

ТЕМА 1

ПРЕДПРИЯТИЕ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Понятие предприятия, цели и направления деятельности

Предприятие – это самостоятельно хозяйствующий субъект, созданный (учрежденный) в соответствии с действующим законодательством для производства продукции, выполнения работ или оказания услуг в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли.

Предприятие обладает следующими признаками:

- 1) предприятие должно иметь в своей собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество, которое обеспечивает материально-техническую возможность функционирования предприятия;**
- 2) оно отвечает своим имуществом по обязательствам, которые возникают у него во взаимоотношениях с кредиторами, в том числе и перед бюджетом;**
- 3) предприятие выступает в хозяйственном обороте от своего имени и имеет право заключать все виды гражданско-правовых договоров с юридическими и физическими лицами;**

Предприятие обладает следующими признаками:

- 4) имеет право быть истцом и ответчиком в суде;**
- 5) должно иметь самостоятельный баланс, законченную систему учета, своевременно представлять установленную государственными органами отчетность;**
- 6) имеет расчетный и другие счета в банках;**
- 7) должно иметь свое наименование, содержащее указание на его организационно-правовую форму.**

Производственно-техническое единство означает взаимосвязь отдельных стадий производственного процесса, в результате которого исходные материалы превращаются в готовую продукцию. Оно предопределяет единую систему технической документации, общую техническую политику, единую систему машин, наличие общих вспомогательных и обслуживающих подразделений.

Организационно-административная самостоятельность означает, что предприятие имеет единый коллектив, единую администрацию и обладает правом юридического лица.

Финансово-экономическая
самостоятельность заключается в том,
что предприятие организует свою
деятельность на основе
самоокупаемости и имеет единую
законченную форму учета и отчетности.

Факторы классификации предприятий

- цель и характер деятельности,
- используемые ресурсы,
- отраслевая принадлежность,
- местоположение,
- размер предприятия,
- форма собственности,
- организационно-правовая форма.

Преимущества	Недостатки
Использование способностей сотрудников. Лучшее использование машин. Использование преимуществ местоположения предприятия. Повышение мастерства. Рост производительности труда. Увеличение дохода.	Монотонная деятельность. Отчужденность и потеря смысла. Заболевания из-за односторонней загрузки. Невысокая гибкость из-за узкой специализации. Отсутствие интереса к результатам совместной деятельности.

В соответствии с отраслевой принадлежностью предприятия подразделяются на:

- 1) промышленные предприятия, которые осуществляют добычу и переработку полезных ископаемых, и производство товаров;
- 2) строительные предприятия;
- 3) торговые предприятия, которые сами не производят товары, но выполняют дистрибьюторские функции;
- 4) банки, которые собирают финансовые средства и предоставляют кредиты;
- 5) транспортные предприятия, которые занимаются перевозками с использованием различных транспортных средств;
- 6) страховые организации, которые осуществляют страхование от различных видов рисков;
- 7) предприятия в сфере услуг, например, гостиницы, тур.фирмы, консалтинговые фирмы и другие.
- 8) предприятия АПК.

Выбор места расположения предприятия определяется на основе следующих критериев:

- **Ориентация на материалы** - с целью снижения транспортных расходов на материалы, это особенно важно для материалоемких предприятий.
- **Ориентация на трудовые ресурсы** - учитываются два обстоятельства: количество трудовых ресурсов в регионе и цена рабочей силы.
- **Ориентация на продажу товаров и налоги** - в случаях, когда в разных регионах действуют различные системы налогообложения, финансовой поддержки, налоговой политики. Предприятие располагается там, где эти условия наиболее выгодны.

Выбор места расположения предприятия определяется на основе следующих критериев:

- **Ориентация на транспортные средства** - выбор такого места расположения, которое обеспечивает предприятию наиболее выгодные гарантированные транспортные услуги. Удобно располагать предприятия вблизи транспортных узлов (портов, аэропортов, автомагистралей).
- **Ориентация на источники энергии**, что особенно важно для энергоемких предприятий. Однако в настоящее время это имеет не такое значение, как раньше, благодаря более широкому использованию электроэнергии.
- **Ориентация на окружающую среду** имеет в последние годы все большее значение и делает невозможным строительство некоторых предприятий в определенных регионах из соображений экологической безопасности.

