗАЦИЯ/ФИРМА**

# **Структура дисциплины «Экономика предприятия»**

**1 тема. Экономические основы функционирования предприятия.**

**2 тема. Предприятие как субъект и объект предпринимательской деятельности**

**3 тема. Основные средства, основные производственные фонды.**

**4 тема. Оборотные средства, оборотные фонды.**

**5 тема. Производственная программа.**

**6 тема. Производственная мощность.**

**7 тема. Кадры. Производительность труда. Формы и системы заработной платы.**

**8 тема. Затраты предприятия. Себестоимость.**

**9 тема. Цена продукции.**

**10 тема Прибыль. Рентабельность.**

**11 тема. Налоги. Налогообложение.**

**12. тема. Инвестиции: сущность, классификация, показатели оценки**

**13 тема . Основные риски деятельности предприятий (организаций).**

## Предприятие (организация), как субъект экономики:

### Макроэкономическая роль предприятия

- Сердцевину любого государства или экономики составляет *производство*, создание экономического продукта.
- Без производства не может быть потребления, можно только проедать произведенное.
- Именно *предприятия* выпускают (производят) продукцию, выполняют работы и оказывают услуги, то есть создают основу для потребления и приумножения национального богатства, необходимые для производственных целей и нужд населения.

# Экономику любого государства

упрощенно можно представить в виде

**совокупности всевозможных предприятий**, находящихся в тесной производственной, кооперированной и коммерческой и другой взаимосвязи между собой и государством.

От того насколько успешно работают предприятия, каково их финансовое состояние, зависят здоровье всей экономики и государства в целом.

**Основанием** экономической системы хозяйствования являются *предприятия*.

# **С макроэкономических позиций предприятия являются основой для:**

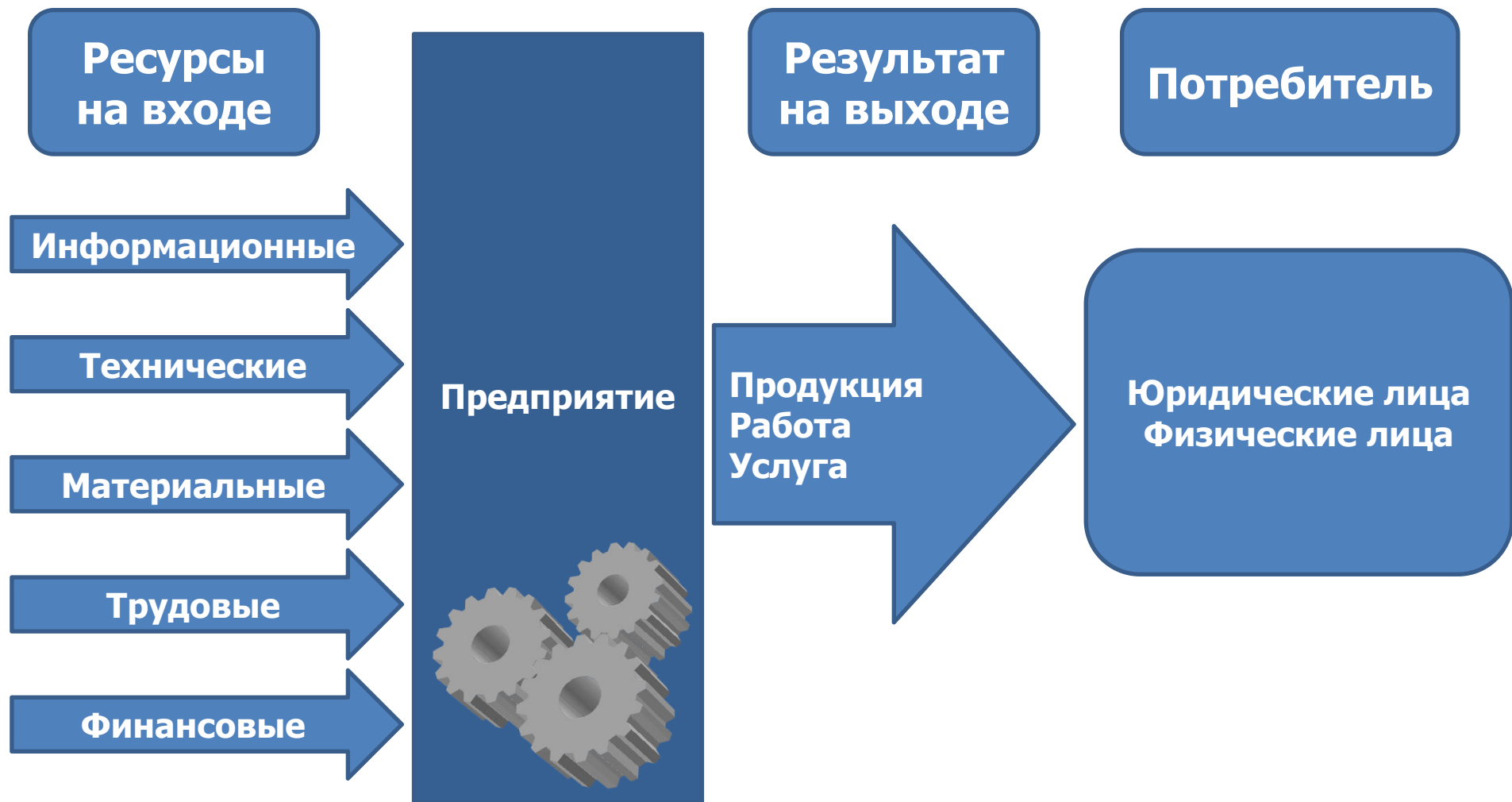
- **увеличения национального дохода (НД), валового национального продукта (ВНП), валового внутреннего продукта (ВВП);**
- **возможности существования всего государства и выполнения им своих функций (оборонная, экономическая, социальная, политическая, идеологическая, правоохранительная и экологическая). Это связано с тем, что государственный бюджет формируется за счет налогов и сборов с предприятий и необходим для:**
- **обеспечения обороноспособности государства;**
- **развития науки и образования;**
- **повышения материального благосостояния всех слоев граждан страны;**
- **развития здравоохранения, культуры, спорта;**
- **решения проблем занятости;**
- **решения многих социальных проблем.**

