

Тема 7. ТЕОРИЯ ПРОИЗВОДСТВА. ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

7.1. Организационные формы предпринимательских фирм.

7.2. Организация деятельности фирмы.

7.3. Эффективность предпринимательской деятельности фирмы.

7.1. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ФОРМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ ФИРМ.

В рыночной экономике производства товаров и услуг осуществляется с помощью предпринимательской деятельности.

Принято считать, что **бизнес** – это постоянная систематическая деятельность, направленная на получение прибыли на основе использования всех факторов производства (дело). Бизнесмен –владелец факторов производства, приносящих прибыль.

Предпринимательство – является частным случаем бизнеса на основе новаторства. Предприниматель осуществляет бизнес, затевая новое дело, вкладывая собственные средства и принимая личный риск. Целью предпринимательской деятельности является получение личной выгоды (прибыли) путем производства товаров нужных обществу по приемлемым для него ценам.

Сущность предпринимательской деятельности раскрывается через выполняемые им **функции:**

- 1.соединение факторов производства в едином процессе производства товаров и услуг;
- 2.организация производства, определение стратегии и тактики деятельности;
- 3.принятие ответственности за успех принимаемых решений и всей деятельности;
- 4.новаторство и новизна идей и деятельности, внедрение новых продуктов и технологий, форм организации производства и сбыта;
- 5.риск в принятии решений, осознанный и обоснованный в условиях большой неопределенности и жесткой конкуренции.

Различают следующие **виды предпринимательской деятельности:**

- 1.производственная (производство не запрещенных товаров);
- 2.коммерческая (купля-продажа, посредничество);
- 3.финансовая (операции с валютой и ценными бумагами).

Предприниматель должен обладать неординарными способностями и чертами характера:

инициативность; самостоятельность мышления; нестандартность поступков и решений; организаторские навыки; точность оценки экономической обстановки, реакция; компетентность в области экономики и финансов.

Организационные формы предпринимательства зависят в основном от формы собственности и поставленных целей. В России выделяют следующие основные **формы хозяйствования:**

1.Индивидуальные (частные) предприятия – собственником является владелец имущества (семья, родственники). Он несет ответственность по обязательствам своим имуществом, может иметь наемных работников.

2.Государственные предприятия – собственником является государство (полностью или контрольный пакет акций). Оно назначает директора, дает план-заказ и забирает (распределяет) продукцию (оборонная промышленность, железнодорожный транспорт, энергетика, космическая промышленность...).

3.Муниципальные предприятия – собственником являются местные органы власти (ЖКХ, легкая промышленность, сфера обслуживания, торговля, транспорт, образование и здравоохранение).

4.Кооперативы – собственником являются члены кооператива. Кооператив отвечает по обязательствам только имуществом кооператива, но не личным имуществом его членов (заготовительные, снабженческие, строительные, дачные ...).

5.Хозяйственное общество с ограниченной ответственностью – из вкладов участников создается уставной капитал, прибыль делится пропорционально долям. Ответственность по обязательствам - только внесенным вкладом.

6.Хозяйственное общество с дополнительной ответственностью – отличается от предыдущего тем, что члены несут полную ответственность по обязательствам общества не только внесенным вкладом, но и личным имуществом (пропорционально вкладам).

7.Акционерное общество - из вкладов участников создается уставной капитал, он делится на акции. По решению собрания акционеров образуется фонд дивидендов из прибыли, устанавливается дивиденд на акцию (% дохода). Акции могут быть простые и привилегированные, именные и предъявительские. АО могут быть закрытыми (только для членов АО) и открытыми (акции – всем). Преимущество АО перед обычными предприятиями в том, что АО может выпускать и продавать акции и вырученные средства направлять на развитие и совершенствование производства, чтобы опередить конкурентов. Акции котируются на фондовых биржах в зависимости от: прибыльности работы АО, перспективы развития, величины дивидендов, рыночного спроса на продукцию, ситуации в стране и за рубежом, валютного курса ...

7.2. ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИРМЫ.

Фирма – это субъект рынка, экономический агент, самостоятельная хозяйственная единица, объединяющая экономические ресурсы для осуществления предпринимательской деятельности.

