

**Тема 1. Источники и
причины
рыночной власти**

**1.1. Общие характеристики
рыночного хозяйства**



Что возникло первым?

Нет ли между ними противоречий?



Несовпадение потребностей и возможностей их удовлетворения постоянный спутник человека!

В природе

Потребности = Ресурсам = Баланс

Потребности > Ресурсов → сокращение
популяции

В
обществе

Потребности >
Ресурсов

Отказ от каких-
то
потребностей



**Проблемы
выбора –
- постоянные
спутники
человека**

**Каким
образом?**

**Как
распределять
?**

**Что
производить?**

**Потребление?
Накопление?**

Основной выбор человека



**Min расходов
ресурсов**



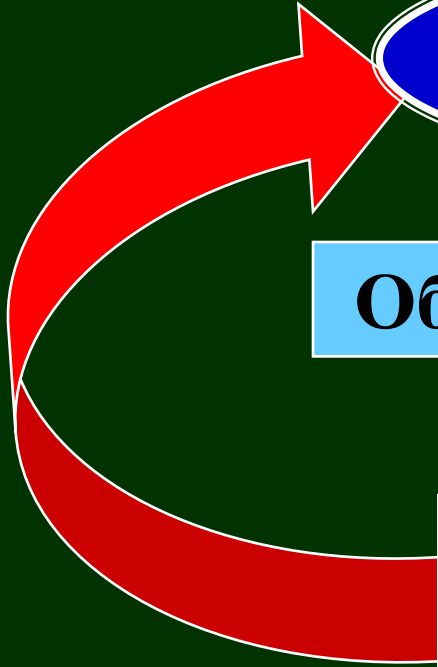
**Max
ВЫГОДЫ**

**Стремление к
выгоде**

Объективная закономерность



**Основа рыночного
механизма**



1.2. Функции и структура рынка

«Рынок», как экономическая категория, имеет множество определений:

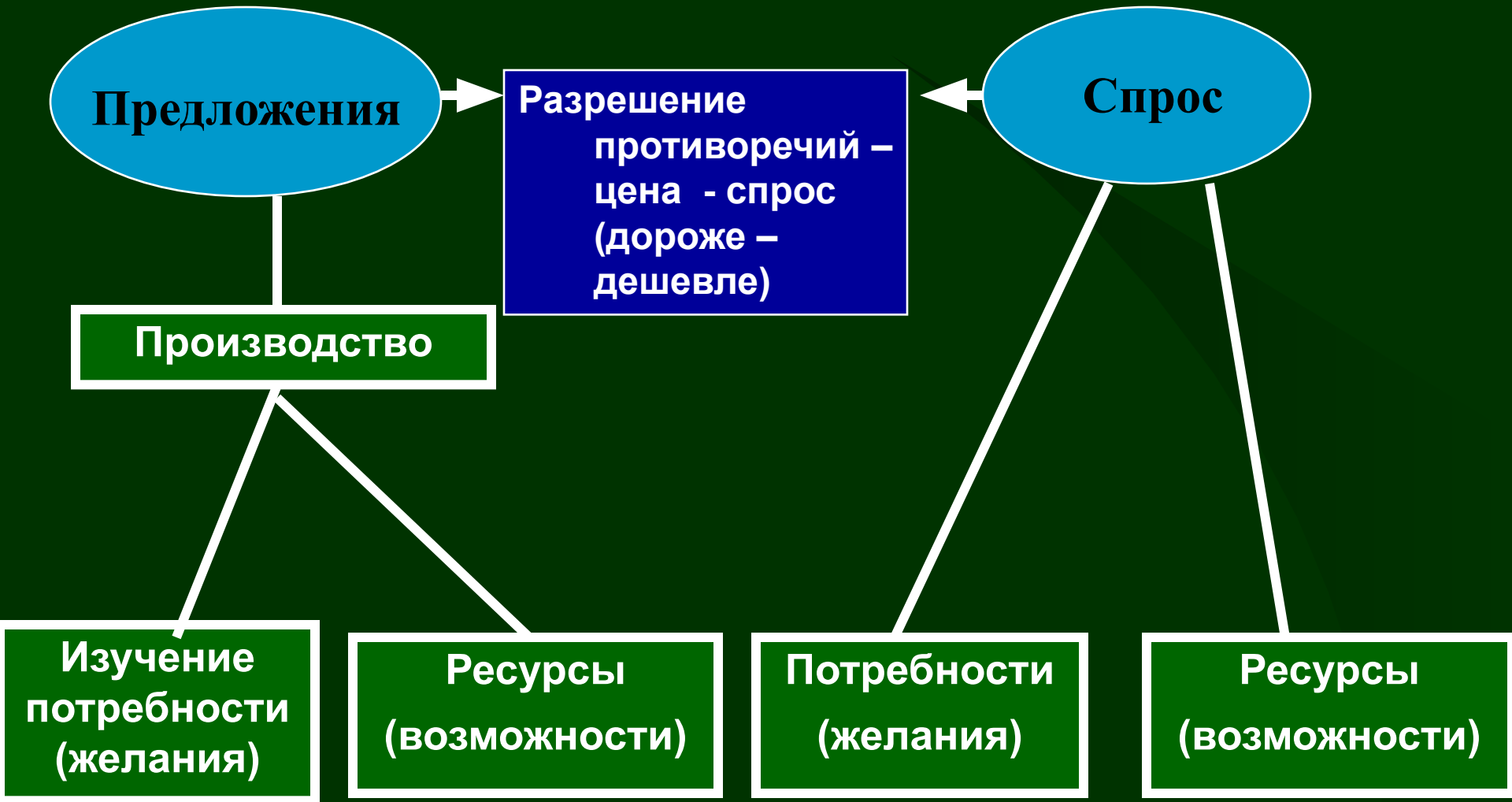
1) это совокупность связей и отношений между покупателями и продавцами, которые приводят к возможности обмена;

2) Это совокупность количественных и качественных показателей:

- **число хозяйствующих субъектов;**
- **показатели рыночной концентрации;**
- **условия «входа» на рынок;**
- **открытость рынка.**

(закон РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках»)

Основные движущие силы функционирования рынка:





**Функции
рынка**

Коммуникационная

Регулирующая

Информационная:

- **спрос;**
- **предложения;**
- **дефицит или избыток
товаров и ресурсов.**

Известно множество концепций структуризации рынка, авторами которых являются:

Стакелберг, Чемберлин и Блейн, Робинсон, Долан и Линдсей и др.

Это разнообразие можно сгруппировать следующим образом

Концепции структуризации рынка:

```
graph TD; A[Концепции структуризации рынка:] --> B[В статике (Целих)]; A --> C[В динамике (Сио)];
```

В статике
(Целих)

В динамике
(Сио)

Классификация:

**По элементам
инфраструктуры**

**Статик
а
рынка
(по
Целиху)**

По отраслям

**По экономическому
назначению**

**По
географическому
положению**

**По степени
ограничения
конкуренции**

Процесс рыночный (по Сио)

Состояние конкуренции

Уровень конкуренции

Базируется на спектре рыночных структур

Идеальная конкуренция

Чистая монополия

Неидеальная конкуренция

Олигополия

Монопольная конкуренция

**Количество и
характеристики
продавцов**

**Характеристика
продукта**

**Факторы
рыночной
структуры
(по Сио)**

**Условия «входа»
и «выхода»**

**Возможная
экономия по
фактору «масштаб
производства»**

**Количество и
характеристика
покупателей**

Покупатели

Их характеристики

Количество

1

Монополия

**Несколько
крупных**

Олигополия

**Покупательная
способность**

Дифференциация продуктов

Легко взаимозаменяемые – предельная дифференциация

Большая дифференциация

Меньшая дифференциация

Дифференциация отсутствует

Высокий положительный коэффициент перекрестной эластичности

Коэффициент эластичности низкий

Идеальная конкуренция

Чистая монополия

а) прибыльность, доходность:

**Идеальная
конкуренция**

**Отсутствие
прибыли**

РЫНОК

Приток фирм

Отток фирм

б) отсутствие ограничений:

**Вход
на рынок**

**Отсутствие
ограничений**

**Выход
из рынка**

**Идеальная
конкуренция**

**б) наличие барьеров
(качественные показатели структуры рынка):**

- 1) для потенциальных конкурентов;**
- 2) для межрегиональной и международной торговли;**
- 3) степень преодолимости барьеров.**

**Формируются в зависимости
от поведения фирм**

Стратегические барьеры

**Типы
Входных
Барьеров**

**Нестратегические барьеры
(структурные)**

- **административные (правительственные);**
- **гражданские;**
- **социально-экономические.**

Нестратегические барьеры:

**Временные и денежные
затраты фирмы
на преодоление этих барьеров**

- лицензирование деятельности;
- сертификация;
- нормы контроля;
- квоты, и т.д.

**Административные барьеры
(правительственные)**

**Затраты на разработку
дифференцированного
продукта**

**Условия спроса
и ценовая
эластичность**

**Контроль
действующих фирм
над каналами сбыта**

**Факторы,
формирующие
е
барьеры**

**Технологические
факторы**

**Эффект «масштаба
производства»**

**Необходимость
крупных
капвложений**

**Законодательство,
патенты, привилегии**

**Контроль действующих
фирм над поставкой
факторов производства**

Стратегические барьеры

Создаются поведением, препятствующим проникновению новых фирм в данную отрасль, при этом принимается во внимание ответное действие конкурентов

Виды стратегических барьеров:

- 1) связанные с ценовым поведением;
- 2) связанные с неценовым поведением.

Ценовая стратегия (по Пелиху)

установление уровня цен, способного предотвратить появление на данном рынке новых конкурентов – снижение цены до уровня ниже цены, приносящей максимальную прибыль в краткосрочном периоде (запредельные цены).

Неценовая стратегия (по Пелиху)

- 1) Дополнительное инвестирование в оборудование;
- 2) поддержание устойчивых связей с другими участниками рынка;
- 3) дифференциация продукта.