# **Экономическая модель работы предприятия**

**Рассмотрим с двух позиций:**

**с позиций ресурсного обеспечения и с позиций маркетинга,  
в виде системы ФОССТИС**

# **Экономика предприятия** - это преобразование ресурсов на входе в результат на выходе





**Перед любым предприятием стоят три фундаментальные взаимосвязанные экономические проблемы:**

- 1. что должно производиться (выполняться, оказываться) и в каком количестве;***
- 2. как будут производиться товары, работы и услуги, при использовании каких ресурсов, техники, технологии;***
- 3. для кого предназначаются производимые товары, работы и услуги.***

# ФОССТИС

**ФОССТИС** (**ФОС** - **ФО**рмирование **С**проса,  
**СТИС** - **СТИ**мулирование **С**быта) –

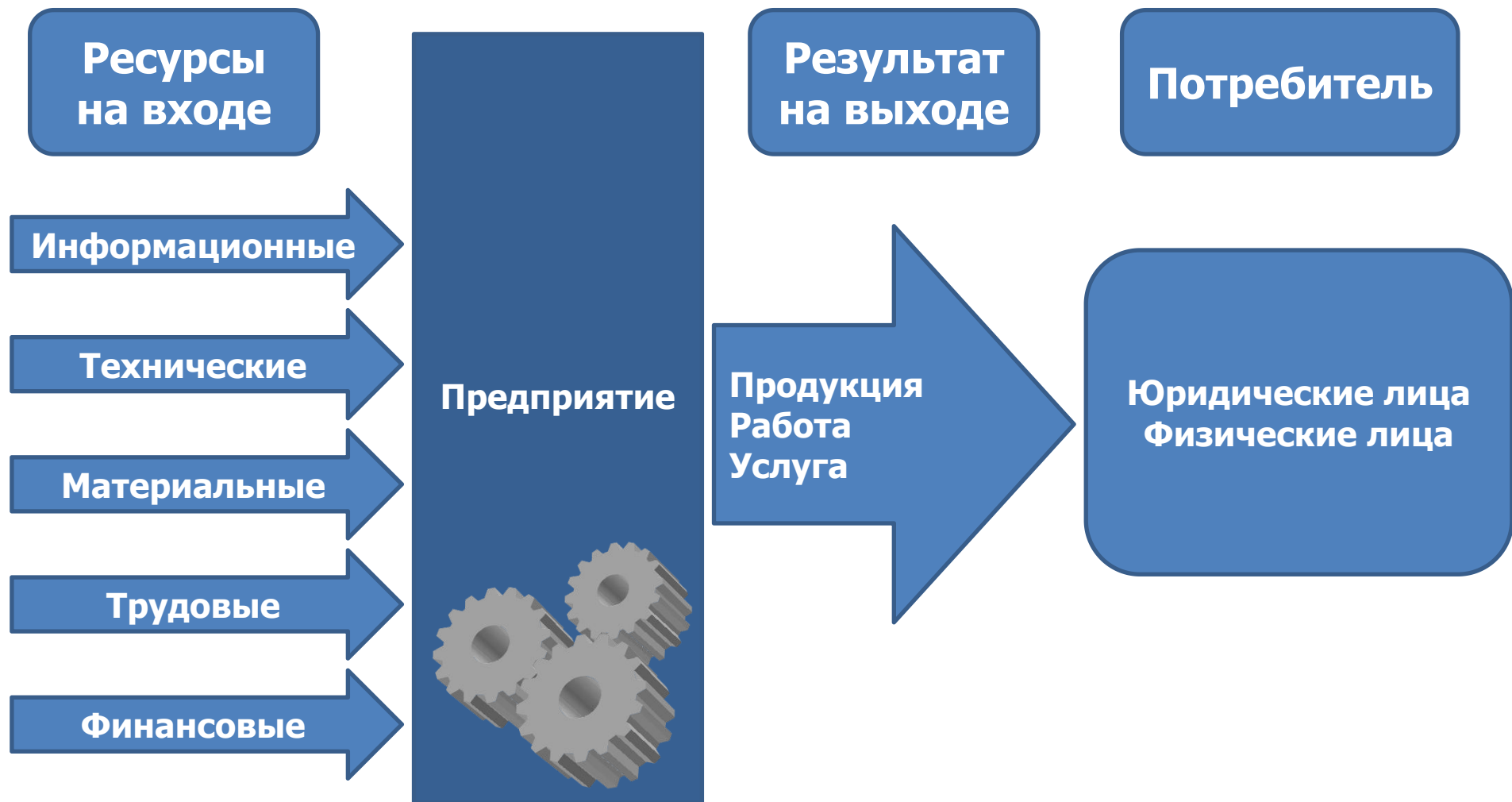
это система взаимодействия производителя и потребителя с целью получения прибыли одним и удовлетворения потребностей другим.

