

**Секция 4. УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВОМ И ПОДГОТОВКА СПЕЦИАЛИСТОВ
ДЛЯ ПРИБОРОСТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ**

УДК 658

ОСОБЕННОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ

Акунец В.П.

*Белорусский национальный технический университет
Минск, Республика Беларусь*

Экономика – это особая сфера общественной жизни со своими законами, проблемами и противоречиями. В этой сфере формируется экономический потенциал общества, производятся продукция и услуги для удовлетворения потребностей людей.

Экономическая наука, как и технические науки, математика или любая другая область исследований общественных явлений, не дает полного понимания всех тех проблем, с которыми она имеет дело. В экономической науке ограниченность понимания обусловлена необходимостью опираться в основном не на экспериментальные данные, а на логический анализ и опыт.

Следует отметить, что экономика как и менеджмент является наукой не точной.

Сегодня интерес людей к экономической теории все более возрастает. Объясняется это глобальными переменами, которые происходят во всем мире.

Одной из не исследованных частей экономики являются экономические методы управления. Экономические методы управления сегодня должны соответствовать новым рыночным условиям. Понимание событий, происходящих в обществе, требует умения оперировать большими объемами статистических данных. Много, хотя и не все, происходящее можно лучше понять, если принимать во внимание изменения, происходящие во внешней окружающей среде.

Поэтому важно изучение механизма взаимодействия всех элементов экономических знаний, уточнение и развитие новых категорий и понятий, исследование их сущности в рыночных условиях.

Экономические методы управления позволяют принимать оптимальные управленческие решения.

На каждом уровне управления обществом действуют свои экономические методы управления.

Экономические методы управления позволяют правильно составить бизнес-план предприятия.

Бизнес-план предприятия имеет разную структуру, в зависимости от специфических условий его реализации. Различают бизнес-план

для вновь создаваемого предприятия и бизнес-план действующего производства. Целью последнего является анализ и выбор оптимального пути реконструкции предприятия для удержания им определенного сегмента рынка, выживания в жестких рыночных условиях.

В бизнес-планах должна быть реально обоснованная стоимость изделия.

Управление стоимостью и анализ затрат являются составной частью финансового менеджмента. Процесс управления стоимостью и анализ затрат включает три основных стадии:

- планирование затрат;
- контроль затрат;
- управление стоимостью для принятия решения.

Практическая реализация стадий по управлению стоимостью

включает решение следующих основных крупненьких задач:

- учёт материалов;
- учёт и начисление заработной платы;
- учёт и определение налогов;
- расчёт потерь от брака;
- учёт затрат на производство;
- учёт денежных средств и расчётов
- учёт фондов, резервов и результатов хозяйственной деятельности.

В результате решения перечисленных задач составляются сметы затрат. Например, смета расходов составляется как план ожидаемых затрат; смета перспективных доходов" устанавливает плановые поступления и издержки будущих периодов; производственный план и смета затрат на производство продукции показывает планируемые уровни запасов, количество единиц изделий, которые предприятие собирается произвести и стоимость различных видов ресурсов, которые будут затрачены на выполнение производственных планов. В любой смете затрат должна быть заложена возможность осуществления контроля путём сравнения фактических затрат с запланированными, определения отклонений и их анализа.

Таким образом, управление стоимостью и анализ затрат на производство продукции направлены на обеспечение изготовления продукции с минимальными затратами.

Производственный учёт - неотъемлемая, органически взаимосвязанная функция любой системы управления. Основная задача производственного учёта состоит в обеспечении управления реальной информацией о выполненных производственных процессах. По характеру управленческих процессов производственный учёт может быть классифицирован по следующим видам:

- технический;
- экономический;
- организационный;
- правовой учёт.

Производственный учёт может быть классифицирован и по целям управления:

- перспективный;
- текущий;
- оперативный.

Каждому из этих видов производственного учёта присущи свои конкретные задачи, а также особенности, методики решения этих задач, которые вытекают из целей и содержания конкретных систем управления. Исследования состояния видов производственного учёта и решения задач по дальнейшему их развитию является одной из проблем повышения эффективности управления.

Оперативный учёт производственных процессов позволяет с помощью анализа давать своевременную оценку развития системы управления и вырабатывать соответствующие решения по её регулированию. Этот вид производственного учёта, как в теоретическом, так и в теоретическом аспекте разработан недостаточно. Основные задачи, решаемые на стадии оперативного учёта, сводятся к следующим:

- учёт выполнения договоров с поставщиками и потребителями;
- учёт работы имеющегося парка оборудования;
- учёт движения изделий по рабочим местам;
- учёт выработки продукции;
- учёт затрат на производство продукции.

Кроме основных задач в оперативный учёт может включаться целый ряд конкретных специальных задач. Основная цель решения задач оперативного учёта направлена на экономию материальных, трудовых и финансовых ресурсов.

Основной целью оперативного учёта является своевременное обеспечение управляющей подсистемы необходимой информацией о фактическом состоянии производственных процессов. Предметом оперативного учёта являются управляемые элементы процесса производства, совершаемые на разных его стадиях.

Оперативный учёт сводится к изучению краткосрочных производственных процессов.