**Анализ
равновесия
рынка**

Краткосрочный

Долгосрочный

**Концепция
краткосрочного
равновесия**

**Концепция
долгосрочного
равновесия
(планирования)**

**Концепция
краткосрочного
равновесия рынка**

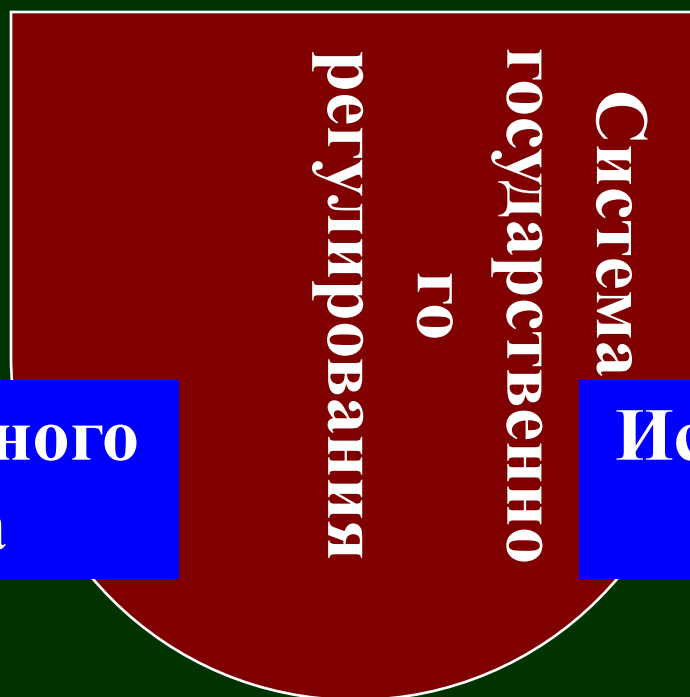
Исходные предположения:

- 1) фиксированные мощность и затраты;**
- 2) спрос принимается как относительно стабильный.**

Концепция долгосрочного равновесия рынка (планирования)

Исходные предположения:

- 1) все активы являются переменными;
- 2) предложения на рынке стабилизируются за счет «входа» и «выхода» фирм, так прибыль;
- 3) при чистой монополии монополист отрегулирует объем производства таким образом, чтобы так прибыль.



Законодательного
характера

Исполнительного
характера

Контролирующего
характера

**Основные
объекты
государст
венного
регулирув
ания**

- **экономический цикл и его фазы;**
- **секторная, отраслевая и региональная структура рынка:**
- **денежное обращение;**
- **занятость;**
- **условия конкуренции;**
- **внешнеэкономические связи;**
- **и т.д.**

**Инструменты
государст
венного
регулиру
вания**

Прямые

Косвенные

Административные

Экономические

1.4. Характеристика рыночной власти



Источники рыночной власти

Рыночные отношения + производство

Рыночная
власть

Факторы
рыночной власти

Свойства
товара

Участники
рынка, их
количество

Региональные
особенности

Критерии определения

Границы
конкретного товара

Корреляция
цен товаров

Границы заменителей

Границы
заменителей
заменителей

Сходные товары
имеют сходные
затраты и цены

До тех пор, пока не будет найдена
«брешь», что и определяет границы
рынка в окрестности данного товара

Рынок



Индикаторы рыночной власти:
(по Пелиху)

- **Коэффициент Бейна**
- **Коэффициент Лернера**
- **Коэффициент Тобина**
- **Коэффициент Папандреу**

Коэффициент Бейна

или «норма экономической прибыли»
показывает прибыль, полученную на доллар
инвестированного капитала

$$K_{\text{б}} = \frac{П_{\text{б}} - П_{\text{н}}}{K_{\text{с}}}$$

где $П_{\text{б}}$ – бухгалтерская прибыль;

$П_{\text{н}}$ – нормальная прибыль (разница
между бухгалтерской и экономической
прибылью);

$K_{\text{с}}$ – собственный капитал фирмы.

Коэффициент Тобина

основан на сравнении рыночной стоимости активов (акций) с восстановительной стоимостью активов, равной сумме расходов, необходимых для приобретения активов в текущий момент времени

$$TI = \frac{C_p}{C_v}$$

где C_p – рыночная стоимость активов фирмы;
 C_v – восстановительная стоимость активов фирмы.

Коэффициент монопольной власти (проникновения) Папандреу

показывает в процентном отношении изменение объема продаж данной фирмы при изменении цены конкурента на аналогичную продукцию на 1 %

$$PI = \lambda_i \frac{dQ_{di}}{dP_j} \times \frac{P_j}{Q_{di}}$$

где Q_{di} – объем спроса на товар фирмы, обладающей монопольной властью;

P_j – цена конкурента;

λ_I – коэффициент ограниченности мощности конкурентов.

Коэффициент ограниченности мощности конкурентов (λ_1) определяется как отношение потенциального увеличения выпуска продукции к росту объема спроса на товар, вызванного понижением цены ($0 \leq \lambda_1 \leq 1$).

Выражение

$$\frac{dQ_{di}}{dP_j} \times \frac{P_j}{Q_{di}}$$

определяет перекрестную эластичность спроса на товар фирмы, т.е. Показывает возможность переключения спроса потребителей на товар фирм конкурентов. Чем Выше любой из этих сомножителей, тем ниже монопольная власть фирмы.

Лекция 4

Тема 2. Отраслевая структура и ее анализ

2.1. Разделение труда и формирование отраслей

Квалификационный

Признаки разделения труда

Функциональный

Технологический

Предметный

Функциональная структура экономики

Производительные силы

- способности работников;
- опыт коллективной работы;
- совокупность потребительской стоимости средств производства.

Производственные отношения

- процесс производства;
- распределение и обмен;
- потребление.

Развитие производительных сил

```
graph TD; A[Развитие производительных сил] --> B[Общественное разделение труда]; B --> C[Формирование отраслей]; C --> D[Формирование крупных отраслевых групп];
```

Общественное разделение труда

Формирование отраслей

Формирование крупных отраслевых групп

Факторы влияния на формирование структуры промышленности



- 1) НТП**
- 2) концентрация, специализация, кооперирование и комбинирование производства;**
- 3) общественно исторические условия развития;**
- 4) сырьевые ресурсы;**
- 5) международное разделение труда, глобализация, и т.п.**

Общее
(уровень народного хозяйства страны)

Промышленность
Строительство
Транспорт, С/х

Формы
разделения
труда

Единичное
(уровень предприятия)

Частное
(уровень отраслей народного хозяйства)

Отрасли,
подотрасли

Подразделения
предприятия

**Основные
межотраслевые
комплексы**

**Социально-
производственные
комплексы**

**Структура
народно-
хозяйственного
комплекса
страны**

ТПК

**Промышленные
узлы**

**Функциональные
комплексы**

**Региональные
комплексы**

Основные противоречия в экономике РФ?

**Между
возможностями науки**

**И степенью их
использования**

**Потенциалом рабочей
силы, ОППФ**

**Эффективностью их
функционирования**

**Экономическими
отношениям**

**Уровнем развития
производительных сил**

**Потребностью в
общественных благах**

**Уровнем развития
социальной сферы**

Состоянием экономики

**Уровнем государственного
регулирования**

Цели изучения структуры

```
graph TD; A[Цели изучения структуры] --> B[Роль и место в народном хозяйстве]; A --> C[Пути эффективного функционирования и оптимизации структур]; A --> D[Совокупность и взаимосвязь между звеньями экономики по вертикали и горизонтали];
```

**Роль и место
в народном
хозяйстве**

**Пути
эффективного
функциониро
вания
и
оптимизации
структур**

**Совокупность
и взаимосвязь
между
звеньями
экономики по
вертикали
и горизонтали**

2.2. Экономическая классификация отраслей промышленности

Условия формирования отрасли:

- 1) однородные предприятия;**
- 2) однородная продукция.**

Отрасль промышленности – формируется при условии наличия ряда однородных предприятий, занятых производством видов продукции, имеющих однородное потребительское или функциональное назначение

Типология отраслевой структуры

Состав

Формы
взаимодействия

Количественные
соотношения

Прогрессивность отраслевой структуры



**Это соотношение отдельных отраслей
и производств при которых обеспечивается
наиболее эффективное использование:**



- достижений НТП;**
- форм и методов организации производства;**
- экономических ресурсов.**

**Экономическое
назначение продукции**

**Основные
принцип
ы
классифи
кации
отраслей**

**Характер
воздействия
на предметы труда**

**Однородность
сырья,
общность
технологии и
оборудования**

**Характер
функционирования
продукции в
процессе
производства**

**Характер функционирования
продукции в процессе производства**

**Зависит от отрасли,
производящей элементы:**

**Основных
фондов**

**Предметов
потребления**

**Оборотных
фондов**

Классификация по однородности сырья, общности технологии и оборудованию

**16 комплексных отраслей
(классификатор отраслей
народного хозяйства)**

350 отраслей и видов производств (Пелих)

Комплексные отрасли :

- 1) Электроэнергетика - 7 отраслей;
- 2) Топливная пром. - 16;
- 3) Черная металлургия - 11;
- 4) Цветная металлургия - 36;
- 5) Химическая и нефте/хим. - 32;
- 6) Машиностроение и м/о - 136;
- 7) Лесная, д/о и цел.-бум. пром. - 19;
- 8) Пром строй материалов - 32;

- 9) **Стекольная и фарф-фаянс. - 10;**
- 10) **Легкая промышленность - 48;**
- 11) **Пищевая промышленность - 34;**
- 12) **Фармакологическая - 7;**
- 13) **Пром. минеральных удобр. - 2;**
- 14) **Пром. мед. оборудования - 3;**
- 15) **Полиграфическая - 1;**
- 16) **Другие отрасли пром-ти - 13.**

Классификация отраслей по характеру воздействия на предметы труда

Добывающие
(15,5 % в 1990 г.
17,5 % в 2000 г.)

Добыча
сырья

Обрабатывающие

Переработка
сырья

2.3. Анализ отраслевой структуры

**Индикаторы
отраслевой
структуры
промышленности**

**Индикаторы
положения
отрасли
в промышленности**

**Индикаторы
территориальной
структуры
промышленности
(отрасли)**

**Система
индикаторов
структуры**

**Индикаторы,
характеризующие
условия спроса,
условия
предложений**

**Индикаторы степени
открытости
рынка**

**Доля отраслей,
обеспечивающих
технический прогресс**

**Соотношения
групп А и Б**

**Индикато
ры
отраслево
й
структуры
промышл.**

**Число
отраслей**

**Доля отраслей,
производящих ТНП
и обеспечивающих
ЭТОТ выпуск**

**Соотношение между
добывающими
и обрабатывающими
отраслями**

**Доля отрасли
в продукции
промышленности**

**Доля занятых
среди занятых
в промышленности**

**Индикаторы положения
отрасли
в промышленности**

**Доля ОППФ
в стоимости ОППФ
промышленности**

**Коэффициент
опережения
отраслевой**

Коэффициент опережения отраслевой
характеризует структурные изменения
в отрасли в сравнении со средними показателями
по промышленности в целом

$$K_{отр} = \frac{T_{отр}}{T_{пром}}$$

где $T_{отр}$ – темп развития отрасли;

$T_{пром}$ – темп развития промышленности

Ресурсной базы:

- 1) обеспеченность природными ресурсами;
- 2) обеспеченность ОПШФ;
- 3) обеспеченность трудовыми ресурсами.