Система ФОССТИС позволяет решить основную функцию маркетинга – функцию продвижения товара потребителю и привлечения потребителя к товару и фирме.

# Правила ФОССТИС

- **знать потребителя** (его свойства, потребности, возможности) для того, чтобы уметь его удовлетворить;
- **знать товар** (его характеристики, свойства, качества, нормативные параметры) для того, чтобы уметь преподнести его потребителю;
- **знать конкурентов** (их наличие, количество, возможности) для того, чтобы уметь их обойти.

# **Экономика предприятия** - это преобразование ресурсов на входе в результат на выходе



# Экономика предприятия- это преобразование ресурсов на входе в результат на выходе

**Маркетинг на входе** – *Формирование Спроса (ФОС)* – контактно-информационная часть ФОССТИС, направленная на преодоление барьера отчужденности потребителя.

## **Ресурсы на входе:**

1. информационные ресурсы (маркетинговые исследования)
2. технические ресурсы (средства труда-основные средства)
3. материальные ресурсы (предметы труда-оборотные фонды)
4. трудовые ресурсы (персонал по категориям: рабочие, руководители, специалисты и другие служащие)
5. финансовые

**Маркетинг на выходе** – *Стимулирование Сбыта (СТИС)* – коммерческая часть ФОССТИС, направленная на получение прибыли от активной сбытовой деятельности.

**Результат на выходе:** *это продукция (работа, услуга), предназначенная потребителям (физическим и юридическим лицам)*

- **Себестоимость (S)** - затраты на производство и реализацию продукции в стоимостном выражении
- **Цена (Ц)**
- **Прибыль от продаж:**  $P = (C - S) * N = (C * N) - (S * N) = (\text{Выручка} - \text{Себестоимость})$  – абсолютный показатель деятельности предприятия
- **Рентабельность:**  $R = (\text{результат} / \text{произведенные затраты}) * 100\%$  - относительный показатель

# 1. Информационные ресурсы (маркетинговые исследования)

**Сбор информации о потребителе и рынке (для кого и что?):**

**1. О потребителях** (физические и юридические лица - знать потребителя, его потребности, возможности, для того, чтобы уметь его удовлетворить → **сколько будем продавать и что?** → **расчет ёмкости рынка** → **формирование Производственной программы** (план по производству и реализации продукции) включающей:

**Количественные показатели** (объем производства) - штук, метров, тонн, литров и т.д.

❖ **Номенклатуру** (перечень выпускаемых изделий/услуг/работ)

❖ **Ассортимент** (виды и разновидности в пределах номенклатурной позиции) -  **$N_j$  ( $N_A, N_B, N_V$  и т.д.)**

**Качественные показатели**

знать какой должна быть продукция/работа/услуга (характеристики, свойства, качества, нормативные параметры) для того, чтобы уметь преподнести её конечному потребителю

# 1. Информационные ресурсы (маркетинговые исследования)

## Продукция

- результат производственно-хозяйственной деятельности;
- результат трудовой деятельности, представленный в материально-вещественной форме и предназначенный для дальнейшего использования в хозяйственных или иных целях

## Качественные показатели

совокупность свойств продукции, обуславливающих её пригодность удовлетворять определённые потребности в соответствии с её назначением.

### ❖ *Эксплуатационные:*

- надёжность: ремонтпригодность, наработка на отказ;
- производительность оборудования; срок полезного использования;
- коэффициент полезного действия, расход ТЭР, расход воды, скорость

### ❖ *Технологические*

отражают приспособленность продукта к оптимальным затратам на его производство, эксплуатацию и восстановление в случае необходимости до заданных показателей качества. Это:

- материалоемкость;
- энергоёмкость изготовления и использования;
- трудоемкость производства;
- продолжительность техобслуживания и ремонтных работ.

