

§ 14. ПРЕДПРИЯТИЕ КАК ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ

ЗАДУМАЕМСЯ

Почему одни фирмы удачно развиваются, а другие разоряются? Всё ли выгодно производить? Должно ли государство поддерживать убыточные предприятия?



ВСПОМНИМ

Как решаются вопросы: что, как и для кого производить в экономике? В чём проявляется значение различных факторов производства? Какова роль конкуренции в рыночной экономике?



Предприятие и его экономические цели

Крупный автомобильный завод и маленькую мастерскую по ремонту обуви, туристическое агентство и сеть ресторанов можно назвать одним словом — фирма. Именно фирмы являются производителями экономических благ и выступают на рынках товаров и услуг в качестве продавцов, предлагающих свою продукцию.

Предприятие (фирма) в экономике — это коммерческая организация, осуществляющая затраты ресурсов для изготовления товаров и услуг, реализуемых на рынке.

Владелец фирмы стремится так организовать её деятельность, чтобы получить доход от продажи товаров или услуг. Вы уже знаете из предыдущих параграфов, что достижение этой цели во многом зависит от рационального выбора организационно-правовой формы предприятия, вида и объёма производимых благ, умелой комбинации факторов производства предпринимателем.

Что может помочь производителю добиться эффективности производства и обеспечить жизнеспособность своего предприятия? Материалы изучаемого параграфа посвящены поиску ответа на этот вопрос.

Каждое предприятие имеет свою стратегию, цель которой — получать от своей деятельности максимальные прибыли, создавать конкурентоспособные товары (услуги) и тем самым удовлетворять потребителя. Из этого следует, что основная цель предприятия в условиях рынка — это удовлетворение общественных потребностей и получение прибыли.

Прибыль — одно из условий существования и развития фирмы. От способности фирмы получать прибыль зависят её возможности совершенствовать свою продукцию, обеспечивать гарантии труда и предлагать наёмным работникам достойное вознаграждение за труд, финансировать внедрение технических инноваций, инвестировать в общественные институты. Без заботы о прибыли предприятие не сможет жить и продолжать развитие.

Экономисты отмечают, что в зависимости от положения фирмы на рынке фирма может выбирать не только цель — максимизация прибыли (действие по достижению максимума), но и ставить такие цели, как максимизация объёма продаж в течение какого-либо периода времени (например, года), максимизация темпов роста самой фирмы (числа занятых работников, величины производственных мощностей и др.).

Для успешной реализации выбранной стратегии и основной целевой установки производителю приходится решать ряд экономических задач: рационально использовать привлекаемые и собственные ресурсы, уметь сравнивать предстоящие издержки производства, определять результативность (доходность) своей деятельности, определять связь между объёмом производства и размерами его издержек, анализировать ситуацию на рынке (спрос на продукцию или услуги), грамотно управлять производственным процессом и сбытом готовой продукции на рынке и др.

Как видим, набор экономических задач достаточно широк и разнообразен, и их решение далеко не каждому обещает успех. Многие предпринимательские начинания часто терпят неудачу. В странах с рыночной экономикой ежедневно не только появляются десятки новых фирм, но и не меньшее их число разоряется.

Как определить, насколько результативна хозяйственная деятельность фирмы? Экономическая наука различает множество показателей этой деятельности.

Показатели деятельности предприятия

Показатели деятельности предприятия — это качественные или количественные характеристики состояния, функционирования и развития производства. К таким характеристикам можно отнести: объём производства (количество продукции, произведённой за определённый период времени), фондоотдачу (уровень использования основных средств предприятия), производительность труда, качество продукции, социальную эффективность производства (соответствие предлагаемых условий и возможностей производства ожиданиям работников), себестоимость продукции (стоимостная оценка используемых в процессе производства продукции затрат ресурсов на её производство и реализацию) и др.

Основные экономические показатели, отражающие эффект (доходность, прибыльность) от деятельности фирмы, — это выручка, прибыль и рентабельность производства.

Выручка — это сумма денег, которую фирма получает от продажи товаров и услуг. Это один из видов доходов предприятия и показатель его экономической успешности. С помощью выручки можно проанализировать, какой спрос имеет продукт или услуга, скорректировать цену на товар и определить его количество, которое возможно продать.

Прибыль рассчитывается как разность между выручкой от реализации товаров и суммой затрат по всем факторам производства на эту деятельность. Это средства, которые остаются у предпринимателя после оплаты всех издержек. Подсчёт прибыли необходим для того, чтобы знать, как развивается предприятие и какие у него перспективы.