Индикаторы территориальной структуры промышленности

Результатов и эффективности:

- 1) объем производства;
- 2) доля в общем объеме;
- 3) производительность
труда
- 4) и т.д.

Межрегионального обмена:

- 1) отношение вывоза
продукции к объему
производства;
- 2) отношение ввоза к
совокупному объему
используемых местных
ресурсов;
- 3) уровень
кооперирования и т.д.

2.4. Межотраслевые КОМПЛЕКСЫ

Межотраслевой комплекс:

- 1) совокупность разнородных технологически связанных между собой отраслей, обеспечивающих выпуск определенной продукции;
- 2) формируются для удобства народнохозяйственного планирования

Металлургический
(16.4 % в 2000 г.
в объеме продукции
промышленности)

Социальный (ТНП)
(1,2 %)

**Топливо-
энергетический**
(25,4 %)

**Межотраслев
ые
комплексы**

**Химико-
лесной**
(10,2 %)

Машиностроительный
(16,4 %)

Агропромышленный
(11,1 %)

Тема 3. Промышленность
и ее место
в экономике
и структуре
общественного
производства

Лекция 6

3.1. Промышленность –
ведущая отрасль
экономики

Промышленность –
это совокупность отраслей,
осуществляющих добычу и переработку
природных ресурсов

Промышленность – ведущая отрасль экономики страны потому, что:

- 1) ее доля в ВВП страны - 65,2 % (2000 г.);
- 64,0 % (2003 г.);**
- 2) ее доля в численности занятых - 20,6 % (2001 г.);**
- 3) ее доля в числе предприятий - 12,0 % (2000 г.);**
- 4) уровень развития промышленности определяет уровень развития страны;**
- 3) наличие огромных запасов для отрасли.**

Промышленность России

в материально-техническом,
кадровом аспектах является
самодостаточной для интенсивного
социально-экономического
развития.

Основой промышленности и
экономики страны в целом
является тяжелая
промышленность.

Место тяжелой промышленности среди других отраслей экономики:





**Государственное
накопление**

**Укрепление
оборонеспособности
и**

**Промышленно
сть**

**Рост
материального
благополучия**

**Экологическая
нагрузка**

3.2. Промышленный и производственный потенциал

Производственный потенциал России

ТЭК

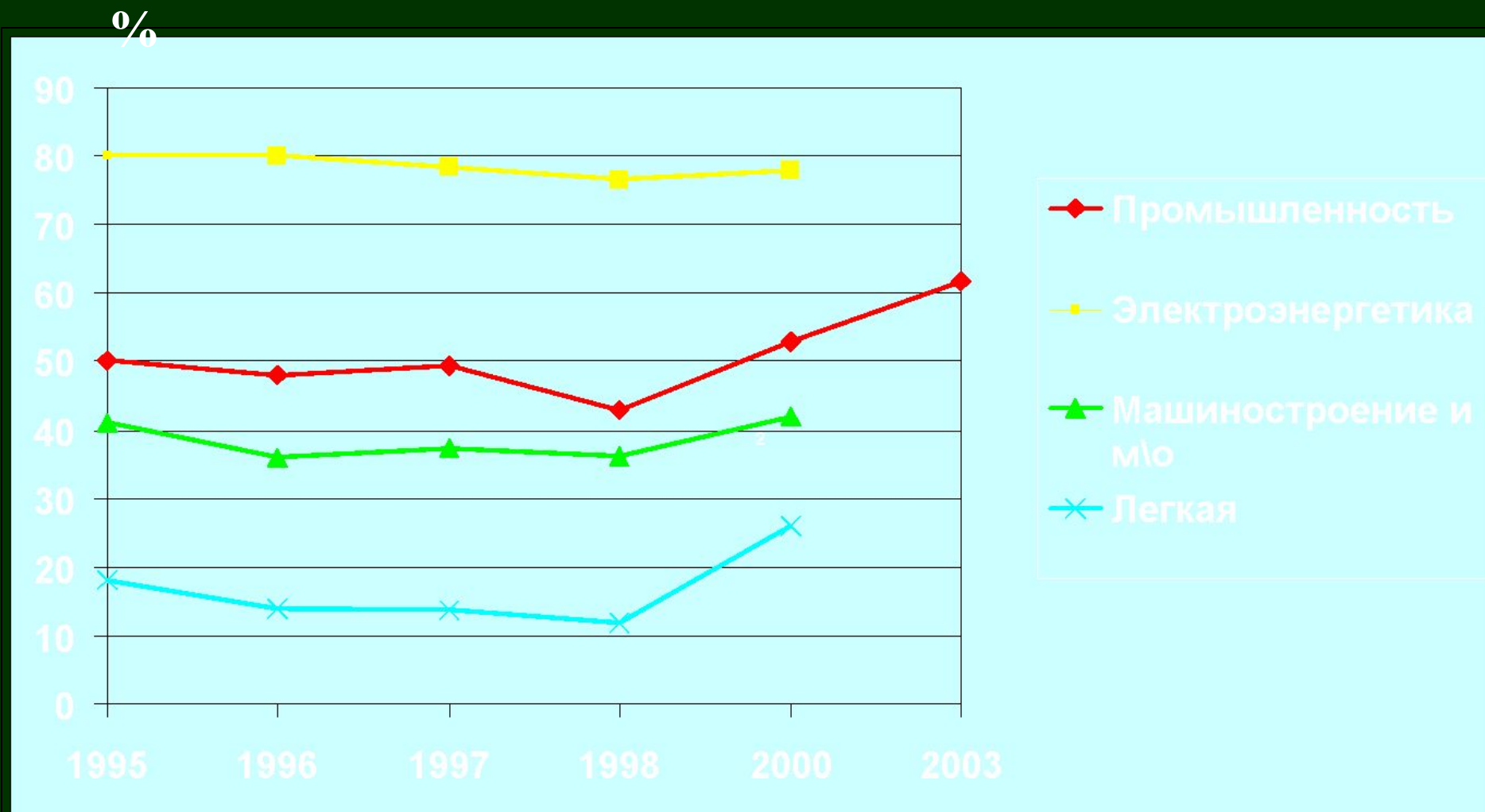
- 20 % инвестиций страны;
- 58 % капвложений промышленности;
- 44 % ОППФ пром-ти;
- 13 % рабочих мест в пром-ти.

ВПК (ОПК)

- 2 - 4 % ВВП
- наука
- кадры
- технологии
- продукция

384 000 предприятий промышленности (2001 г.)

Динамика производства продукции промышленности к уровню 1990 г.



**Производственный
потенциал промышленности**

Трудовые ресурсы

ОПШФ

**Промышленно
производственный
персонал (ППП)**

**Производственные
мощности**

**Форма собственности
на средства труда**



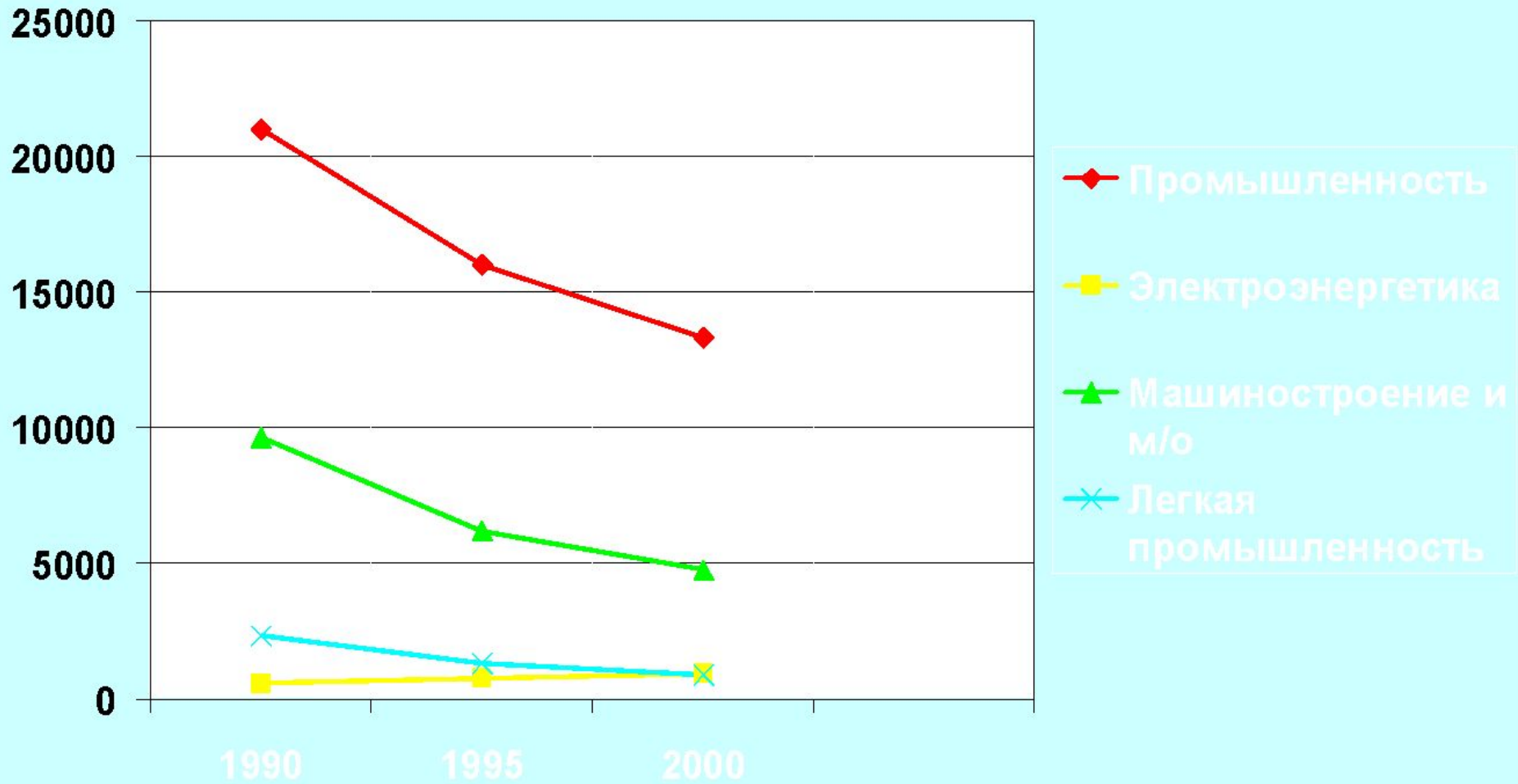
**Факторы, влияющие
на производственный потенциал
промышленности:**

Инвестиции в ОПШФ



Динамика численности ППП:

тыс. чел.