# 1. Информационные ресурсы (маркетинговые исследования)- продолжение

## ❖ *Показатели стандартизации*

Отражают соответствие продукции установленным стандартам качества и технологическим требованиям.:

- соответствие ГОСТам
- наличие оригинальных составных частей и запчастей;
- применяемость и повторяемость.

## ❖ *Эргономические*

Отражают, насколько товар пригоден для потребления:

- гигиенические характеристики;
- физиологические и антропометрические свойства;
- психологические факторы эксплуатации.

## ❖ *Эстетические*

Отражают, насколько эстетично продукт выглядит, соответствует ли его дизайн модным тенденциям:

- рациональность формы и размера;
- дизайн деталей и корпуса;
- целостность образа.

## ❖ *Показатели безопасности*

Отражают, насколько товар безопасен для потребителей в процессе эксплуатации:

- правила эксплуатации товара;
- необходимые меры предосторожности при использовании;
- требования к средствам защиты при аварийных ситуациях.

## ❖ *Патентно-правовые*

Отражают, насколько продукция соответствует полученному на нее патенту и есть ли он вообще, не нарушает ли производство товара авторских прав.

## ❖ *Экономические*

Они отражают, насколько уровень затрат на покупку и эксплуатацию продукта соответствует полученной в результате пользе от его применения

- Себестоимость изготовления продукции
- Цена продажи
- Цена потребления = Цена продажи + Эксплуатационные издержки
- Прибыль
- Рентабельность



# *1. Информационные ресурсы (маркетинговые исследования)-продолжение*

**Услуга** - это деятельность, результаты которой не имеют материального выражения, реализуются и потребляются в процессе осуществления этой деятельности.

**Услуга** — это удовлетворение потребности нематериального свойства. Результат большинства услуг используется один раз.

**Качество услуги** – это степень соответствия услуги требованиям потребителя и заявленным или ожидаемым характеристикам.

## **Характеристика услуги:**

- ❖ Компетентность персонала
- ❖ Отзывчивость
- ❖ Доступность
- ❖ Безопасность
- ❖ Стоимость

## **Услуги (пример):**

- консультационные (юридические, аудиторские, налоговые и т.д.)
- услуги системы образования, физической культуры и спорта
- санаторно-оздоровительные и медицинские
- туристические и гостиничные
- услуги грузового и пассажирского транспорта
- ЖКХ
- бытовые
- парикмахерские
- услуги общественного питания (рестораны, кафе и т.д.)
- и другие

# **1. Информационные ресурсы (маркетинговые исследования)-продолжение**

**Работа** - это деятельность, результаты которой имеют материальное выражение и могут быть реализованы для удовлетворения потребностей организации и физических лиц.

Работу можно оценить по появлению нового материального объекта, который:

- раньше не существовал;
- является объектом гражданских прав;
- можно оценить и поставить на баланс.

Результат работ может использоваться продолжительное время.

Работы (пример):

- строительные работы (земляные, возведение фундамента, кирпичная кладка, кровельные и т.д.)
- электромонтажные
- отделочные
- сантехнические
- научные и инженерные разработки
- разработка ПО
- пошив обуви, одежды
- изготовление мебели
- и другие.

# 1. Информационные ресурсы (маркетинговые исследования) - продолжение

## 2. О фирмах-конкурентах (анализ деятельности фирм-конкурентов)

*знать конкурентов (их наличие, количество, возможности) для того, чтобы знать свои конкурентные преимущества (сильные и слабые стороны)*

❖ *маркетинговая деятельность, в том числе:*

- **ассортиментная политика**
- **практика товародвижения**
- **ценовая политика**
- **практика рекламной деятельности и виды стимулирования продаж**
- **сбытовая политика**

❖ *финансовое положение*

❖ *позиция конкурентов на рынке*

❖ *степень загрузки производственных мощностей*

## 3. О продукции (работе, услуге) конкурентов

❖ *качественные показатели*

❖ *потребительские предпочтения*

❖ *характер продукции*

❖ *виды и характер услуг, предлагаемые конкурирующими фирмами*

❖ *себестоимость и цена продукции/работы/услуги*

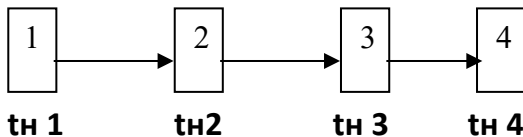
## 2. Технические ресурсы (средства труда - основные средства)

**Формирование технической базы/имущества:** здание, оборудование, транспорт, вычислительная техника и др.

Расчет количественного состава основных средств (оборудования) по операциям технологического процесса

Необходимая информация:

- объем производства,  $N_j$
- технологический процесс изготовления продукции;



- трудоемкость по операциям технологического процесса,  $t_{ij}$
- режим работы предприятия:

$K_{см}$  - количество смен;

$t_{см}$  - продолжительность смены = 8 час;

$\alpha$  - коэффициент простоя оборудования;

$K_{рдн}$  – количество рабочих дней.

