

Теория организации

шпаргалки



Используй сам,
передай 5 однокурсникам,
и будет вам счастье
во время сессии

Шпаргалки

Анна Тюрина

Теория организации

«Научная книга»

Тюрина А. Д.

Теория организации / А. Д. Тюрина — «Научная книга»,
— (Шпаргалки)

Студенту без шпаргалки никуда! Удобное и красивое оформление, ответы на все экзаменационные вопросы ведущих вузов России. Информативные ответы на все вопросы курса «Теория организации» в соответствии с Государственным образовательным стандартом.

© Тюрина А. Д.
© Научная книга

Содержание

1. Сущность предприятия, его черты и функции	5
2. Понятие фирмы: ее признаки и функции	6
3. Основные концепции фирмы	7
4. Организационные формы предприятия	8
5. Внутренняя среда предприятия	9
6. Внешняя среда предприятия	10
Конец ознакомительного фрагмента.	11

А. Д. Тюрина

Теория организации

шпаргалка

1. Сущность предприятия, его черты и функции

Предприятие – это самостоятельный хозяйственный субъект, созданный предпринимателем или группой предпринимателей для производства рыночных товаров и услуг с целью получения прибыли, доли на рынке и удовлетворения потребностей экономических субъектов. Кроме того, предприятие обеспечивает эффективное функционирование фирмы, поскольку так или иначе выполняет ее заказы. Иными словами, в состав фирмы может входить несколько предприятий, на которых она ведет хозяйственную деятельность

Среди основных черт предприятия можно выделить следующие.

1. Организационное единство подразумевает прежде всего слаженный механизм деятельности, который позволяет эффективно функционировать в рамках рыночной экономики.

2. Любое предприятие должно иметь в наличии комплекс необходимых ресурсов, посредством которых будет осуществляться производство заданных товаров и услуг, это:

- 1) природные ресурсы;
- 2) материальные ресурсы
- 3) трудовые ресурсы
- 4) предпринимательский ресурс, или способность к предпринимательству.

3. Каждое предприятие имеет в своей собственности обособленное имущество. Кроме того, крайне важно наличие экономической самостоятельности. Таким образом, предприятие «само» определяет что производить, где и в каких количествах.

4. Экономическая ответственность предприятия – обязанность отвечать по всем обязательствам перед инвесторами, кредиторами и потребителями.

5. В хозяйственном обороте предприятие выступает от собственного имени, поскольку имеет собственный баланс, бизнес-план, а также счет в банке. Задачи предприятия:

1) стабильное получение прибыли, что дает возможность дальнейшего развития и преобразования, внедрения технологий и использование новых методов производства;

2) обеспечение потребителя качественной продукцией и в достаточном количестве. Самое главное, чтобы на рынке товаров и услуг так или иначе наблюдалось равновесие спроса и предложения, чтобы предприятие целиком и полностью удовлетворяло потребительский спрос;

3) обеспечение персонала своевременной и достойной заработной платой. Кроме того, должна действовать система надбавок, премий и иметься возможность профессионального роста, что само по себе стимулирует работников к высокому результату. Предприятие должно также обеспечить благоприятные условия труда для своих работников.

С точки зрения этичности организации любое предприятие должно нести ответственность за состояние окружающей среды и стремиться снизить уровень вредного воздействия.

2. Понятие фирмы: ее признаки и функции

Фирма – это самостоятельный экономический субъект, занимающийся коммерческой и производственной деятельностью и обладающий обособленным имуществом.

Фирма имеет следующие признаки:

- 1) представляет собой экономически обособленную, самостоятельную хозяйственную единицу;
- 2) юридически зарегистрирована и в этом плане относительно независима: имеет собственный бюджет, устав и бизнес-план
- 3) является своеобразным посредником в производстве
- 4) любая фирма самостоятельно принимает все решения, связанные с ее функционированием, поэтому можно говорить о ее производственной и коммерческой независимости
- 5) целями фирмы считаются получение прибыли и минимизация издержек.

Но существуют фирмы, которые ведут неценовую конкуренцию и имеют такие цели как:

- 1) повышение объема продаж и увеличение собственной доли на рынке, а также максимальный контроль ценообразования и потребительского спроса;
- 2) сохранение штата служащих. Стремясь к этому руководство фирмы повышает заработную плату, улучшает условия труда осуществляет трансфертные платежи, т. е. стимулирует индивидуальный результат рабочего;
- 3) выживание в кризисной экономике. Инфляционные ожидания порождают стремление к созданию новых стратегических методов развития. В соответствии с этим в современных организациях целесообразно иметь отдел стратегического планирования, который разрабатывает комплекс мер по достижению конечных целей фирмы;
- 4) производство качественно новых товаров и их продвижение на рынок. Внедрение в производство новейших технологий позволяет изготавливать более качественный и конкурентоспособный продукт за более низкий объем времени.