Производственная структура ОИИФ
промышленности (на 01.01.2000), %:

- 1) здания - 28,8
- 2) сооружения - 18,8
- 3) передаточные устройства - 10,9
- 4) машины и оборудование - 38,6

из них:

силовые машины и оборудование – 28,4

измерительное и регулирующее - 1,4

вычислительная техника - 0,9

5) транспортные средства - 2,2

6) прочие основные фонды - 38,3

**Степень износа производственной
структуры ОПШФ промышленности
(на 01.01.2001), %:**

- 1) здания - 32,8**
- 2) сооружения - 53,9**
- 3) передаточные устройства - 59,0**
- 4) машины и оборудование - 62,7**
- 5) транспортные средства - 49,0**

Отраслевая структура стоимости ОННФ

промышленности (на 01.01.2001), %:

- 1) Электроэнергетика - 24
- 2) Топливная - 20
- 3) Черная металлургия - 6
- 4) Цветная металлургия - 7,2
- 5) Химическая и нефтехим. - 7
- 6) Машиностроение и м/о - 20,2
- 7) Лесная, д/о и целюл. бум - 3
- 8) Пром. Строительных мат. - 3
- 9) Легкая - 1
- 10) Пищевая - 6

Степень износа ОПШФ по отраслям

(на 01.01.2004, ЭЖ, №13, апр. 2005), %:

- 1) Промышленность - 51,4
- 2) Электроэнергетика - 57,8
- 3) Топливная - 50,7
- 4) Черная металлургия - 49,3
- 5) Цветная металлургия - 43,1
- 6) Химическая и нефтехим. - 53,7
- 7) Машиностроение и м/о - 52,5
- 8) Лесная, д/о и целл. бум. - 43,1
- 9) Пром. строительных мат. - 47,2
- 10) Легкая - 48,2
- 11) Пищевая - 33,5

Основные проблемы промышленности России (2000 г. по сравнению с 1990 г.):

- К обновления сократился с 6,9 % до 1,5 %;
- К выбытия снизился с 1,8 % до 1,2 %;
- снижение доли нового оборудования (до 5 лет) в структуре активной части с 29,4 до 4,7 %;
- рост доли устаревшего оборудования (более 20 лет) с 15 до 38,2 %;
- чем выше доля обработки, тем ниже уровень использования производственных мощностей.

**Средний уровень загрузки
производственных мощностей
по отраслям (на 01.03.2002), %:**

- 1) Промышленность - 52
- 2) Электроэнергетика - 65
- 3) Топливная - 77
- 4) Черная металлургия - 64
- 5) Цветная металлургия - 64
- 6) Химическая и нефтехим. - 55
- 7) Машиностроение и м/о - 43
- 8) Лесная, д/о и целл. бум. - 70
- 9) Пром. строительных мат. - 47
- 10) Легкая - 45
- 11) Пищевая - 48

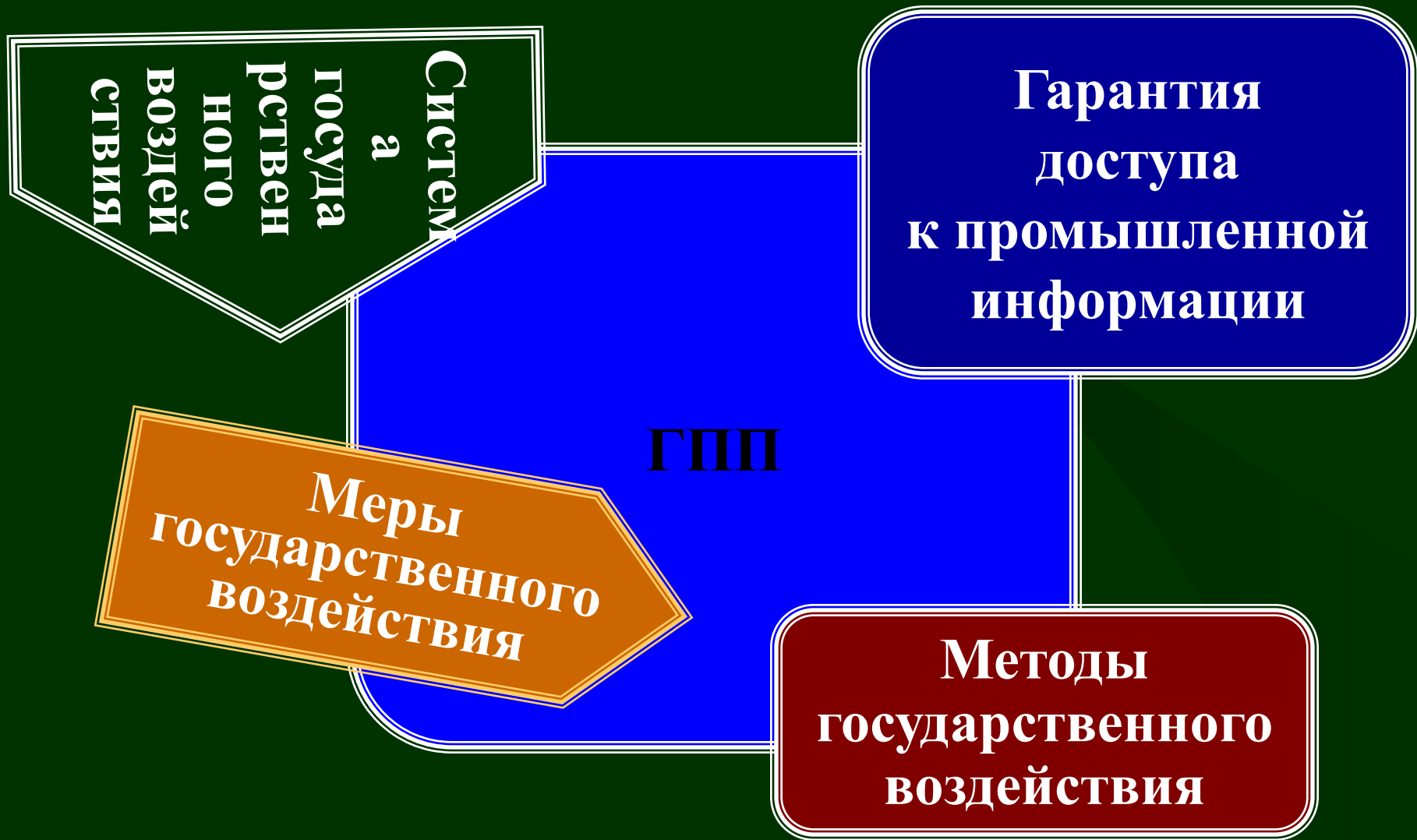
3.3. Промышленная политика России

**Состояние промышленности России
это результат:**

**противоречивых взаимодействий между
федеральной макроэкономической политикой
и реакцией микроэкономической среды**

**Основой повышения роли
промышленности
в экономике страны
должна быть
государственная
промышленная политика
(ГПП)**

**Современная Россия:
- 200 нормативных актов!!!**



- цели;
- принципы;
- направления.

ГПП

Субъект

Объект

Механизм

Структура:

система
органов
государств.
регулиру-
рования

Органы власти:

- федеральные;
- региональные;
- муниципальные

- функции;
- права;
- обязанности;
- ответственность

ППП

**Основны
е
направле
ния
ППП**

- реструктуризация;
- обновление;
- техническое перевооружение

- переподготовка кадров;
- высокие и наукоемкие технологии

Меры стимулирования

Структурная политика

Основные направления структурной перестройки в рамках ГПП:

- 1) совершенствование управления
организациями на всех уровнях;**
- 2) улучшение технологической структуры;**
- 3) изменение структуры производства в сторону
продукции с более высокой добавленной
стоимостью;**
- 4) развитие инфраструктуры в первую очередь
транспорта и связи**

3.4. Материально-сырьевые ресурсы промышленности

Материально-сырьевые ресурсы – это:

сырье;

материалы;

полуфабрикаты (Пелих).

Снижение материальных затрат
на 1 %:

- **снижает себестоимость на 0,7 %;**
- **увеличивает национальный доход, создаваемый в промышленности на 1,6 % (Пелих)**

Сырье – это:

**предметы труда, полученные
в сырьевых отраслях.**

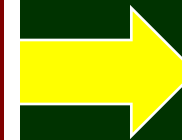


Например:

- **руды и их концентраты**
- **уголь**
- **нефть**
- **зерно и т.д.**

Материалы – это:

**предметы труда, полученные
в обрабатывающих отраслях.**



По происхождению



По видам



Например:

- **чугун, добавки к стали**
- **нефтепродукты**
- **мука и т.д.**

Материалы (по видам)

```
graph TD; A[Материалы (по видам)] --> B[Основные]; A --> C[Вспомогательные]; B --> D[Входят в состав вырабатываемой продукции (в т.ч. и полуфабрикаты)]; C --> E[Используются для ухода за оборудованием];
```

Основные

**Входят в состав
вырабатываемой продукции
(в т.ч. и полуфабрикаты)**

Вспомогательные

**Используются для
ухода за
оборудованием**

Полуфабрикаты – это

сырой материал, подвергшийся обработке в одной или нескольких стадиях производства, но неспособный быть конечным продуктом.

В каких случаях полуфабрикат является готовым продуктом?