Каждая фирма действует на рынке ради осуществления своей миссии. **Миссия фирмы** – это, то ради чего она существует, она показывает – кто ее клиенты и каковы их потребности.

Цель фирмы вытекает из ее миссии. Целью каждой фирмы является выживание на рынке, сохранение и расширение своих рыночных позиций, стабилизация деятельности, обеспечение конкурентоспособности. Фирма не достигнет своей цели, если не будет лучше других удовлетворять потребности клиентов.

Задача фирмы - оптимальное соединение факторов производства (ресурсов, труда и капитала) для наиболее эффективного их использования и получения максимальной прибыли.

При организации предпринимательской деятельности необходимо активно применять маркетинг и менеджмент

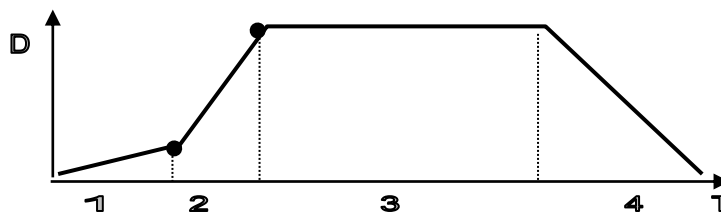
Маркетинг – это вид деятельности предпринимателя, направленный на изучение и удовлетворение нужд потребителя для роста эффективности производства, это – изучение рынка для удовлетворения его потребностей; это – ускорение продвижения товара к потребителю.

Цель маркетинга – сделать усилия по сбыту товаров ненужными за счет познания клиента и точного подбора товара под его потребности (чтобы товар сам себя продавал).

Задача управления маркетингом заключается в установлении, укреплении и поддержании контактов с потребителями, воздействием на уровень, время, место и характер спроса.

Маркетинг должен способствовать сохранению и укреплению благополучия потребителей и общества в целом. Следует не только удовлетворять спрос, но и положительно воздействовать на него для повышения качества жизни потребителя (т.е. не все потребности можно удовлетворять в интересах общества, даже если они приносят доход производителю и нравятся потребителю). В процессе управления маркетингом необходимо произвести отбор целевых рынков (замеры и прогнозирование спроса; сегментирование рынка (разбивка потребителей на группы по интересам); отобрать целевые сегменты рынка (сосредоточение на наиболее подходящих сегментах); позиционировать товар на рынке (выбор его места в сравнении с другими товарами конкурентов).

В маркетинге нужно учитывать, что каждый товар имеет свой жизненный цикл (выведение на рынок, рост, зрелость, упадок). Фирма должна прогнозировать жизненный цикл, стараться продлить его и вовремя заменить товар более качественным.



Менеджмент (управление) – это вид деятельности по руководству людьми в организации, это умение добиваться поставленных целей через других членов организации, это наука управления людьми, искусство управления.

Менеджер – профессиональный управляющий, имеющий специальную подготовку по управлению. Каждый менеджер должен выполнять следующие **функции**:

1. Планирование – намечаемый набор и последовательность действий, которые ведут к достижению намечаемых целей организации. Этапы планирования: установление цели, оценка и анализ внешней среды, диагноз внутренних возможностей, анализ альтернатив, выбор стратегии, планирование реализации стратегии, оценка стратегического плана.

2. Организация – деление организации на подразделения, установление уровней управления и подчинения, выдача полномочий и ответственности. Делегирование полномочий означает передачу задач и полномочий от руководителя к подчиненному, который принимает на себя часть ответственности за выполнение. Но общая ответственность руководителя не снимается с него и не может быть полностью перенесена на подчиненных.

3. Мотивация – это процесс побуждения исполнителей к деятельности для достижения целей организации. Задача состоит в том, чтобы с помощью вознаграждения, основываясь на потребностях исполнителей добиваться от них выполнения поставленных задач. Потребности могут быть физиологическими, безопасности и уверенности в будущем, уважения, самовыражения, социальные. Надо изучать потребности подчиненных и строить на них систему вознаграждения.