Определяем годовой действительный фонд времени работы оборудования

$$F_{\partial} = K_{рдн} * t_{см} * K_{см} * \left(1 - \frac{\alpha}{100}\right)$$

$$C_{Pi} = \frac{\sum_i^n N_j * t_{ij}}{F_{\partial} * K_{ВН}}$$

## 2. Материальные ресурсы (предметы труда-оборотные фонды)

Определяем необходимое количество материальных ресурсов (материал, сырье, комплектующие, энергия, топливо и др.) для изготовления продукции, а затем необходимую сумму денежных средств на их закупку. Осуществляем нормирование оборотных средств

Необходимая информация:

- объем производства  $N_j$
- норма расхода материальных ресурсов (гн)

# 4. Трудовые ресурсы - персонал по категориям

Категории персонала:

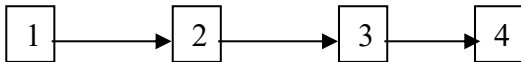
Рабочие, в том числе основные и вспомогательные

Руководители, специалисты и другие служащие

Расчет количественного состава основных рабочих по операциям технологического процесса (по профессиям)

Необходимая информация:

- объем производства  $N_j$
- технологический процесс изготовления продукции;



Чор1	Чор2	Чор3	Чор4
$t_{н 1}$	$t_{н 2}$	$t_{н 3}$	$t_{н 4}$

- трудоемкость по операциям технологического процесса,  $t_{ij}$
- годовой полезный фонд времени работы одного рабочего  $F_{пол}$

$$Ч_{осн_i} = \frac{\sum_{j=1}^n N_j * t_{ij}}{\Phi_{п} * K_{вн}}$$

$$F_{пол} = K_{р.д.} * t_{см} * \left(1 - \frac{k_{ном}}{100\%}\right), \text{ час}$$

# **Экономика предприятия- это преобразование ресурсов на входе в в результат на выходе**

**на входе - ресурсы:**

**Маркетинг на входе - Формирование Спроса (ФОС)** – контактно-информационная часть ФОССТИС, направленная на преодоление барьера отчужденности потребителя.

1. информационные ресурсы (маркетинговые исследования)
2. технические ресурсы (средства труда-основные средства)
3. материальные ресурсы (предметы труда-оборотные фонды)
4. трудовые ресурсы (персонал по категориям: рабочие, руководители, специалисты и другие служащие)
5. финансовые

**на выходе - результат** – это продукция (работа, услуга)-потребитель (физические лица и юридические лица)

**Маркетинг на выходе – Стимулирование Сбыта (СТИС)** – коммерческая часть ФОССТИС, направленная на получение прибыли от активной сбытовой деятельности.

- Себестоимость (S)
- Цена (Ц)
- Прибыль от продаж: Пот продаж=  $(Ц-S)*N$  – абсолютный показатель
- Рентабельность:  $R=(результат/произведенные\ затраты)*100\%$ - относительный показатель

Для эффективной работы предприятия необходимо соблюдать следующие принципы (Шмален Г.- немецкий экономист):

### **1.экономичности**

- **принцип минимизации** (определенный результат при наименьших затратах) и
- **принцип максимизации** (при заданном объеме затрат – наибольший результат);

### **2.финансовой устойчивости -**

- означает такую деятельность предприятия, при которой оно могло в любой момент времени расплатиться по своим обязательствам либо собственными, либо заемными средствами;

### **3.прибыли**



# Предприятие, как объект экономики

- ***Предприятие*** - главное звено общественного производства, где происходит непосредственное создание продукции, оказание услуг и выполнение работ.
- ***Предприятие*** - это самостоятельный хозяйствующий субъект экономики, производящий продукцию, выполняющий работы и оказывающий услуги в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли.

## Предприятие, как объект экономики

- ***Предприятие*** - это обособленная, специализированная единица, основанием которой является профессионально-организованный *трудовой коллектив*, способный с помощью имеющихся средств производства, изготовить нужную потребителям продукцию (работу, услугу) соответствующего назначения, номенклатуры и ассортимента

Согласно Гражданскому кодексу РФ (ст.132 ГК РФ)  
предприятие трактуется (новая редакция)

- ***Предприятие*** - имущественный комплекс, используемый для осуществления предпринимательской деятельности.
- Предприятие уже в целом как имущественный комплекс признается недвижимостью.

**Согласно Гражданскому кодексу РФ (ст.132 ГК РФ)  
предприятие трактуется (новая редакция)**

**В состав предприятия как *имущественного комплекса* входит все виды имущества, предназначенные для его деятельности:**

- ***материальные***: земельные участки, здания, сооружения, оборудование, инвентарь, сырье, продукцию;
- ***нематериальные***: права требования, а также права на обозначения, индивидуализирующие предприятие, его продукцию, работы и услуги (коммерческое обозначение, товарные знаки, знаки обслуживания), и другие исключительные права, если иное не предусмотрено законом или договором.