Материалы (по происхождению)

```
graph TD; A[Материалы (по происхождению)] --> B[Промышленные]; A --> C[Сельскохозяйственные]; B --> D[• минеральные; • искусственные.]; C --> E[• растительные; • животные.]
```

Промышленные

- минеральные;
- искусственные.

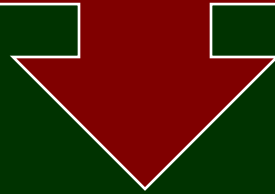
Сельскохозяйственные

- растительные;
- животные.

**4.1. Сущность, формы
и показатели
концентрации производства**

**Что является условием
повышения эффективности
производства?**

**Совершенствование форм
общественной организации
производства**



**Ключевое условие
повышения эффективности
производства**

Концентрация

**Формы
организаци
и
общественн
ого
производст
ва**

Специализация

Размещение

Кооперирование

Комбинирование

Концентрация – это процесс сосредоточения производства, сопровождающийся:

- 1) ростом размеров предприятия;
- 2) ростом доли крупных.

По характеру

Как процесс
сосредоточения

Концентрация
классифицируется

Формы

Виды

**Концентрация
как процесс
сосредоточения**

Абсолютная

**Укрупнение
размеров
предприятия**

Относительная

**Распределение
общего объема
производства
между другими
предприятиями**

**По характеру
концентрация**

```
graph TD; A[По характеру концентрация] --> B[Интенсивная (за счет накоплений)]; A --> C[Экстенсивная (за счет слияния)];
```

**Интенсивная
(за счет
накоплений)**

**Экстенсивная
(за счет
слияния)**

Комбинирование

**Формы
концентрации
производства
на предприятиях**

Универсализация

Специализация

- добывающая промышленность;
- промышленность стройматериалов;
- пищевая промышленность
(мукомольная промышленность,
сахарная промышленность).



Специализация

Виды концентрации:

Агрегатная

Увеличение единичной мощности оборудования

Технологическая

Укрупнение цехов и переделов в составе предприятия

Заводская

Увеличение размеров предприятия

Организационно-хозяйственная

Централизация управления для создания предпосылок их последующего тех перевооружения

Направления роста масштабов производства:

Горизонтальная

**Несколько компаний,
занятых в одной
сфере деятельности**

Вертикальная

**Объединение
разноотраслевых,
технологически связанных
предприятий**

**Комбинация
разноотраслевых
компаний**

**Объединение
разноотраслевых
технологически не
связанных компаний**

Источники эффективности концентрации:

сосредоточение в рамках одного предприятия мощностей, экономических ресурсов позволяет:

более эффективно и экономично использовать все основные элементы производства: оборудование, сырье, материалы, рабочую силу, то есть существенно повысить производительность труда и снизить себестоимость продукции.

Показатели уровня концентрации производства в отраслях промышленности

- 1) объем выпуска продукции за год в среднем на одно предприятие;**
- 2) доля крупных предприятий в:
численности ППП;
стоимости ОППФ, по отрасли и т.п.;**
- 3) показатели (доля) концентрации в отрасли (на рынке) – рассмотрим подробнее в следующем параграфе).**

**Индексы
деятельности**

**Показатели
размера компании**

**Абсолютные
размеры**

**Показатели
концентраци
и**

- 1) **объем выпуска продукции за год;**
- 2) **среднегодовая численность ППП;**
- 3) **среднегодовая стоимость ОПФ**

**Абсолютные
размеры
(Пелих)**

Отражают:

- а) положение компании на рынке (отрасли);
- б) тип рыночной структуры (тема 1.2).

**Показатели
концентрации**

Показатели (доля) концентрации:

- 1) коэффициент концентрации;
- 2) коэффициент относительной концентрации;
- 3) индекс Херфинделя-Хиршмана;
- 4) коэффициент энтропии;
- 5) дисперсия логарифмов рыночных долей;
- 6) коэффициент Джини;
- 7) индекс Холла-Тайдмона.

В основе расчета показателей концентрации лежит понятие «доля предприятия на рынке»:

$$d_i = \frac{q_i}{\sum q}$$

**где d_i -- доля i -го предприятия на рынке;
 q_i – объем продаж i -го предприятия;
 $\sum q$ – совокупный объем продаж
участников рынка.**

Коэффициент рыночной концентрации (CR):

- это сумма **«долей предприятий на рынке»**
- наиболее крупных

$$CR_i = \sum_i d_i$$

где d_i -- доля i -го предприятия на рынке.

**Если компаний много, то CR стремится к 0
чем меньше компаний на рынке, тем более
CR стремится к 1.**

**Однако CR не охватывает всех участников рынка.
Этого недостатка лишен индекс НИ.**

Индекс рыночной концентрации Херфинделя-Хиршмана

- это сумма квадратов рыночных долей продавцов, действующих на рынке, умноженная на 10 000:

$$HHI = 10000 \times \sum_i d_i^2$$

Коррекция на 10000 для того, чтобы избавиться от знаков после запятой.

**Если индекс рыночной концентрации
Херфинделя-Хиршмана:**

- стремится к 10 000 - полная концентрация,
1 компания, снижение конкуренции;
- стремится к 0 – множество компаний,
усиление конкуренции.

Три типа рынков:

I - высококонцентрированный:

при $70 \% < CR_3 < 100 \%$; $1800 < HHI < 10000$;

II - умеренно концентрированный:

при $45 \% < CR_3 < 70 \%$; $1000 < HHI < 1800$;

III - низкоконцентрированный:

при $CR_3 < 45 \%$; $HHI < 1000$.

Как можно оценить активность фирмы на рынке?

**Индексы
деятельности**

**Индекс
Ротшильда**

**Индекс
Дансби-Уиллига**

Индекс Ротшильда

отражает насколько чувствителен спрос при изменении цены на продукцию конкретной компании относительно всего рынка:

$$R = \frac{E_t}{E_f}$$

где E_t -- эластичность спроса для всего рынка рассматриваемого товара;

E_f – эластичность спроса на товар, выпускаемый данной данной

компанией

(Байе).

Если $R = 1$,

то кривая спроса на продукцию данной компании совпадает с кривой спроса на продукцию отрасли.

Если $R \rightarrow 0$,

- а) то повышение цены на продукцию компании на 10 % повлечет за собой более сильное снижение спроса, чем если бы все компании отрасли повысили цену на 10 %;
- б) то растет количество компаний на рынке.

Индекс Дансби-Уиллига

- **измеряется как сумма прибавочного продукта, полученного как потребителями, так и самими компаниями;**
- **демонстрирует на сколько изменяется социальное благосостояние общества при изменении объемов производства компании;**
- **позволяет ранжировать отрасли по степени влияния на социальное благосостояние общества (Байе).**

Если индекс Дансби-Уиллига = 0,
то рост производства в компании
ничего не дает обществу.

Если Дансби-Уиллига > 0,
то при росте объемов производства
компании растет и благосостояние общества.

4.3. Определение оптимальных размеров предприятия

**Не существуют
вне места
размещения**

**Не абсолютны
по природе**

**Оптимальные
размеры
предприятия**

**Не существуют
вне времени**

**Различны для
разных периодов**

**Различны для
разных экономических
районов**

**Общественная потребность
в продукте**

**Условия,
соблюдение
которых
необходимо при
обосновании
оптимальных
размеров
предприятия**

**Требования
НТП**

**Эффективность
инвестиций**

**Организационные
и экономические
границы предприятия**

**Эффективность
использования
ресурсов**

**Известна классификация отраслей
по их технико-экономическим особенностям,
на 4 группы, определяющих
оптимальные размеры предприятий**

- 1) отрасли добывающей промышленности
оптимальный размер определяется:**
- количеством и качеством месторождений
полезных ископаемых;**
 - экономически целесообразным сроком их
эксплуатации, обеспечивающим к моменту
окончания полную амортизацию горных
выработок;**

**2) монопродуктовые отрасли
обрабатывающей промышленности
(черная и цветная металлургия):**

**оптимальный размер определяется
главным образом единичной мощностью
и производительностью агрегатов,
обеспечивающих высокий экономически
эффект;**

**3) отрасли обрабатывающей промышленности
(машиностроение, обувная,
деревообрабатывающая):
оптимальный размер определяется
путем установления целесообразного набора
цехов и производств для каждого типа
предприятий, обеспечивающих наиболее
полное и эффективное использование
машин, потоков и возможностей
специализации производства;**

**4) отрасли перерабатывающие
первичное с/х сырье**

**оптимальный размер определяется
с учетом плотности сырьевой базы,
зоны потребления готовой продукции
среднего радиуса перевозки грузов.**

**Оптимальный размер
проектируемого предприятия :**

$$T_c + C + T_{II} + K * ROI \rightarrow \min, \Pi \rightarrow \max,$$

где T_c - затраты на доставку сырья;

C – затраты на производство;

T_{II} – затраты на доставку готовой
продукции потребителям;

K - инвестиции;

ROI – простая норма прибыли.

**Современная концепция
оптимального размера фирмы:
минимально эффективный размер
это наименьший объем производства
при котором фирма может
минимизировать свои
долгосрочные средние издержки**

4.4. Концентрация: монополия, олигополия и неценовая конкуренция

Несовершенная конкуренция

Это характеристика рынка, где два или более продавцов, обладая некоторым (ограниченным) контролем над ценой, конкурируют между собой за продажи.

**Виды рынков несовершенной конкуренции
по степени убывания конкурентоспособности:**

- 1) монополистическая конкуренция;**
- 2) олигополия;**
- 3) монополия (Пелих).**

Монополистическая конкуренция:

- 1) на рынке действует много конкурирующих фирм, предлагающих дифференцированные товары;**
- 2) каждая фирма имеет некоторые возможности влиять на цену своего товара;**
- 3) отсутствуют барьеры входа и выхода на рынок;**
- 4) имеет место наличие незагруженных мощностей.**

Олигополия

это такая рыночная структура, при которой:

- 1) доминирует небольшое число продавцов (дословно – «немного продавцов»);**
- 2) вход на рынок (в отрасль) ограничен высокими барьерами.**

**Виды
олигополии
по Пелиху**

**Олигополия
первого вида**

**Рынок с
совершенно
однородной
продукцией
и гигантскими
предприятиями**

**Олигополия
второго вида**

**Рынок
нескольких
продавцов,
продающих
различные по
качеству товары**

Товар

**Реакции
потребителей**

**Изменение прибыли
за счет изменения
цен,
объемов выпуска**

**Реакции
конкуренентов**

**Олигополистическая
взаимосвязь**

**Основной
мотив
поведения
фирмы**

Тайная олигополия

**Типы
олигополистического
поведения (по Сио)**

**Олигополия
доминированная**

**Монополистическая
конкуренция**

Тайная олигополия



Если сговор, то



Рыночная цена
будет соответствовать
ситуации единственного
монополиста

Картель
(о цене, объемах и т.д.)