Фирма как самостоятельный экономический субъект выполняет ряд важных функций.

1. **Производственная функция** подразумевает способность фирмы организовать производство по изготовлению товаров и услуг.
2. **Коммерческая функция** обеспечивает материально-техническое снабжение, сбыт готовой продукции, а также маркетинг и рекламу.
3. **Финансовая функция:** привлечение инвестиций и получение кредитов, расчеты внутри фирмы и с партнерами, выпуск ценных бумаг, уплата налогов.
4. **Счетная функция:** составление бизнес-плана, балансов и смет, проведение инвентаризации и отчетов в органы государственной статистики и налогов.
5. **Административная функция** – функция управления, включающая организацию, планирование и контроль над деятельностью в целом.
6. **Правовая функция** осуществляется через соблюдение законов, норм и стандартов, а также через выполнение мер по охране факторов производства.

3. Основные концепции фирмы

Теория фирмы прежде всего содержит два основных подхода, посредством которых познаются процесс ее возникновения, суть, а также законы и принципы функционирования.

1. **Технологический подход (или функциональный)**. Его суть заключена в том, что всегда можно найти ту производственную функцию, которая характеризует наибольший объем выпуска при абсолютно различных альтернативных сочетаниях факторов производства и уровне технологического развития на определенный момент времени. При понимании данного подхода возникает проблема определения наиболее оптимального размера фирмы и ее масштаба производства. Оказывается, что наиболее эффективен тот вариант, который не вызывает резкого роста переменных издержек, которые зависят от объема выпуска. Другими словами, положительный эффект экономии на масштабе производства должен полностью расходоваться. Например, для завода – производителя деталей авиастроения он будет исчерпан, если мощности станков будут полностью использованы, а покупка нового оборудования невозможна без строительства или аренды новых производственных помещений. Однако технологический подход не способен объяснить, откуда берется производство, как организуется, и каков его механизм и из чего состоит. Вследствие этого возникла необходимость в создании нового подхода, который смог бы решить все вопросы функционирования фирмы.

2. **Институциональный подход** занимается вовсе не исследованием процесса стремления фирмы к максимизации получаемой прибыли. Данный подход позволяет объяснить сам принцип возникновения фирмы как экономического субъекта, ее функционирования и в конечном счете – уход с рынка. Можно, конечно, предположить, что экономика способна стабильно развиваться и без фирм, когда все экономические субъекты самостоятельно занимаются производством, осуществляют обмен и сбыт. Но, как известно, все ресурсы, факторы производства и оборотные фонды рассредоточены в экономической среде. Такое производство, по сути, напоминает натуральную форму хозяйствования, поскольку каждому экономическому субъекту в отдельности необходимо вести длительные переговоры по поводу соединения всех факторных ресурсов в единое производство. Все это вызывает рост транзакционных издержек, и процесс производства становится слишком длительным и дорогостоящим. Таким образом, преимущество фирмы заключается в том, что она сочетает в себе все необходимые факторы производства. Кроме того, соединяя их в единое производство, она изготавливает товары и услуги непосредственно на одном предприятии, что значительно упрощает и процесс производства, и процесс поставки готового товара на рынок, снижает издержки функционирования. Можно сказать, что фирма – это наиболее приемлемый и эффективный экономический субъект.

4. Организационные формы предприятия

Предприятие – хозяйствующий субъект, занимающийся производством и поставкой готовой продукции на рынок товаров и услуг.

Все предприятия различаются как по форме образования, так и по форме организации производственной деятельности. В соответствии с этим выделяют следующие организационно-правовые формы предприятий по степени снижения финансовой ответственности их участников.

1. **Предприятие без образования юридического лица.** Собственник такого предприятия (как правило, физическое лицо) несет неограниченную ответственность по всем обязательствам: он управляет, организует и контролирует весь процесс производства.

2. **Товарищество** – более удобная форма организации производства. Здесь несколько собственников, что, во-первых, упрощает процесс управления, а во-вторых, распределяет ответственность и снижает долю риска. Существуют следующие виды товариществ:

1) **полные товарищества** – характеризуются неограниченной ответственностью владельцев, каждый из которых имеет равные права и обязанности;

2) **командитные товарищества**, основанные на вере, имеют более совершенную форму, чем полные. Этот вид товарищества включает два вида участников: полные товарищи, которые непосредственно управляют производством и соответственно, отвечают по всем обязательствам, и члены-вкладчики, которые в случае банкротства могут понести убытки лишь в пределах своего вклада.