4. Контроль – процесс обеспечения организацией своих целей, при котором руководство определяет правильность своих решений и необходимость их корректировки и корректировки деятельности подчиненных. Процесс контроля включает: установку заданий исполнителям, измерение результатов, сравнение результатов с заданиями, корректировку заданий.

7.3.ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Каждый предприниматель стремится повысить эффективность своей деятельности (использование ресурсов), чтобы опередить конкурентов и удержаться на рынке. Важным моментом является эффективное использование капитала (инвестиций). Для организации производства нужно получить кредит, для чего в свою очередь следует разработать бизнес-план.

Бизнес-план включает в себя основные показатели деятельности с учетом риска и рассчитывается на 5 лет: 1 – й год – по месяцам, 2 - й – по кварталам, 3 - й, 4 – й и 5 – й – по годам.

Основными разделами бизнес-плана являются:

1. Общие сведения (сущность проекта, прибыль, кредит).
2. Описание инвестиционного проекта (новый товар, области применения, сравнение с аналогами, качество).
3. Оценка рынка и конкурентоспособности продукции (конкуренты, рыночный спрос, рыночная цена, риски).
4. Возможности производства (имеющиеся площади оборудования, рабочая сила, мощности, обеспечение сырьем).
5. Финансовый план (издержки по статьям, прибыль, доходы и расходы).
6. Характеристика предприятия (тип, капитал, средства производства, научно-технический уровень, финансовое положение, расположение).

Инвестирование – вложение капитала до момента получения конечного результата.

Инвестиции – это средства, которые вкладываются в инвестиционный проект (реконструкция, модернизация, новое строительство). Инвестиции могут осуществляться за счет внутренних источников (прибыль, имущество, акции) и внешних (кредит, заем, субсидии).

Эффективность (абсолютная Эабс и относительная Эотн) означает превышение результатов (Р) над затратами (З): тн

$$Э_{абс} = (P - Z) \rightarrow \max \quad Э_{отн} = (P / Z) \rightarrow \max$$

Главной задачей инвестирования является выбор наиболее эффективного варианта вложений. Средства, не приносящие доход, постепенно теряют свою ценность (средний доход должен быть не ниже банковского %) Для сопоставления разновременных платежей и поступлений их приводят к одному периоду (началу 1 года), используя метод **дисконтирования** и определяя показатели:

$$Kg = (1 + r)^{-n} = \frac{1}{(1 + r)^n}$$

Кд – коэффициент дисконтирования

r – величина процентной ставки, доли (**ВНИ**)

n – число лет

$$ТДС_i = I_i \times K_{дi}$$

$$ТДС_{с} = \sum ТДС_i = \sum (I_i \times K_{дi})$$

I_i – инвестиции i-го года

K_{дi} – коэффициент дисконтирования i-го года

ТДС_i – текущая дисконтированная стоимость i-го года

ТДС_с – суммарная текущая дисконтированная стоимость за весь период

ТДС_с сравнивается с первоначальной величиной инвестиций (Иперв.) и находится чистая дисконтированная стоимость (ЧДС)

$$ЧДС = ТДС_{с} - I_{перв.}$$

Если **ЧДС > 0**, надо увеличить **Кд** и снизить **r**

ЧДС < 0, надо уменьшить **Кд** и увеличить **r**

ЧДС = 0, то **ТДС_с = Iперв = ВНИ**

ЧДС приводится к "0" путем подбора **r** и **Кд**.

ВНИ – внутренняя норма окупаемости инвестиций –это такая ставка среднегодового процента дохода на вложенный капитал, при которой **ЧДС=0**. **ВНИ** показывает **рентабельность** инвестиций. **ВНИ** сравнивается с заданной величиной (не менее банковского %), если она больше ее, то проект считается эффективным. При выборе нескольких вариантов инвестирования **ВНИ** сравнивается по разным вариантам и выбирается вариант с максимумом **ВНИ** (при прочих равных условиях). Чем меньше срок возврата инвестиций за счет прибыли от проекта, тем лучше, больше вероятность получения прибыли.

$$МО = (ВНИ \times В) \rightarrow \max$$

МО – математическое ожидание прибыли,

В – вероятность получения прибыли (доли).