Синдикат
(централизация
обеспечения)

Трест
(централизация
управления)

Концерн
(разные, но
взаимосвязанные
отрасли)

**Много
продавцов
и покупателей**

**«ВХОД»
«ВЫХОД»
свободный**

**Фирмы
не влияют
на цены
других**

**Монополистическая
конкуренция**

≅ рынок совершенной конкуренции

**Важнейший
фактор
положения
фирмы
на рынке**

Товар

**Гомогенный
(стандартный):**

- сталь;
- цемент;
- и т.д.

Дифференцированный:

- автомобили;
- пиво;
- и т.д.

**Отношение
затрат на рекламу
к объему продаж**

**Коэффициент
перекрестной
эластичности спроса**

**Измерение
дифференциации
продукции
по S_{10}**

Дифференциация:

- высокая;
- средняя;
- низкая.

**Энтропийный
показатель
(степень лояльности
покупателя
к данной марке товара)**

**Рыночные барьеры,
обусловленные
дифференциацией
товара**

Крайне субъективный

Неценовая конкуренция (Сио)

Дифференциация

Реклама

Роль

Измерение дифференциации

Представить, что дифференциация есть, даже если ее нет

Реальные различия:

1. Патенты, торговые марки, авторские права;
2. Качество, срок службы;
3. Дизайн, стиль, размеры, цвет, и т.д.;
4. Условия торговли;
5. Гарантии;
6. Скорость, способы и цены доставки;
7. Сервисные службы.

4.5. Модели олигополистического поведения

Сущность олигополистического ценообразования демонстрируют следующие модели поведения:

- **модель Курно (дуополии);**
- **ломанной кривой спроса;**
- **сговора;**
- **лидерство в ценах;**
- **ценообразование по принципу «издержки плюс».**

Помимо структурных различий в отраслях существует разница в ценовом и неценовом поведении компаний, на которые влияют (Сио, Байе):

- 1) подверженность поглощениям и слияниям - в одних больше, других – меньше;**
- 2) различия по отраслям в уровне финансирования рекламы и НИР;**
- 3) величина наценки - различная в разных отраслях.**

**Основны
концепции
ценового
поведения**

По Пелиху

По Сио

**Они носят относительно
самостоятельный характер —
дополняют друг друга**

**Ценовое
поведение
по Пелиху**

Кооперативное

**Картель
(сговор о ценах
и объемах)**

**Некооперативно
е**

**Самостоятельное
определение
объемов и цен**

Ценовая война:

- цена ↓;
- прибыль → 0.

Ценовое поведение по Сию

С точки зрения ценообразования фирмы ведут себя в разных отраслях по-разному.

Определить и сопоставить величину наценки позволяет индекс Лернера:

$$L = \frac{P - MC}{P}$$

где P – цена товара;

MC – предельные издержки
на его производство.

Индекс Лернера – это показатель разницы между ценой товара и его предельными издержками, как функции цены.

Если $L = 0$, $P = MC$,
то имеет место острая конкуренция на рынке,
компании стремятся минимизировать наценку.

Если $L \rightarrow 1$,
то конкуренция снижается, компании
стремятся максимизировать наценку.

Если $L = 0$,
то множитель наценки равен 1.

Если $L = 1/2$,
то множитель наценки равен 2 или
цена в двое больше предельных издержек.

Пример:

- 1) предельные издержки на одного пассажира
- 200 USD;
- 2) цена на билет - 300 USD;

Чему равен множитель наценки?

Экономические последствия олигополии

**Стремление получить
высокие прибыли,
ограничивая выпуск
продукции ранее
достижения точки
наименьших издержек
на единицу продукции
и соответствующей
цены**

**Достижение высоких
темпов НТП, что
приведет к снижению
цен, улучшению
товаров**

**Между структурой рынка,
поведением и деятельностью
компании существует взаимосвязь.**

**Пример: парадигма американской
промышленности**

или

причинно-следственный подход

Структура

Поведение

Деятельность

- технология;
- концентрация;
- рыночные условия

- описание действий компаний на рынке с точки зрения ценообразования;
- финансирование рекламы;
- финансирование НИР и ОКР

- прибыль компании;
- социальное благосостояние общества

При анализе поведения компании в отрасли применяется причинно-следственный подход:

имеющаяся рыночная структура
заставляет компании
действовать определенным образом,
т.е. является причиной следствия.

**Хорошая
работа**

**Плохая
работа**

Критическая обратная связь:

некоторые экономисты считают, что причинно-следственный подход дает в лучшем случае только поверхностное описание взаимодействий между структурой, поведением и деятельностью

Поведение

Структура

Деятельность

Рост концентрации на рынке!

Лекция 12

Тема 5. Специализация, кооперирование и интеграция в промышленности

5.1. Специализация, ее направления, формы и показатели

Специализация предприятия,
его отдельных производственных подразделений означает
сосредоточение их деятельности на выпуске определенной
продукции или выполнении отдельных видов работ

Специализация промышленного производства
является эффективной формой
общественного разделения труда

Специализация

**Конструктивная
и технологическая
общность,
выпускаемой
продукции**

Повышение однородности производства

Ограничение разнообразия

Оборудования

**Исходных
материалов**

**Форм организации
производства**

Технологий

Уровни специализации

Промышлен
ность

Предприятия

Внутри
предприятия

и взаимодействие
между
- разделение труда
отраслей;
- создание новых
отраслей;
- расширение

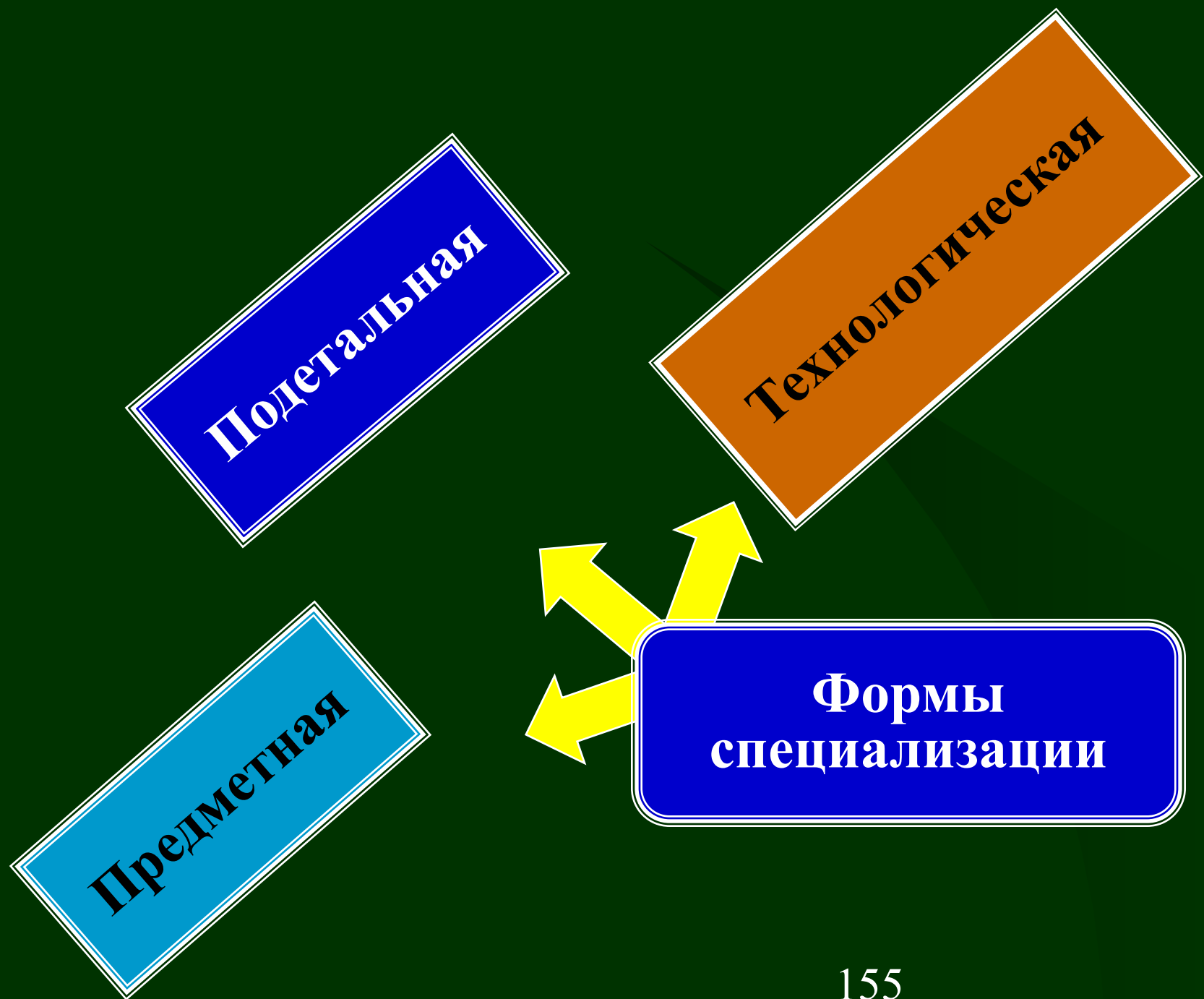
Выпуск определенной
продукции или работ

**Создание или
выделение отраслей,
предприятий для
выпуска
определенной
продукции**

**Расчленение
производства
на ряд процессов
на отдельных
предприятиях**

**Направления
специализации**

**Выделение и
создание
предприятий и
цехов
для отдельных
операций**



**Углубление
специализации**

Отрасль К

Предприятие А

Отрасль В

Предприятие С

Отрасль Н

Предприятие Р

**Выпуск однородной конечной продукции
(автомобили, станки, турбины и т.д.)**

**Предметная
специализация**

**Подетальная
специализация**

**ВЗАИМОЗАМЕНИМОСТЬ
–
Основа**



Выпуск комплектующих частей или узлов

Отрасль Н
Отрасль В
Отрасль К

Предприятие Р
Предприятие С
Предприятие А

**Технологическая
специализация**

**Выпуск материалов, полуфабрикатов,
выполнение отдельных технологических
операций
(литье, поковки, оснастка (СТО) и т.п.)**