Главной особенностью оперативного учёта является своевременное отражение путём соответствующих расчётов, группировок и изменений производственных процессов по заданным параметрам с целью обеспечения наиболее эффективного функционирования системы управления. Своевременность оперативного учёта характеризуется отражением результатов производственных процессов, которые дают необходимый запас времени для осуществления остальных функций управления. Это даёт возможность выявить образование отклонения от заданных параметров протекания производственных процессов. В результате анализа причин отклонений устанавливаются предельные контрольные сроки реализации производственных процессов. Очень важной и сложной задачей оперативного учёта является определение пределов величины отклонения заданных параметров по отдельным показателям, превышение которых служило бы сигналом включения в действие основных функций управления.

Величина фактических издержек, производимых в отчётном периоде, определяется следующим образом:

$$ИП1 = O \cdot Ц,$$

где ИП1 - фактические издержки производства;

O - объём фактически использованных факторов производства;

Ц - фактические цены на приобретение.

Учёт фактических издержек характеризует производственные процессы в прошедшем отчётном периоде. В приведённой выше формуле не учтено распределение единовременных и калькуляционных издержек, страховых взносов, налогов, амортизационных отчислений и единовременных выплат. Данные виды издержек учитываются по оценочным усреднённым или плановым ценам по формуле

$$ИП2 = O \cdot Цр,$$

где ИП2 - условные фактические издержки производства;

Цр - расчётные цены.

Таким образом, рассчитываемые на практике издержки не являются фактическими издержками отчётного периода. Учёт фактических издержек - это база для итоговой калькуляции за отчётный период. Учёт фактических издержек недостаточен для контроля эффективности и управления производством. Этому служат нормативные издержки.

Нормативные издержки рассчитывают на основе иных, чем фактические показатели использования факторов производства.

Нормативы, рассчитанные по данным прошлых периодов, называются средними издержками. Нормативы, рассчитанные для будущих периодов, называются плановыми издержками. Плановые издержки определяют при помощи

различных калькуляций, анализа затрат рабочего времени и затрат на материалы, а также на основании экспертных оценок или сведений о ценных поставщиках.

Таким образом, экономические методы управления на предприятии позволяют правильно управлять стоимостью продукции, что

позволяет обеспечить более высокие экономические показатели предприятия.

1. Акунец В.П. Экономические методы управления. – Минск: Веды, 2003. – 68 с.
2. Мухин В.И. Исследование систем управления: Учебник для вузов /В.И. Мухин – М.: Издательство «Экзамен», 2003. – 384 с.

УДК 681.2

ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВО-ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПРИБОРОСТРОЕНИЯ

Барановский С.И., Рыхлицкая А.В.

*Белорусский государственный технологический университет
Минск, Республика Беларусь*

В современных условиях нашей экономики большинство белорусских промышленных предприятий сталкиваются с различными проблемами, связанными с разработкой, производством и реализацией своей продукции. Несмотря на то, что трудности в данных областях могут порождаться различными причинами, решение на первом этапе необходимо свести к одной схеме – к внедрению маркетингово-логистической системы в виде обособленного отдела.

Маркетингово-логистическая система представляет собой комплексную систему, основанную на тщательном изучении условий и требований рынка, максимальном приближении производства к этим условиям и воздействию на потребителей с помощью инструментов маркетинга и логистики, предусматривающих анализ спроса и поведения потребителей на рынке, определения товарного ассортимента, проведение гибкой ценовой политики и выбор эффективных видов рекламы, снижение логистических затрат по всей цепочке движения сырья и готовой продукции, что позволяет адаптироваться к изменениям конъюнктуры рынка, увеличивать объем реализации готовой продукции и ее рентабельность [1].

Существуют возможные варианты построения маркетинговых и логистических систем, при каждом из которых приоритетными становятся задачи того или иного отдела:

1) выталкивающая система (отдел маркетинга обеспечивает необходимые продажи, а отдел логистики – складирование и транспортировку того, что поставил отдел закупок);

2) вытягивающая система (отделы закупок и логистики обеспечивают своевременную поставку и транспортировку необходимого ассортимента, с нужными характеристиками и в нужный срок, определяемыми отделом маркетинга).

На данный момент на предприятиях Республики Беларусь отделы маркетинга и логистики функционируют обособленно. Поэтому для со-

вершенствования деятельности отделов имеет смысл объединить их усилия в одну маркетингово-логистическую систему.

Для своевременного решения возникающих вопросов и координации принимаемых решений предприятиям рекомендуется перейти к сбалансированной маркетингово-логистической системе (два отдела учитывают задачи друг друга и стараются решить их совместно, исходя из наилучшего результата и оптимизации общих затрат; при этом ответственным за учет прямых и косвенных затрат на всех этапах и вынесение окончательных управленческих решений выступает отдел логистики).

Эта система предполагает акцент на прогнозирование и планирование продаж, закупок,

движение запасов. При этом учитываются самые разнообразные факторы, влияющие на планирование. Большое внимание уделяется всем затратам на пути товара от поставщика до клиента. Очень часто это требует использования системы (как правило, автоматизированной), связывающей все отделы и процессы предприятия. Любые внедрения первоначально долго и тщательно просчитываются и моделируются.

Из плюсов системы можно выделить следующие:

- минимальные затраты на единицу продукции;
- оптимальные запасы и способ их пополнения;
- заведомо прибыльная деятельность (все стратегические цели имеют свою «цену», и, допуская в некоторых случаях убыточную тактику, компания делает это осмысленно и с определенными целями).

Из минусов сбалансированной системы:

- компания может нести серьезные убытки при отсутствии слаженности действий или поддержки управленческих решений разными отделами;