**Согласно Гражданскому кодексу РФ предприятие трактуется (старая редакция)**

***Предприятие***, как юридическое лицо это организация,

- которая имеет в собственном хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество,
- отвечает по своим обязательствам этим имуществом,
- может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные или иные неимущественные права,
- нести обязанности,
- быть истцом и ответчиком в суде и арбитраже,
- иметь самостоятельный бухгалтерский баланс,
- расчетный и иные счета в банке.

## *Задачи предприятия*

- 1. Бесперебойный и ритмичный выпуск высококачественной продукции в соответствии с имеющимися производственными возможностями.**
- 2. Удовлетворение общественных потребностей в продукции, всемерный учет требований потребителей, формирование эффективной маркетинговой политики.**
- 3. Эффективное использование производственных ресурсов (основного капитала, материальных, финансовых и трудовых ресурсов), повышение эффективности производства.**

## *Задачи предприятия*

- 4. Разработка стратегии и тактики поведения предприятия на рынке.**
- 5. Обеспечение конкурентоспособности предприятия и его продукции, поддержание высокого имиджа и деловой репутации предприятия.**
- 6. Совершенствование организации производства, труда и управления; использование новейших достижений НТП в производстве.**
- 7. Обеспечение социальной эффективности производства (рост квалификации и большей содержательности труда работников, повышение их уровня жизни, создание благоприятного морально-психологического климата в трудовом коллективе).**

**Ни одно предприятие не бывает самодостаточным и не обладает замкнутым циклом производства.**

**Любое предприятие функционирует в определенной среде, оно может действовать только в том случае, если среда допускает его,**

**т.е. на эффективность работы предприятия оказывает влияние**

***внутренняя и внешняя среда***



# ***Внутренняя среда предприятия***

***Внутренняя среда предприятия - это среда, которая определяет технические и организационные условия работы предприятия и является результатом управленческих решений. Предприятие анализирует внутреннюю среду предприятия с целью выявления слабых и сильных сторон его деятельности.***

## *Основные элементы (факторы) внутренней среды*

Факторы (элементы)	Основные характеристики
<b>Производство</b>	объем, структура, темпы производства; номенклатура продукции; обеспеченность сырьем и материалами, уровень запасов, скорость их использования; наличный парк оборудования и степень его использования, резервные мощности; экология производства; контроль качества; патенты, торговые марки и т.д.
<b>Персонал</b>	структура, количественный и качественный состав персонала, текучесть кадров, стоимость рабочей силы, интересы и потребности работников, производительность труда

## ***Основные элементы (факторы) внутренней среды***

<b>Факторы (элементы)</b>	<b>Основные характеристики</b>
<b>Организация управления</b>	<b>организационная структура, методы управления, уровень менеджмента, квалификация, способности и интересы высшего руководства, престиж и имидж предприятия</b>

# *Основные элементы внутренней среды*

Факторы (элементы)	Основные характеристики
<b>Маркетинг</b>	<p>маркетинг охватывает все процессы, связанные с планированием производства и реализацией продукции, такие как:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>производимые товары,</li><li>доля рынка,</li><li>каналы распределения и сбыта продукции,</li><li>маркетинговый бюджет и его исполнение,</li><li>маркетинговые планы и программы,</li><li>стимулирование сбыта,</li><li>реклама,</li><li>ценообразование</li></ul>

# ***Основные элементы внутренней среды***

<b>Факторы (элементы)</b>	<b>Основные характеристики</b>
<b>Финансы</b>	<b>финансы - это показатель, который позволяет увидеть всю производственно-хозяйственную деятельность предприятия. Финансовый анализ позволяет вскрыть и оценить источники проблем на качественном и количественном уровне</b>

## *Основные элементы внутренней среды*

Факторы (элементы)	Основные характеристики
<b>Культура и имидж предприятия</b>	слабоформализуемые факторы, которые создают образ предприятия; высокий имидж предприятия позволяет привлечь работников высокой квалификации, стимулировать потребителей к покупке товаров и т.п.

# ***Внешняя среда предприятия***

***Внешняя среда предприятия*** - это условия и факторы, возникающие независимо от деятельности предприятия и оказывающие существенное воздействие на него.

