Тема урока: «Экономические условия работы фирмы».

Организация (предприятие) – это основное звено народнохозяйственного комплекса. Она производит и реализует продукцию, нанимает рабочую силу, приобретает оборудование и сырье, организует производственный процесс, осуществляет расширенное воспроизводство, имеет право выхода и вступления в организации, самостоятельный баланс, является юридическим лицом, владеет собственностью.

Ключевая фигура рыночных отношений – предприниматель. Статус предпринимателя приобретается посредством государственной регистрации организации (предприятия).

Таким образом, ***организация (предприятие)*** – это самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный предпринимателем или объединением предпринимателей для производства продукции, выполнения работ и оказания услуг в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли.

Важнейшим фактором в рыночной экономике является дух соперничества, который проявляется в конкуренции.

**Конкуренция** – это экономическое состязание изготовителей товара на рынке за привлечение как можно большего числа покупателей и получение благодаря этому максимальной выгоды. Она позволяет расширение производства и снижение цены продукта до уровня, соответствующего издержкам производства.

Конкуренция заставляет организацию применять эффективные технику, технологию, современные методы организации производства и труда с целью снижения издержек производства и повышения качества продукции.

Понятием, противоположным конкуренции, является ***монополия.*** При монополии на рынке имеется только один продавец и множество покупателей. Монополист как единственный производитель данного товара может свободно повышать цену товара, так как не беспокоится о конкурентах, которые могли бы захватить рынок, назначая более низкую цену.

Вместе с тем это не означает бесконечное повышение цены, так как в соответствии с характером рыночного спроса: чем выше цена, тем ниже уровень спроса, и наоборот. Таким образом, принимая решение о цене, монополист руководствуется издержками производства и сбыта продукции, объемами ее производства и продажи в соответствии с рыночным спросом.

Все разнообразие предпринимательской деятельности может быть классифицировано по различным признакам.

1. ***По виду или назначению*** предпринимательскую деятельность можно подразделять на производственную, коммерческую, финансовую, консультативную и другие. Все эти виды могут функционировать раздельно или вместе.

2. ***По формам собственности*** имущество организации (предприятия) может быть частным, государственным, муниципальным, а также находится в собственности общественных объединений, организаций.

3. ***По количеству собственников*** предпринимательская деятельность может быть индивидуальной или коллективной.

**Формы предпринимательства** подразделяются на организационно – правовые и организационно – экономические.

Для формирования предпринимательства необходимы определенные условия: экономические, социальные и правовые.

**Экономические условия** – это, прежде всего, предложение товаров и спрос на них:

- виды товаров, которые могут приобрести покупатели;

- объемы денежных средств, которые они могут истратить на эти покупки;

- избыток или недостаточность рабочих мест или рабочей силы, влияющей на уровень заработной платы работников, т.е. на их возможность приобретения товаров.

На экономическую обстановку существенно влияют наличие и доступность денежных ресурсов, уровень доходов на инвестированный капитал, а также величина заемных средств, которые желали бы взять предприниматели для финансирования своих деловых операций и которые готовы им предоставить кредитные учреждения.

К ***социальным условиям*** формирования предпринимательства относятся стремление покупателя приобретать товары, отвечающие определенным вкусам и моде, нравственным и религиозным нормам, зависящим от социально – культурной среды.

К ***правовым условиям***функционирования предпринимательства, в первую очередь, относятся:

- наличие законов, регулирующих и создающих благоприятные условия для развития предпринимательской деятельности;

- защита предпринимателя от государственного бюрократизма;

- совершенствование налогового законодательства;

- создание региональных центров поддержки малого предпринимательства;

- упрощение методов учета и форм статистической отчетности.

Рыночная экономика, несмотря на многие положительные черты, неспособна автоматически регулировать все экономические и социальные процессы в интересах всего общества и каждого его гражданина в отдельности. Она не обеспечивает социально незащищенные слои населения.

Обо всем этом должно позаботиться государство путем создания механизма государственного воздействия на предпринимательскую деятельность.

Любая организация, независимо от организационно-правовой формы, формы собственности, отраслевой принадлежности, выпускаемой продукции или оказываемых услуг является открытой экономической системой, схематично изображенной на рис. 4.1.1, где:



Рисунок 4.1.1 - Рыночная модель организации (предприятия)

**Блок 1** – организация, основной задачей которой является преобразование ресурсов;

**Блок 2** – ресурсы на входе – трудовые, материальные;

**Блок 3** – ресурсы на выходе, т.е. преобразованные ресурсы – готовая продукция, отходы производства, прибыль, денежные средства;

**Блок 4** – социальная среда, с которой взаимодействует организация – государство, муниципальные органы, законодательство;

**Блок 5** – природная среда – потребление природных ресурсов, полезных ископаемых, воздуха, воды;

**Блок 6** – взаимосвязь с рынком, маркетинг, причем этот блок взаимодействует как на входе ресурсов, так и на выходе;

**Блок 7** – соотношение ресурсов на входе с ресурсами на выходе образует экономическую работу в организации, экономику организации (предприятия).