Отрасль Н

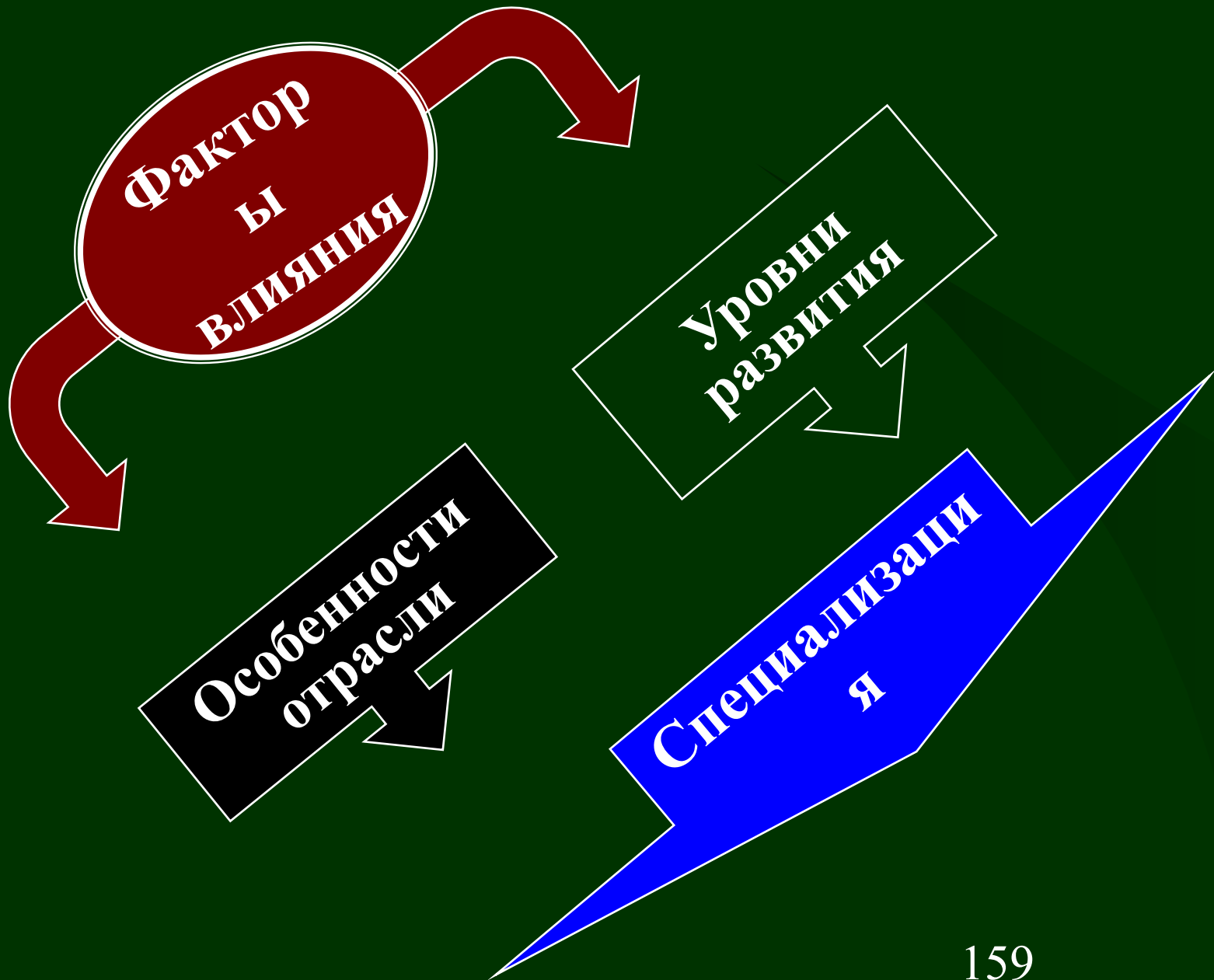
Отрасль В

Отрасль К

Предприятие Р

Предприятие С

Предприятие А



5.2. Кооперирование, формы, основные показатели

Кооперирование – это плано-организационные производственные связи между предприятиями, совместно изготавливающими какую-либо продукцию

внутри

Специализация

Следствие

Кооперирование

Характеристики кооперирования

Относительное
постоянство

Устойчивость
связей

Строгое
соблюдение
технологических
условий
смежников

**Формы
кооперирования**

**Предметная
(автомобили,
станки и т.д.)**

**Подетальная
(детали, узлы)**

**Технологическая
(литье, поковки,
и т.п.)**

5.3. Экономическая эффективность специализации и кооперирования

**Специализация
выгодна потому, что
она способствует:**

- использованию новой высокопроизводительной техники;**
- механизации и автоматизации производства;**
- снижению приведенных затрат;**
- повышению качества продукции;**
- повышению производительности труда**

Индикаторы эффективности специализация

- 1. Экономия текущих затрат на производство продукции и транспортных расходов на ее доставку потребителям.**
- 2. Экономия капитальных вложений и срок их окупаемости.**
- 3. Годовой экономический эффект от специализации производства продукции.**

Экономия текущих затрат:

сравнивают между собой затраты на годовой объем производства, который должен быть получен после специализации по новой и прежней себестоимости с учетом транспортных издержек –

это условно-годовая экономия:

$$\mathcal{E} = [(C_1 + T_1) - (C_2 + T_2)] \times B,$$

где C_1 и C_2 – полная приведенная заводская себестоимость до и после специализации;

T_1 и T_2 – приведенные транспортные расходы на доставку продукции потребителям до и после специализации;

B – годовой объем выпуска после проведения специализации

**Годовой экономический эффект
от специализации:**

$$\mathbf{\mathcal{E}_{\text{э}} = \mathcal{E} - \text{ROI} \times K,}$$

**где \mathcal{E} – условно-годовая экономия в связи
с проводимой специализацией;
 ROI – простая норма прибыли;
 K – объем капиталовложений,
необходимый для проведения
специализации.**

Экономия от производственных кооперированных связей:

$$\mathbf{\text{Э}_k = C - (Ц + T_r) \times B,}$$

где C – полная приведенная заводская себестоимость изделия, изготовленного на Вашем предприятии;

Ц – оптовая цена изделия по которой оно будет продаваться Вам специализированным предприятием;

T_r – приведенные транспортно-заготовительные расходы на доставку изделия;

B – планируемый годовой объем изделий, получаемых Вами по кооперации.

5.4. Интеграционное поведение

**Интеграция – это
объединение производственных ресурсов**

**Слияние – это
одна из форм интеграции,
при котором две-три существующие
компании объединяются в одну структуру**



Это слияние двух или более компаний,
производящих компоненты,
необходимые для производства товара
(автомобиль = рама + двигатель + ... + ...
или Карьер + ГРЭС = ЛУТЭК или
производство + сбыт)

Вертикальная
интеграция

Основные мотивы ВИ:

**сокращение операционных издержек,
связанных с приобретением необходимых
им ресурсов**

Методы ВИ:

- А) консолидация;**
- Б) группировка;**
- В) франчайзинг;**
- Г) целевая пролонгация**

А) консолидация

Интегрируемая
организация

Преобразуется
в подразделение

Преобразуется
в дочернюю
организацию
(консолидированная
организация > 50 %
выпуска)

Б) группировка

- обмен акциями;
- обмен управленческими связями (включение в состав совета директоров представителя консолидируемой организации);
- предоставление услуг

В) франчайзинг

Предоставление интегрируемой компании права пользования:

- торговой маркой;
- ноу – хау;
- материальными ресурсами

Г) целевая пролонгация

Формирование долгосрочных устойчивых интегрированных связей (продление сроков договоров о поставках)

Это слияние компаний,
занимающихся производством
однотипной продукции



Горизонтальная
интеграция

**Создание органов
управления
(трастов)**

**Группировка
(взаимообмен
акциями, участие
в прибылях)**

**Создание
ассоциаций**

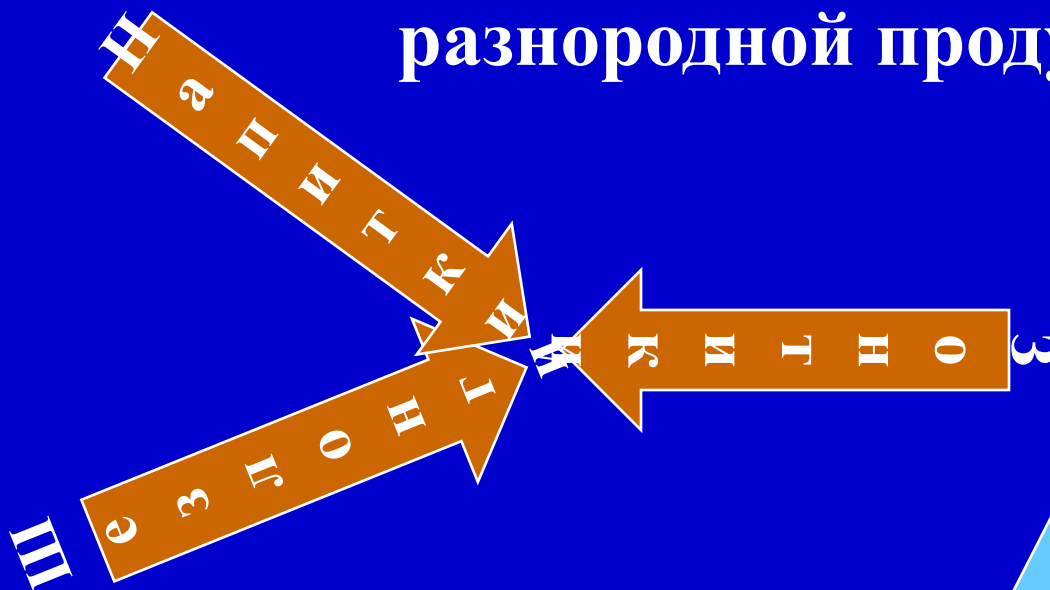
**ФОРМЫ
ГИ**

**Делегирование
функций
интегратору**

**Создание
консультативных
органов при
ограничении
полномочий каждого
ИЗ НИХ**

**Создание общих
финансовых органов
(банков, холдингов)**

**Это слияние компаний,
занимающихся производством
разнородной продукции**



- добавленная стоимость
- соотношение между добавленной стоимостью и общей стоимостью продукта до и после консолидации производства

Индикаторы интеграции

Степень интеграции:

- 1) Средняя доля добавленной стоимости в объеме выручки до и после консолидации;
- 2) Соотношение затрат и добавленной стоимости до и после консолидации

5.5. Стандартизация, унификация и типизация как основы интеграции

Стандартизация – это

деятельность по установлению норм, правил и характеристик в целях обеспечения:

- 1) безопасности продукции, работ и услуг для окружающей среды, жизни и имущества;**
- 2) технической и информационной совместимости, а так же взаимозаменяемости продукции;**
- 3) качества продукции, работ и услуг в соответствии с уровнем развития науки, техники и технологии;**
- 4) единства измерений;**
- 5) экономии ресурсов;**
- 6) обороноспособности и мобилизационной готовности страны.**

Типизация – это

сведение к целесообразному минимуму наиболее рациональных типов, видов, марок продукции, конструкций машин, оборудования, приборов, техпроцессов и т.д.