3. Сегодня крайне распространенными являются **хозяйственные общества**, участники которых несут ответственность в соответствии с размерами вкладов. Первыми товариществами такого типа стали **общества с ограниченной ответственностью (ООО)** уставный капитал которых состоял из паев. Позднее появились **акционерные общества (АО)**. Их уставный капитал разделен на несколько долей – акций, которые обращаются на рынке. В **закрытых акционерных обществах (ЗАО)** в отличие от **открытых (ОАО)** процесс обращения сильно ограничен мнением большинства акционеров. АО способно консолидировать крупный капитал, что является показателем устойчивости и прибыльности. Кроме того, большим преимуществом АО являются сниженные транзакционные издержки.

4. **Кооперативы** – добровольные объединения, характерной особенностью которых является распределение собственности только между их участниками.

5. **Унитарные предприятия** в зависимости от уровня государственной собственности делятся на федеральные, региональные и муниципальные. Такие предприятия имеют собственника только в лице государства или органов местного самоуправления, их имущество неделимо.

6. **Предприятия общественных организаций** выполняют социальную функцию. Они создаются непосредственно для удовлетворения социальных потребностей масс, выражения их интересов.

5. Внутренняя среда предприятия

Внутренняя среда организации – совокупность встроенных элементов, которые определяют способность и степень интеграции организации во внешнюю среду. Внутреннюю среду можно рассматривать как в статичном состоянии, выделяя состав элементов и культуру, так и в динамике, изучая процессы, протекающие под действием ряда факторов.

К элементам внутренней среды можно отнести цели и задачи организации, самих работников и применяемые в производстве технологии, финансовый и информационный ресурсы, а также организационную культуру.

Особое место во внутренней среде занимают люди. Их способности, уровень образования и квалификации опыт работы, образ мышления, мотивация и преданность определяют конечный результат работы организации.

Как известно, основным фактором производства и ресурсом в организации является труд сам по себе.

Рабочая сила, т. е. работники, осуществляющие трудовую деятельность, являются основой деятельности всей организации. Персонал и его отношения определяют **социальную подсистему организации**.

Производственно-техническая подсистема включает в себя совокупность основных фондов (машины, оборудование), различные виды сырья, материалов, которые идут на изготовление продукта, инструменты, необходимые для создания благ, преобразования материалов в готовый продукт. Главной составляющей производственной подсистемы является электроэнергия: она обеспечивает работу оборудования и служит единственным источником освещения. Свет – одно из необходимых условий для успешного выполнения работы. Элементами, характеризующими данную подсистему, являются:

- 1) **используемые технологии;**
- 2) **производительность труда;**
- 3) **издержки производства;**
- 4) **качество продукции;**

5) **объем запасов на предприятии.** **Финансовая подсистема внутренней среды** представляет собой движение и использование денежных средств в организации (например, создание инвестиционных возможностей, поддержание рентабельности и обеспечение прибыльности). Маркетинговая подсистема получила свое развитие в рыночной экономике (от англ. market – «рынок»). Данная подсистема призвана устанавливать связи организации с рынком: удовлетворение потребностей клиентов, создание системы сбыта и эффективной рекламы.

Таким образом, **внутренняя среда организации** – это совокупность подсистем, которые, функционируя как единое целое, обеспечивают конкурентоспособность организации.

6. Внешняя среда предприятия

Внешняя среда – совокупность элементов, условий факторов и сил, которые воздействуют на организацию извне, тем самым меняя ее поведение. Внешняя среда имеет большое практическое значение. В рыночной экономике она крайне динамична, поэтому ее изучение позволяет организации перестраивать свою внутреннюю структуру, приспосабливается к меняющимся условиям, что в целом обеспечивает эффективность функционирования и конкурентоспособность.

Например, при изменении структуры потребительских предпочтений или совершенствовании технологий организация получает импульс и начинает меняться.

Внешняя среда подразделяется на среду прямого и косвенного воздействия. Среда прямого воздействия включает следующие элементы.

1. **Потребители** – это потенциальные покупатели и клиенты. Покупатели воздействуют на среду посредством изменения структуры спроса, предъявления новых требований к товару (к качеству, цене, многофункциональности, дизайну и др.) и установления определенного уровня цен. Производитель, соответственно, тоже может воздействовать на покупателя, предлагая новый уникальный продукт с совершенными характеристиками, улучшая качество сервисного обслуживания, наконец снижая цены. Потребитель – субъект, определяющий развитие предприятия. Поэтому современные организации стремятся найти «своего» потребителя.

2. **Конкуренты** – фирмы, реализующие аналогичный продукт на тех же самых рынках. Соперничество идет и за долю на рынке, и за потребителя, за его «рубли». Сложилось мнение, что конкуренты лишь соперники.

Однако в современных условиях, при высокой неопределенности внешней среды только сотрудничество с конкурентами позволяет адаптироваться к среде и достигнуть поставленной цели.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.