Для анализа эффективности, прибыльности предприятия используется и такой показатель, как рентабельность.

Рентабельность (от нем. *rentable* — доходный, полезный) рассчитывается как отношение прибыли, полученной предприятием за определённый период, к сделанным за тот же период затратам:

$$\text{Рентабельность} = \frac{\text{Прибыль}}{\text{Затраты}}$$

АНАЛИЗИРУЕМ ВЫСКАЗЫВАНИЕ

Древнегреческий драматург Еврипид (480–406 до н. э.) писал: «Лучшего результата достигает тот, кто лучше рассчитывает».

Объясните, как расчётливость производителя помогает обеспечить результативность производства и сохранить предприятие. Используя обществоведческие знания и материалы параграфа, назовите и охарактеризуйте известные вам показатели эффективности производства.

Ещё один способ определить эффективность предприятия — это возможность сравнить результаты (прибыль) с издержками (затратами, расходами). Это непереносимое условие его функционирования. Оно позволяет характеризовать результативность производственной деятельности в целом.

Экономические и бухгалтерские издержки и прибыль

Как уже было отмечено, деятельность фирмы имеет смысл для её владельца лишь в случае получения прибыли. Напомним, что прибыль — это разница между выручкой и издержками. Таким образом, любая фирма, выпуская продукцию, должна покрывать свои издержки. В противном случае её владельца ждут убытки и разорение.

Издержки производства — это затраты производителя (владельца фирмы) на приобретение и использование факторов производства.

Для предприятия (фирмы) экономические издержки — это те выплаты, которые фирма должна произвести поставщикам необходимых ресурсов (трудовых, материальных, энергетических и т. д.), чтобы отвлечь данные ресурсы от использования в других производствах. Эти выплаты делятся на внутренние и внешние, при их исчислении используются различные подходы.

Внутренние (или неявные) издержки — это затраты ресурсов, принадлежащих собственнику фирмы. Например, помещение, в котором располагается фирма, является собственностью её владельца; владелец фирмы использует собственный труд в качестве управляющего. Поскольку эти ресурсы принадлежат самой фирме, здесь не будет внешних издержек (платы за аренду помещений, оплаты труда наёмного управляющего), но с точки зрения фирмы эти внутренние издержки равны денежным платежам, которые могли бы быть получены за собственные ресурсы при альтернативном их использовании (наилучшем из возможных). Так, собственное помещение могло бы быть сдано в аренду, а владелец фирмы, не получая удовлетворяющего его дохода, мог бы получать доход в виде зарплаты, работая по найму.

Именно поэтому вознаграждение за выполнение предпринимательских функций называется нормальной прибылью и входит в состав внутренних издержек. Внутренние издержки часто носят скрытый, неявный характер, но их обязательно необходимо учитывать при принятии экономических решений. И если бухгалтер фиксирует осу-

шествлённые затраты, пытаясь рассчитать, во что обойдётся фирме производство продукции, то владелец фирмы решает задачу экономического выбора: стоит ли продолжать свой бизнес или лучше найти более выгодный вариант использования собственных ресурсов.

Внешние (или явные) издержки — это оплата факторов производства, не являющихся собственностью владельца фирмы. К ним относятся затраты на материалы, энергию, трудовые услуги и т. д. Внешние издержки очевидны и отражаются в бухгалтерских документах, поэтому их называют бухгалтерскими или явными издержками.

Таким образом, экономические издержки включают внешние (бухгалтерские, или явные) и внутренние (неявные) издержки с входящей в последние нормальной прибылью. Это плата за ресурсы, необходимая для того, чтобы привлечь и удержать их в данном виде деятельности (варианте использования).

Различия между экономическими и бухгалтерскими издержками неизбежно приводят и к различному определению прибыли.

Экономическая прибыль — это разница между общей выручкой фирмы и экономическими издержками.

Такой подход к прибыли позволяет оценить возможность существования предприятия (покрывает ли выручка не только внешние, бухгалтерские, но и внутренние издержки, включая нормальную прибыль). Превышение денежных поступлений над величиной экономических издержек означает, что предприятие имеет чистую прибыль, его существование оправданно, оно может успешно развиваться.

Бухгалтерская прибыль — это разница между общей выручкой и бухгалтерскими издержками.