**Внешние факторы подразделяют на две группы:**

- факторы прямого воздействия (микросреда)
- факторы косвенного воздействия (макросреда)

# ***Внешняя среда предприятия (микросреда)***

**- это факторы, которые оказывают прямое (непосредственное) влияние на деятельность предприятия.**

**К таким факторам относят:**

- поставщиков ресурсов,**
- потребителей,**
- конкурентов,**
- трудовые ресурсы,**
- государство,**
- профсоюзы,**
- акционеров (если предприятие является акционерным обществом);**



# Факторы внешней среды (макросреды)

## Политические

стабильность или нестабильность политической обстановки;  
основные направления государственной политики и методы ее реализации, возможные изменения в законодательной и нормативно-технической базе, заключаемые правительством международные соглашения в области тарифов и торговли и т.д.;

# Факторы внешней среды (макросреды)

## Экономические

- темпы инфляции или дефляции;
- кредитно-денежная политика
- уровень занятости трудовых ресурсов;
- международный платежный баланс;
- процентные и налоговые ставки;
- величина и динамика внутреннего валового продукта;
- производительность труда и т.д.;

# Факторы внешней среды (макросреды)

## Правовые

Развитость правовой защиты населения и законодательства, сопровождающего предпринимательскую деятельность. Наличие внешнеполитических союзов и программ, обеспечивающих устойчивость и стабильность формирования и развития рыночных отношений. Роль общественных образований в системе выработки и принятия государственных и правительственных решений

## Научно-технические

Состояние и развитие научно-технического прогресса в базовых отраслях экономики. Степень внедрения новых технологий и уровень их разработанности в общественном производстве. Показатели экономической и технической безопасности существующих и перспективных технологий

# Факторы внешней среды (макросреды)

## Социально-культурные

- развитость рыночного менталитета населения,
- культурные и нравственные показатели потребителей,
- организационная и потребительская культура,
- устойчивость обычаев и обрядов,
- динамика культуры поведения;
- уровень доходов,
- социальная защита

# Факторы внешней среды(макросреды)

<b>Природные</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>-доступность (дефицит) сырья;</li><li>-загрязнение окружающей среды</li></ul>
<b>Демографические</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>-изменение народонаселения (старение общества, снижение рождаемости);</li><li>-возрастной состав населения;</li><li>-миграция населения;</li><li>-род занятий;</li><li>- образование</li></ul>

# Создание предприятия

**Момент создания предприятия является**

- **самым главным,**
- **знаковым**
- **и ответственным моментом для учредителей.**

**Это им принадлежит**

- **идея создания организации,**
- **это они придумали продукцию (услугу, работу), и наделили теми уникальными качествами и отличительными особенностями, благодаря которым эта продукция (услуга, работа) в момент создания предприятия получит путевку в жизнь.**

# **Создание предприятия**

**Только благодаря этой новой организации**

**-эта продукция (услуга) будет иметь право на  
жизнь,**

**- принося людям (потребителям) пользу,**

**- учредителям – прибыль.**

# Создание предприятия

**Вопрос: Почему момент создания организации (предприятия) является знаковым?**

**Ответ: Потому что в момент создания предприятия закладывается фундамент и от того, каким он будет, зависят дальнейшее развитие предприятия и результаты его деятельности.**



# Создание предприятия

- **Предприятия не появляются на пустом месте, идея его создания проходит долгий путь в голове учредителей – от рождения бизнес-плана до возникновения осязаемого продукта.**
- **Затем проводится огромная подготовительная работа и только после этого производится регистрация организации.**

# Создание предприятия

После принятия решения о создании предприятия учредители на своем первом собрании обсуждают следующие вопросы:

- название организации;
- организационно-правовую форму, согласно ГК РФ;
- виды деятельности предприятия;
- размер первоначального уставного капитала, доли учредителей;
- перечень имущества, вносимого в уставный капитал;
- назначение генерального директора

## ***Вновь созданные предприятия подлежат государственной регистрации***

- ***Регистрация*** - процедура легализации деятельности субъектов хозяйствования.
- Все юридические лица (организации) в обязательном порядке проходят государственную регистрацию и включаются в ***единый государственный реестр юридических лиц (ЕГРЮЛ)***, открытый для всеобщего ознакомления.

- После завершения процедуры регистрации, каждому субъекту хозяйствования (фирмам всех форм, как и индивидуальным предпринимателям) присваивается *цифровой уникальный код из общероссийского классификатора предприятий и организации (ОКПО)*.

- ***Код*** несет в себе сведения о его владельце, и он обязательно указывается в отчетных и финансовых документах, а также при деловой переписке, для отправки платежей через банки и других юридически значимых действий.

- **Все юридические лица действуют на основании**
- **устава,**
- **либо устава и учредительного договора,**
- **либо только на основании учредительного договора.**

- Для государственной регистрации должно быть *оплачено не менее половины уставного капитала.*
- ***Уставный капитал*** - это сумма средств, первоначально инвестированных собственниками для обеспечения уставной деятельности организации;
- уставный капитал определяет минимальный размер имущества юридического лица, гарантирующего интересы его кредиторов.

- ***Минимальный размер*** уставного капитала строго регламентируется российским законодательством и зависит, в первую очередь, от выбранной компанией организационно-правовой формы деятельности.
- ***Максимальный размер*** уставного капитала, не ограничен законом и определяется учредителями самого предприятия.