Соотношение ресурсов на входе и на выходе составляет содержание такого понятия, как экономика организации (предприятия). Для экономики организации безразличны в известной мере производимый продукт, избранная технология производства, состав и квалификационный уровень кадров.

Единственное, что ее интересует, это соотношение в использовании ресурсов, которое предполагает превышение доходной части над расходной (рентабельная работа организации) и, наконец, равенство доходной и расходной частей (работа организации в условиях самоокупаемости).

В производстве продукта и осуществлении маркетинговой политики необходимо учитывать ***жизненный цикл продукта*** на рынке, который включает ряд *стадий*:

1. ***Внедрение***, требующая больших затрат, поэтому торговля товаром на этой стадии, как правило, убыточная;

2. ***Рост***: как результат признания покупателями товара и быстрого увеличения спроса на него. При росте объема продаж и собственно прибыли стабилизируются расходы на рекламу;

3. ***Зрелость***: характерна тем, что большинство покупателей товар уже приобрели, поэтому темпы роста продаж, достигнув максимума, начинают падать. Прибыль также начинает снижаться с увеличением расходов на рекламу и другие маркетинговые мероприятия;

4. ***Насыщение***: в этом периоде, несмотря на принятые меры, рост продаж больше не наблюдается. Прибыль от продажи товаров продолжает увеличиваться из-за снижения расходов на производство;

5. ***Спад***: представляет собой период резкого снижения объема продаж, а затем и прибыли.

Предпринимательская деятельность (предпринимательство) представляет собой инициативную самостоятельную деятельность граждан и их объединений, направленную на получение прибыли. Следовательно, получение прибыли – это непосредственная цель организации (предприятия).

Но получить прибыль организация может только в том случае, если она производит продукцию или услуги, которые реализуются, т.е. удовлетворяют все общественные потребности. Соподчиненность этих двух целей – ***удовлетворение потребности и получение прибыли*** – следующая: - нельзя получить прибыль, не изучив потребности и не начав производить тот продукт, который удовлетворяет потребности.

**Потребности** в свою очередь подразделяются на ***потребности*** и ***платежеспособные потребности***. Необходимо произвести продукт, который удовлетворит потребности и при том по такой цене, которая удовлетворила бы платежеспособные потребности. А приемлемая цена возможна только в том случае, когда организация выдерживает определенный уровень издержек, когда все затраты потребляемых ресурсов меньше, чем полученная выручка.

В этом смысле ***прибыль*** – непосредственная цель функционирования организации (предприятия) и одновременно – это результат ее деятельности. Если организация не укладывается в рамки такого поведения и не получает прибыли от своей производственной деятельности, то она вынуждена уйти из экономической сферы, признать себя банкротом.

В общем ***формулу прибыли*** можно представить в следующем виде

**П = В – (З +Н+Ш)**

где **П** – прибыль предприятия, руб./год;

**В** – выручка от реализации созданной продукции, руб./год;

**З** – затраты на производство и реализацию созданной продукции,

руб./год;

**Н** – величина налогов, выплаченных предприятием, руб./год;

**Ш** – штрафные санкции, руб./год.

**Выручка** от реализации определяется по формуле

**https://www.ok-t.ru/studopediaru/baza7/1445217508633.files/image064.png**

где **https://www.ok-t.ru/studopediaru/baza7/1445217508633.files/image066.png**- количество произведенной и реализованной потребителями i-й продукции в натуральном положении;

https://www.ok-t.ru/studopediaru/baza7/1445217508633.files/image068.png - цена реализации i-й продукции, руб.;

n – количество позиций реализуемой продукции, шт.

Если затраты и штрафы в существенной мере зависит от организации (предприятия), то налоги, уплачиваемые организацией, - это внешние условия хозяйствования.

Итак, организации (предприятия) в условиях рынка в своем стремлении максимизировать прибыль обладают четырьмя степенями свободы:

ü установление цен;

ü формирование затрат;

ü формирование объема продукции;

ü выбор номенклатуры и ассортимента продукции.

Но этими же степенями свободы обладают и все другие участники рынка, поэтому каждая организация (предприятие) должна учитывать не только свое поведение на рынке, но и поведение конкурентов. В условиях рынка производители продукции соревнуются за то, чтобы наиболее полно удовлетворить потребности покупателей, потребителей в широком смысле слова, только в этом случае они могут процветать как производители данного вида продукции.

**Контрольные вопросы по теме:**

1) Охарактеризуйте особенности работы организации (предприятия) в условиях рыночной экономики.

2) Раскройте сущность понятий «конкуренция» и «монополия».

3) По каким признакам можно классифицировать предпринимательскую деятельность?

4) Охарактеризуйте экономические, социальные и правовые условия, необходимые для формирования предпринимательства.

5) Из каких блоков складывается рыночная модель организации (предприятия)?

6) Из каких стадий складывается жизненный цикл продукта на рынке?