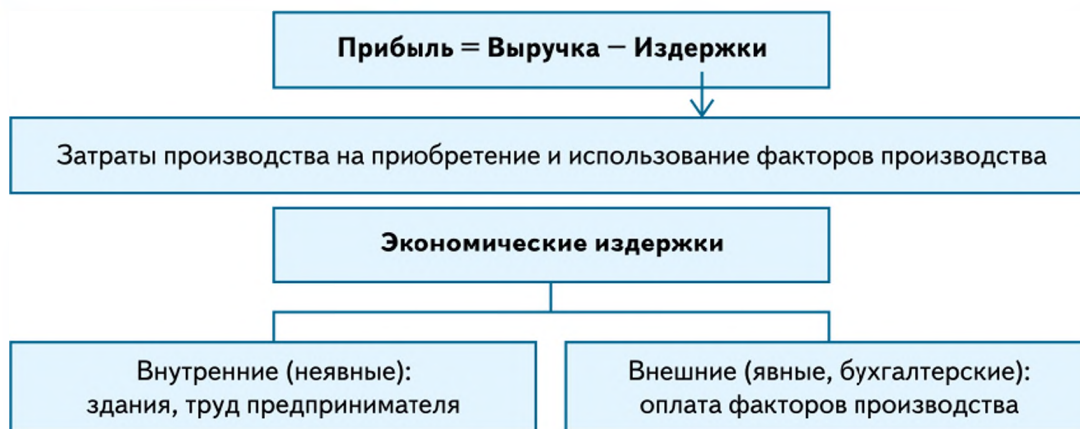
Экономическая прибыль ориентирует предпринимателя не только на получение дохода, но и на сравнение этого дохода с тем, который мог бы быть получен в результате альтернативного применения имеющихся ресурсов. Например, предприниматель, организовав производство, получил бухгалтерскую прибыль 30 тыс. руб. А если бы он положил деньги в банк, то получил бы 40 тыс. руб. в виде процента. Отсюда: если бухгалтерская прибыль оказывается меньше, чем экономическая прибыль, учитывающая альтернативные издержки, то применение ресурса следует считать, с точки зрения предпринимателя неэффективным.

Различное понимание прибыли фирмы экономистами и бухгалтерами приводит к различным выводам о положении дел в фирме.

Какой же метод подсчёта издержек — бухгалтерский или экономический — лучше использовать предпринимателю при анализе не только эффективности своего производства, но и перспективности его развития? Вероятно, для подсчёта действительной величины издержек и прибыли следует использовать бухгалтерский метод. Для принятия же решения о выборе одного из альтернативных вариантов вложения ресурсов приемлем лишь экономический метод подсчёта издержек.

Любой владелец предприятия стремится увеличить размеры прибыли. Ради этого он совершенствует технологию и организацию производства, стимулирует повышение производительности труда работников, вводит режим экономии ресурсов. Это снижает величину всех издержек и способствует росту прибыли.

АНАЛИЗИРУЕМ СХЕМУ



Объясните, как плакат отражает связь достижения основной цели фирмы — получение прибыли — с необходимостью учёта затрат производства. Приведите свои примеры различных видов экономических издержек. Какой метод подсчёта издержек вы бы посоветовали использовать начинающему предпринимателю?

При исчислении издержек производства владельцу фирмы необходимо учитывать их различные виды. Ознакомимся с издержками, наиболее значимыми для учёта производителем.

Постоянные и переменные издержки производства

Издержки формируются по-разному в зависимости от вида используемых в производстве ресурсов. Рассмотрим их на примере использования материалов и производственных помещений предприятия по изготовлению стиральных машин. Чем больше изготавливается единиц продукции, тем больше затрачивается материалов, следовательно, издержки, связанные с использованием материалов (металл, пластмасса, резина), будут увеличиваться. В то же время размеры здания и цехов, объёмы оборудования не изменяются, значит, издержки, связанные с использованием здания и установленного в цехах оборудования, при этом могут оставаться прежними.

Подобные различия в использовании производственных ресурсов заставили экономистов рассматривать в краткосрочном периоде времени такие виды издержек, как постоянные и переменные.

Постоянные издержки — это та часть общих издержек, которая не зависит на данный момент времени от объёма выпускаемой продукции.