# **Минимальный размер уставного капитала составляет:**

- **для общества с ограниченной ответственностью — 10 000 руб. (ст.14 закона №14-ФЗ).**
- **для публичного общества (ПАО)— 100 000 руб. (ст.26 закона №343-ФЗ от 3.07.2016 г. вступил в силу с 1.01.2017 года).**
- **для непубличного общества (нПАО) – 10 000 руб. (ст.26 закона №343-ФЗ от 3.07.2016 г. вступил в силу с 1.01.2017 года).**
- **для государственного предприятия — 5000 МРОТ (ст.12 закона №161-ФЗ)**
- **для муниципального унитарного предприятия — 1000 МРОТ (ст.12 закона №161-ФЗ).**

***Вкладами в уставный капитал могут  
являться***

- **имущество (склады, здания, сооружения и др. материальные ценности),**
- **ценные бумаги,**
- **интеллектуальная собственность,**
- **вклады в рублях и валюте.**

# Структура предприятия

- **Структура предприятия** - это состав и соотношение его внутренних звеньев (цехов, участков, отделов, служб) и формы их взаимосвязи в процессе деятельности предприятия.

Выделяют **общую, производственную и организационную структуру управления предприятием.**

- **Общая структура предприятия** - это комплекс производственных и непроизводственных подразделений, их связи и соотношения по численности работников, площади, пропускной способности.

# Структура предприятия

- **Производственные подразделения** - цехи и участки, в которых изготавливается основная продукция, материалы, полуфабрикаты, запчасти, вырабатываются различные виды энергии, осуществляются различные виды ремонта.
- **Непроизводственные подразделения** - подразделения, обслуживающие работников предприятия: столовые, буфеты, медпункты, профилактории, клубы, жилищно-коммунальные отделы и т.п.

# *Структура предприятия*

- ***Производственная структура предприятия***  
- это форма организации производственного процесса, под которой понимаются состав производственных цехов, участков и служб и формы их взаимодействия в процессе производства продукции.
- Производственная структура характеризует разделение труда между подразделениями предприятия и их кооперацию.

# *Структура предприятия*

**Производственная структура** формируется под воздействием многих факторов:

- номенклатуры производимой продукции,
- ее конструктивных особенностей и технологии изготовления;
- трудоемкости и масштаба производства продукции;
- организации обслуживания производства;
- уровня специализации и кооперирования на предприятии.

# **Основной структурной единицей крупного предприятия является ЦЕХ**

- ***Цех*** - обособленное в административном отношении подразделение, где выполняются основные, вспомогательные или обслуживающие производственные процессы.
- ***Основные цеха*** - это цеха, в которых непосредственно выполняются какие-либо стадии технологического процесса по превращению исходных сырья и материалов в готовую продукцию, на которой специализируется данное предприятие.

# Основной структурной единицей крупного предприятия является **ЦЕХ**

- ***Вспомогательные цеха*** - это цеха, обеспечивающие нормальное функционирование процесса производства (инструментальный, ремонтный, модельный, энергетический, паросиловой и др.).
- ***Обслуживающие цеха*** - это цеха, занимающиеся оказанием различных услуг производству (транспортное, складское хозяйство, санитарно-технические устройства, телефонная связь, центральные заводские лаборатории).
- ***Побочные цеха*** - это цеха, занимающиеся переработкой отходов и побочных продуктов основного производства, а **подсобные цеха** - это цеха, где осуществляется деятельность, не связанная с производственным профилем предприятия (производство тары, кирпича, сельскохозяйственной продукции).



# Крупные цеха содержат производственные участки

- ***Участок*** - это наименьшее административно-производственное подразделение, где коллектив рабочих выполняет однотипные технологические операции или различные операции по изготовлению однотипной продукции.

В зависимости от характера участия в производственном процессе участки делят на основные и вспомогательные.

- ***Рабочее место*** - это зона приложения труда одного или нескольких работников, определенная на основании трудовых и других действующих норм и оснащенная необходимыми средствами.

# Инфраструктура предприятия

- **Инфраструктура предприятия** - это материально-вещественный комплекс, создающий условия для эффективной деятельности предприятия. Инфраструктура предприятия включает 2 составные части:
- - **производственная** - состоит из обслуживающих и вспомогательных производств, обеспечивающих основной производственный процесс сырьем, материалами, топливом, энергией, инструментом, а также поддерживающих оборудование в работоспособном состоянии;
- - **непроизводственная** - это объекты социальной сферы, находящиеся на балансе предприятия, функционирующие для обслуживания работников предприятия или оказания услуг на сторону.

# ВЫВОД

- **Экономическая система** строится на сочетании ограниченности ресурсов и безграничности потребления.
- **Экономика** - наука о том, как общество использует определенные, ограниченные ресурсы для производства продукции (услуг) и распределяет их среди различных групп людей.
- **Экономика предприятия** - наука о том, как данная задача решается в рамках отдельно взятого предприятия.