Выбор места расположения предприятия определяется на основе следующих критериев:

- **Ориентация на потребителя** особенно важна для торговых предприятий.
- **Ориентация на особенности местности** играет существенную роль для транспортных предприятий, которые должны учитывать особенности ландшафта и климата.
- **Ориентация на зарубежных партнеров** - в случаях, когда предприятие непосредственно связано с зарубежными поставщиками или заказчиками.

Организационно – правовые формы предприятий

Организационно-правовые формы предпринимательства в России



Правовые основы функционирования предприятий

Внешняя и внутренняя среда предприятия

- **Внешняя среда** - это совокупность активных хозяйствующих субъектов, экономических, общественных и природных условий, национальных и межгосударственных институциональных структур и других внешних условий и факторов, действующих в окружении предприятия и влияющих на различные сферы его деятельности.

- микросреду - среду прямого влияния на предприятие, которую создают поставщики материально-технических ресурсов, потребители продукции (услуг) предприятия, торговые и маркетинговые посредники, конкуренты, государственные органы, финансово-кредитные учреждения, страховые компании и др. контактные аудитории;

- макросреду, влияющую на предприятие и его микросреду. Она включает природную, демографическую, научно-техническую, экономическую, экологическую, политическую и международную среду.

- **Поставщики** - это разные субъекты хозяйствования, обеспечивающие предприятие материально-техническими и энергетическими ресурсами, необходимыми для производства конкретных товаров или услуг.

Основными клиентами предприятий являются потребители продукции (услуг) на разных клиентурных рынках:

- потребительском (население, приобретающее товары и услуги для личного потребления);
- производителей (организации, приобретающие продукцию производственно-технического назначения);
- промежуточных продавцов, приобретающих товары и услуги для последующей их перепродажи с прибылью для себя;
- государственных учреждений (оптовые покупатели продукции для государственных нужд);
- международном (зарубежные покупатели на ранее перечисленных типах клиентурных рынков).

- **Маркетинговые посредники** - это фирмы, помогающие предприятию в продвижении, сбыте и распространении его товаров среди клиентов. К ним относятся торговые посредники, фирмы - специалисты по организации товародвижения, агентства по оказанию маркетинговых услуг и кредитно-финансовые учреждения.

- **Конкуренты** - соперники предприятия в борьбе за более выгодные условия производства и сбыта товаров, за получение наивысшей прибыли.

- **Контактные аудитории** - это организации, проявляющие реальный или потенциальный интерес к предприятию или оказывающие влияние на его способность достигать поставленных целей. Это финансовые круги (банки, инвестиционные компании, фондовая биржа, акционеры), средства информации, различные государственные учреждения представительной и исполнительной власти, население и общественные организации.

- Природные факторы. Для природной среды характерны: дефицит некоторых видов сырья, вздорожание энергии и усиление вмешательства государства в процесс рационального использования и воспроизводства природных ресурсов.
- Демографические факторы. Для демографической среды характерны: увеличение смертности, снижение рождаемости, старение населения, рост числа служащих.

Научно-технические факторы. Научно-технический прогресс играет определяющую роль в развитии и интенсификации промышленного производства. Он охватывает все звенья процесса, включающего фундаментальные, теоретические исследования, прикладные изыскания, конструкторско-технологические разработки, создание образцов новой техники, ее освоение и промышленное производство, а также внедрение новой техники в народное хозяйство. Происходит обновление материально-технической базы промышленных предприятий, растет производительность труда повышается эффективность производства.

- Экономические факторы. К основным факторам этой среды принадлежат: рост и спад промышленного производства, уровень и темпы инфляции, колебания курса рубля относительно валют других государств, система налогообложения и кредитования, спрос и предложение на рынке, платежеспособность контрагентов, уровень и динамика цен, безработица и др.