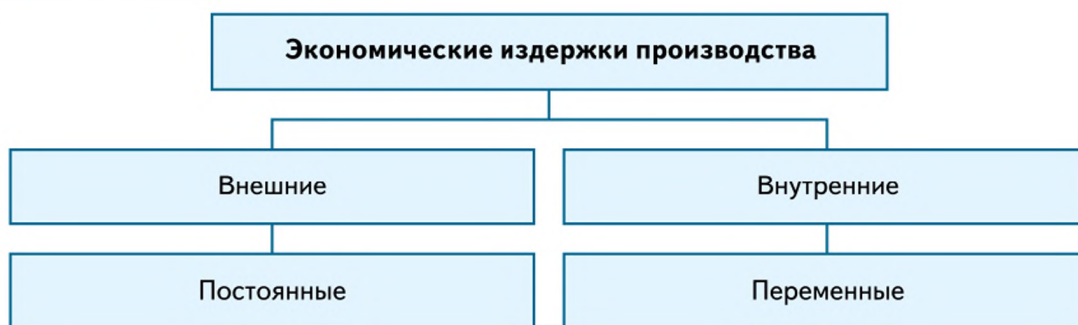
Примерами постоянных издержек могут быть арендная плата фирмы за помещение, расходы на содержание здания, затраты на подготовку и переподготовку кадров, заработная плата управленческого персонала, амортизация.

Амортизация — уменьшение стоимости капитальных ресурсов по мере их износа в процессе производственного использования. Для возмещения износа зданий, оборудования, транспортных средств накапливаются денежные средства (*амортизационные отчисления*), которые направляются на ремонт или изготовление новых средств труда вместо изношенных. Эти суммы отчислений входят в постоянные расходы.

Постоянные издержки предприятие несёт даже в том случае, если оно не работает. Например, если хлебозавод временно остановил выпуск своей продукции, то всё равно зарплата управленческих кадров потребует расходов.

Переменные издержки — это та часть общих издержек, величина которых на данный период времени находится в прямой зависимости от объёма производства и реализации продукции. Примерами переменных издержек являются издержки на приобретение сырья, оплату труда, энергии, топлива, транспортных услуг, расходы на тару и упаковку и т. п. Переменные издержки возрастают с увеличением объёма производства и сокращаются с его уменьшением. Различия между постоянными и переменными издержками имеют существенное значение для каждого предпринимателя. Переменными издержками он может управлять, так как их величина меняется в течение краткосрочного периода времени в результате изменения объёма производства. Постоянные же издержки не зависят от контроля администрации фирмы, так как обязательны и должны быть оплачены независимо от объёма производства.

АНАЛИЗИРУЕМ СХЕМУ



Определите, какие из групп видов издержек отражают способ подсчёта в системе хозяйственного учёта, а какие — зависимость от объёма производства. Проиллюстрируйте, опираясь на учебный текст, собственными примерами выделенные издержки.

Средние издержки характеризуют затраты предприятия на производство единицы выпускаемой продукции. Они рассчитываются путём деления валовых издержек (сумма постоянных и переменных) на объём выпуска.

Предельные издержки — издержки, приходящиеся на выпуск каждой дополнительно произведённой единицы продукции.

Анализ изменений издержек производства в зависимости от объёма выпускаемой продукции очень важен. Только на его базе можно понять, как фирмы принимают решения и определяют объёмы производства товаров и услуг, а также устанавливают цены на предлагаемые на рынке товары.

В течение долгосрочного периода времени фирма может изменять объёмы использования любых своих ресурсов, поэтому все издержки фирмы являются переменными.

В долгосрочном периоде предприятие может увеличивать масштаб производства, учитывая спрос на свою продукцию, и осуществлять поиск оптимального размера предприятия. Взаимозависимость между изменением масштаба производства и последующим изменением объёма выпускаемой продукции экономисты называют эффектом масштаба производства (отдача от масштаба).

Положительный эффект от расширения масштаба производства основывается на сокращении средних издержек фирмы (затраты на единицу продукции) по мере увеличения выпуска изделий. За счёт чего происходит уменьшение средних издержек? Экономия производственных ресурсов в расчёте на единицу продукции за счёт: специализации труда и производства, повышающей производительность труда; преимуществ более крупных и совершенных технических средств (новые технологические линии и оборудование); экономии на административно-управленческих расходах.

Отрицательный эффект от расширения масштаба производства возникает тогда, когда долговременные средние издержки растут быстрее, чем количество выпускаемой продукции. Эти недостатки связаны с увеличением трудностей управления огромным хозяйством, ростом административного аппарата, снижением эффективности управленческих решений.