Унификация – это

процесс приведения продукции и средств производства к единой форме, размерам, структуре и составу

Тема 6. Комбинирование в промышленности

6.1. Сущность, формы и показатели комбинирования

Комбинирование – это объединение в одном предприятии нескольких, технологически связанных специализированных производств разных отраслей

- 50 % комбинатов – 4-6 отраслей;
- в химической промышленности 50 % - комбинаты.

Производственные

**Ко
мб
ин
ат
ы**

Административные

**Райпромкомбинаты,
комбинаты бытового обслуживания**

Характерные признаки комбинирования

- 1) наличие тесных производственно-технических и экономических связей между производствами;**
- 2) пропорциональность по производительности;**
- 3) непрерывность перехода от одного технологического процесса к другому;**
- 4) пространственное единство;**
- 5) единство энергетической системы;**
- 6) общие вспомогательные производства и службы;**
- 7) единое управление.**

**Сочетание
разнородных
производств**

**Основные
направления
комбинирован
ия**

**На основе
утилизации
отходов**

**Сочетание
последовательных
стадий переработки**

**Комплексное
использование
сырья**

сырья

В зависимости от характера связей между производствами комбината выделяют:

Виды
комбинирова
ния

Секторное

Горизонтальное

Смешанное

Индикаторы уровня комбинирования

- 1. удельный вес товарной продукции, полученный на комбинатах, в общем объеме;**
- 2. удельный вес комбинатов в численности ППП, стоимости ОПШФ отрасли;**
- 3. коэффициент комбинирования как отношение валового оборота к валовой продукции;**
- 4. и т.д.**

6.2. Особенности комбинирования в разных отраслях

Черная металлургия

- 1) **на комбинатах РФ с полным циклом производится 95 % чугуна, 90 % стали, 85 % проката;**
- 2) **металлургические комбинаты выпускают:**
 - **азотные удобрения из коксового газа;**
 - **строительные материалы из металлургических шлаков;**
 - **огнеупорные изделия.**
- 3) **преобразование тепла в энергоресурсы.**

Цветная металлургия

- 1) объединение добычи и переработки руды;
- 2) комплексное использование полиметаллического сырья и отходов производства;
- 3) производство серной кислоты из отходящих газов;
- 4) производство фосфорных удобрений на основе серной кислоты и привозного фосфорного сырья;
- 5) выпуск калийных удобрений при производстве магнезия;
- 6) и т.д.

Химическая промышленность

- 1) химические комбинаты – это чаще всего комбинирование химического производства с нефтепереработкой;**
- 2) полуфабрикаты, синтетические материалы, химические продукты, медицинские препараты;**
- 3) комбинирование с ТЭЦ – производство энергии и различных химических продуктов.**

Деревообрабатывающая промышленность

- 1) объединение механических и химических процессов, а так же термической переработки древесины;
- 2) цикл: лесозаготовка, хранение, первичная переработка, лесопиление, деревообработка, технологическая щепка, древесноволокнистые плиты, целлюлоза и др.

6.3. Экономическая эффективность комбинирования

**Комбинирование,
выгодно потому, что
оно способствует:**

- 1. экономии затрат на орудия и предметы труда;**
- 2. экономии денежных затрат, связанных с организацией производства;**
- 3. концентрации и специализации;**
- 4. расширению сырьевой базы промышленности;**
- 5. равномерному размещению предприятий;**
- 6. комплексному развитию территорий;**
- 7. экономии транспортных расходов на перевозку сырья и готовой продукции.**

Индикаторы эффективности комбинирования:

- 1. общие и удельные капитальные затраты;**
- 2. производительность труда;**
- 3. себестоимость продукции;**
- 4. экономия сырья, материалов и энергии.**

**Тема 7.
Качество продукции
как фактор развития
промышленности**

7.1. Качество, показатели



Качество – это
совокупность характеристик объекта,
относящихся к его способности удовлетворять
установленные
и предполагаемые потребности

Видимость

**Логика
категории качество**

Измеримость

Контролируемость



7.2. Системы управления качеством

**Законы и
нормативные акты**

**Госсистема
надзора за
соблюдением
стандартов**

**Система
управления
качеством в
РФ**

**Государственная
система
стандартизации**

**Заводские системы
управления качеством**

**Государственная
статотчетность
предприятий
по качеству
продукции**

**Маркетинговые
исследования**

как основа системы

7.3. Организация контроля качества

Виды испытаний качества в серийном и массовом производстве

Типовые

После внесения конструкторских изменений

Периодические

Определение стабильности качества, соответствие стандартам, КД и т.д.

Приемо-сдаточные

Выявление неисправностей

Организационные элементы заводского контроля качества продукции

Нормоконтроль

**Контроль соблюдения
стандартов, ТУ и т.д.**

ОТК

**Входной и пооперационный
контроль в процессе
изготовления и приемки**

Самоконтроль

Контроль самим исполнителем

Госприемка

**Пооперационный контроль
качества продукции,
закупаемой для гос. нужд**

Сертификация – это процесс оценки, подтверждающий соответствие продукции ГОСТ, ТУ, международным стандартам

Сертификационные центры

**Сертификат качества
(на срок не менее 3-х лет)**

Обязательный

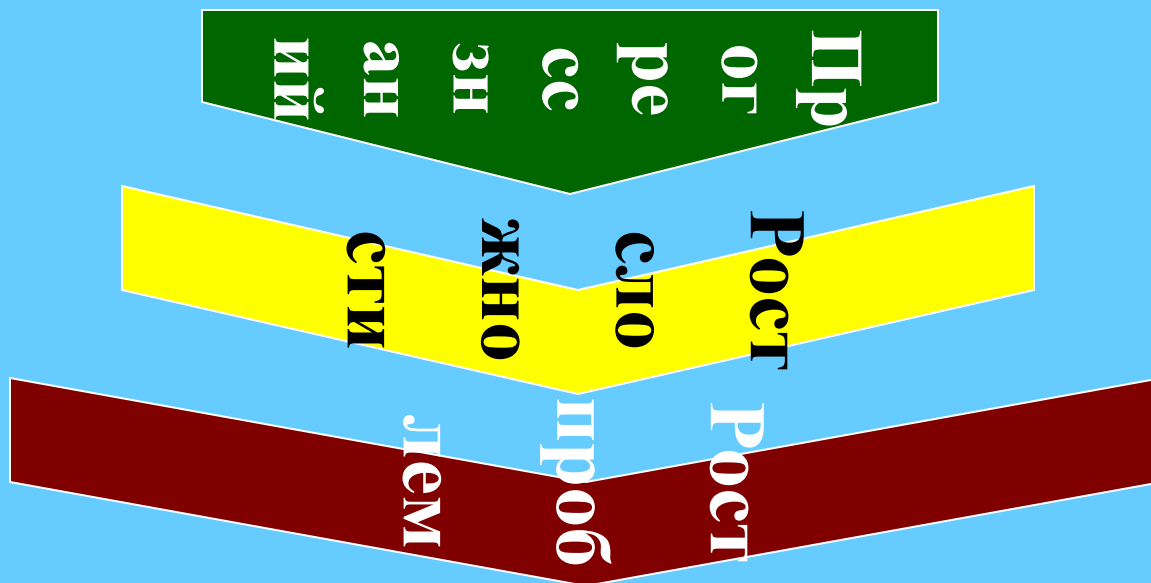
Добровольный

Характер сертификации

**Тема 8. НТП,
перспективы технического,
экономического
и социального развития
промышленности**

**8.1. Прогресс знаний
и рост сложности**

**Общество постоянно наращивает
знания,
это имеет свои «+» и «-»**



П
ро
гр
ес
с
зн
ан
ий

Расширение
рыночного
пространства

Диверсификация
производимых
продуктов

Рост
Слож
ность
и
упра
влен
ия

8.2. Сущность и содержание НТП

**НТП – это непрерывный процесс
количественного роста
и качественного совершенствования
элементов общественного
производства на базе новейших
достижений науки и техники**



**В производстве
орудий труда**

**В производстве
материалов**

**Формы
проявления НТП
в
промышленности**

**Новые виды
энергий (в
энергетике)**

**В совершенствовании
технологий**

8.3. Эффективность НТП

Эффект НТП

По этапам процесса:

- фактический;
- ожидаемый

По содержанию:

- информационный;
- экономический;
- ресурсный;
- социальный

По уровню отраженных экономических интересов:

- народнохозяйственный;
- хозрасчетный

Соизмерение указанных видов эффектов в стоимостной форме не возможно

**Принципиально новая
техника не имеющая аналогов
(5-10 лет на разработку)**

**Категории
новой техники
и технологии**

**Новая техника
и технология,
имеющая аналогии
(3-4 года)**

**Новая техника
как результат
модернизации и
рационализации
(0,5-2 года)**

Экономика отрасли: учебное пособие. Под ред. А.С. Пелих. Ростов н/Д: Феникс, 2003. – 448 с.

Сю К.К. Управленческая экономика: пер с англ. – М.: Инфра-М, 2000, с. 521-528

Байе М.Р. Управленческая экономика и стратегия бизнеса: Учебн.. пособие / пер. с англ. – М.: Юнити-Дана, 1999 - гл. 9, 11, с. 302-304