Экологические факторы. Для этой среды характерны: рост загрязнения окружающей среды и усиление вмешательства в процесс рационального использования и воспроизводства природных ресурсов, ужесточение государственного контроля за доброкачественностью и безопасностью товаров

- Политические факторы. На производственной и социальной деятельности предприятия определенно сказываются события, происходящие в политической среде. Для нее характерны: законодательное регулирование предпринимательской деятельности, повышение требований со стороны государственных учреждений, следящих за соблюдением законов. Внезапные изменения в политической ситуации в стране могут привести к изменению условий хозяйствования, к повышению ресурсных затрат, потере прибыли.

- Международные факторы, к которым можно отнести интернационализацию мировой экономики, изменение стоимости доллара и евро на мировом рынке, рост экономической мощи отдельных государств, становление международной финансовой системы, открытие новых крупных рынков и др., оказывают влияние на предприятия, осуществляющие внешнеэкономическую деятельность.

- Все многообразие **внутренней среды** предприятия можно свести к следующим укрупненным сферам:
 - - производство,
 - - маркетинг,
 - - НИОКР,
 - - финансовое управление,
 - - общее управление.

- Каждое предприятие – это сложная производственно-экономическая система с многогранной деятельностью. Наиболее четко выделяются направления, которые следует отнести к главным:
- 1) комплексное изучение рынка (маркетинговая деятельность);
- 2) инновационная деятельность (научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки, внедрение технологических, организационных, управленческих и других новшеств в производство);
- 3) производственная деятельность (изготовление продукции, выполнение работ и оказание услуг, разработка номенклатуры и ассортимента адекватных спросу на рынке);

- 4) коммерческая деятельность предприятия на рынке (организация и стимулирование сбыта произведенной продукции, услуг, действенная реклама);
- 5) материально-техническое обеспечение производства (поставка сырья, материалов, комплектующих изделий, обеспечение всеми видами энергии, техникой, оборудованием, тарой, и т.д.);
- 6) экономическая деятельность предприятия (все виды планирования, ценообразования, учет и отчетность, организация и оплата труда, анализ хозяйственной деятельности и т.п.);

- 7) послепродажный сервис продукции производственно-технического и потребительского назначения (пусконаладочные работы, гарантийное обслуживание, обеспечение запасными частями для ремонта и т.д.);
- 8) социальная деятельность (поддержание на надлежащем уровне условий труда и жизни трудового коллектива, создание социальной инфраструктуры предприятия, включающей собственные жилые дома, столовые, лечебно-оздоровительные и детские дошкольные учреждения, ПТУ и т.д.).

- **Рынок** – это сфера товарного обмена и связанная с ним совокупность отношений, которые складываются между товаропроизводителями и покупателями по поводу купли-продажи.

- Рынок выполняет следующие **функции**:
- а) регулирующую (регулирует производство и обращение товаров и услуг);
- б) контролирующую (определяет общественную значимость произведенного продукта и затраченного на его производство труда);
- в) распределительную (устанавливает необходимые воспроизводственные пропорции, обеспечивающие сбалансированность экономики);
- г) стимулирующую (побуждает снижать индивидуальные затраты труда, использовать новую технику);
- д) информационную (информирует о состоянии дел в хозяйственной сфере);
- е) saniрующую (очищает общественное производство от экономически слабых, неконкурентоспособных хозяйственных единиц).

- **Инфраструктуру рынка** составляет совокупность субъектов, имеющих разные направления деятельности и обеспечивающих эффективное взаимодействие всех рыночных контрагентов. К наиболее важным элементам рыночной инфраструктуры относятся: товарные, товарно-сырьевые, фондовые и валютные биржи, коммерческие информационные центры, банки, транспортная и складская сеть, системы и средства коммуникации

Таким образом, внешняя среда предприятия представляет собою единую рыночную систему с частными рынками:

- - потребления;
- - научно-технической, экономической, политической информации;
- - капитала;
- - рабочей силы;
- - сырья, материалов и комплектации.

Поведение хозяйствующих субъектов на рынке регулируется ***принципами***:

- - взаимовыгодности и равноправия деловых отношений;
- - ответственности перед конечным потребителем;
- - достижения экономического и коммерческого преимущества исключительно за счет инноваций;
- - экономного ведения хозяйства;
- - соблюдения этического кодекса предпринимательства.