Сравнение издержек производства необходимо для управления фирмой, определения оптимальных размеров производства и возможностей получения устойчивого дохода.

Итак, участникам предпринимательской деятельности, стремящимся сделать свой бизнес эффективным, приходится думать о росте прибыли и снижении издержек.

АНАЛИЗИРУЕМ СУЖДЕНИЯ

Проанализируйте суждения экономистов о деятельности фирм.

- Главный мотив деятельности фирмы в рыночных условиях — завоевание места на рынке.
- Сравнение различных издержек производства необходимо для определения его оптимальных размеров и возможностей получения фирмой устойчивого дохода.
- Производство считается выгодным, если выручки, полученной фирмой от продажи, достаточно для покрытия всех затрат.
- Важная экономическая функция фирмы — определение и удовлетворение нужд потребителя.

Дайте аргументированную оценку суждений с точки зрения полноты и верности.

Что ещё может способствовать созданию эффективного производства и повышению его устойчивости?

Основные принципы менеджмента и основные элементы маркетинга

Важное условие успешной реализации выбранной предприятием экономической стратегии — рациональная организация работы предприятия. В этом собственнику помогают такие виды деятельности, как менеджмент и маркетинг. Познакомимся с их целями и особенностями организации.

Менеджмент — деятельность по организации и координации работы предприятия. Её выполняет либо владелец фирмы, либо наёмный управляющий или команда специалистов по управлению (менеджеры).

Основная задача менеджмента — организация производства товаров и услуг с учётом запросов потребителей на основе имеющихся материальных и трудовых ресурсов, обеспечение эффективности деятельности предприятия и его стабильного состояния на рынке. Добиться успешного решения этих задач помогает знание функций менеджмента и учёт принципов управления. Рассмотрим основные функции менеджмента.

Организация — это определение структуры предприятия, распределение работ среди сотрудников и координация их деятельности.

Планирование — это постановка стратегических, среднесрочных и повседневных целей и определение путей их достижения.

Руководство — это принятие управленческих решений, мотивация сотрудников, обучение кадров, регулирование взаимоотношений в коллективе.

Контроль за реализацией работы позволяет сопоставлять планируемые цели и результаты, вносить изменения в стратегию развития фирмы.

Под принципами менеджмента понимают правила поведения, положения и нормы, которыми руководствуются в процессе управления. Современные исследователи теории и практики менеджмента считают актуальными такие принципы управления, как нацеленность на потребителя, заинтересованность, мотивация и стимулирование сотрудников, совершенствование и развитие (наличие стратегии развития), рациональное принятие управленческих решений (обоснованность и соответствие ситуации).

На уровне фирмы проводятся такие принципы, как подчинённость, единство действий, разделение труда на основе специализации, справедливое вознаграждение работников за их работу, санкции к нарушителям дисциплины, гармонизация интересов персонала и организации.

Рассмотренные принципы управления помогают фирме наладить производство качественного продукта или услуги, но затем возникают вопросы: выгодно ли производить этот продукт? Найдёт ли он своего потребителя? Какие условия позволят продать товар?

Эффективность деятельности фирмы в системе рыночной экономики в значительной мере зависит от маркетинга, наиболее сложной её составляющей. *Маркетинг* — вид деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена. Главная цель маркетинга — приспособить производство к требованиям рынка, согласовать возможности компании и запросы потребителей.

Целями маркетинга также могут быть достижение максимально высокого потребления и потребительской удовлетворённости, предоставление наиболее широкого выбора товаров и услуг, повышение качества жизни.

ОБСУДИМ МНЕНИЯ

Обсудите оценки маркетинговой деятельности фирм.

Одни считают, что не стоит поддерживать лозунг «Чем больше, тем лучше»: неограниченный рост материальных благ разрушает окружающую среду, создаёт ненужные потребности, заражает людей алчностью. Многих раздражает навязчивая реклама.

Другие (в основном представители делового мира) яростно защищают маркетинг, утверждая, что цель современного маркетинга — облегчать и стимулировать максимально высокое потребление, которое, в свою очередь, создаёт условия для максимального роста производства, занятости и благополучия.

Какую позицию поддержали бы вы? Поясните свой выбор.

С точки зрения управления предприятием можно выделить следующие цели маркетинга: увеличение дохода; рост объёмов продаж; увеличение доли рынка; создание и улучшение имиджа, известности предприятия и его продукции. Некоторые исследователи видят суть современного маркетинга в предпринимательской деятельности, превращающей потребности покупателя в доходы предприятия.

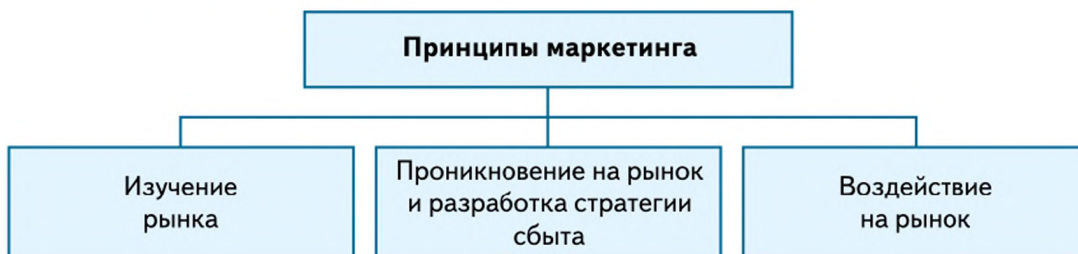
В различных трактовках сути маркетинга есть общее — ориентация конечных результатов производства на реальные требования и пожелания потребителей. Смысл этого принципа можно выразить так: «Найди потребность и удовлетвори её». Реализации этого принципа подчинены его остальные принципы.

Изучение рынка — первый шаг в маркетинговой деятельности предприятия, который включает получение знаний о рынке и его требованиях, всестороннее изучение состояния и динамики потребительского спроса на данный товар (услугу), использование полученной информации в организации производства и сбыта продукции.

Проникновение на рынок и разработка стратегии сбыта предполагает выработку характеристики товара или услуги (качество, внешний вид, упаковка), определение цены на них с учётом затрат производства, спроса и предложения на рынке, ориентацию на нововведения, введение на рынок новых товаров и освоение новых рынков. Стратегия сбыта может включать выбор каналов сбыта, методов борьбы с конкурентами посредством повышения технического уровня, качества, надёжности и безопасности продукции и предоставления сопутствующих услуг (например, сервисное обслуживание), стимулирование сбыта (например, с помощью рекламы).

Воздействие на рынок и потребительский спрос с помощью всех доступных средств в целях его формирования в необходимых для фирмы направлениях. Реализация этого принципа может включать решение следующих задач маркетинговой деятельности на предприятии: формирование стратегии и тактики рыночного поведения, разработка ассортиментной и ценовой политики, маркетинговое обеспечение разработки новых товаров и услуг фирмы.

АНАЛИЗИРУЕМ СХЕМУ



На основе учебного текста и схемы определите различия в выборе средств реализации основных принципов маркетинговой деятельности.

Дайте оценку роли этих средств в достижении цели маркетинга — удовлетворении общественных потребностей.

На величину прибыли предприятия оказывают влияние не только издержки производства, но и сумма уплачиваемых им налогов. Налоги — значительная статья расходов производителя, которую он вынужден учитывать при организации и ведении своего дела.

Какие же виды налогов платят современные предприятия?

Прямой налог с фирмы — *налог на прибыль* широко используется в мировой практике. В России законом предусмотрено налогообложение прибыли всех предприятий и организаций. Налог на прибыль в общем случае уплачивается по ставке 20 % от валовой прибыли, т. е. разницы между всеми доходами и всеми расходами фирмы. С 2017 по 2024 г. платежи по налогу распределяются так: 3 % зачисляется в федеральный бюджет, 17 % — в региональный. Ставка налога на прибыль может быть разной в зависимости от видов деятельности. Существуют и налоговые льготы, позволяющие правительству стимулировать полезную для общества деятельность.

Косвенный налог с фирмы — *налог на добавленную стоимость* (НДС). Он изобретён экономистами не так давно (впервые введён в 1960-х гг.), но сегодня им пользуются около 50 стран. В России этот налог введён в 1992 г. и является ключевым в налоговой системе. Так, за счёт поступлений этого налога формируется более трети доходной части федерального бюджета.

Налогом на добавленную стоимость облагается прирост стоимости товара, которая создаётся на всех стадиях его производства по мере продвижения товара к конечному потребителю (от сырья до предмета потребления). Для каждой фирмы установлено налогообложение её выручки от продажи продукции за вычетом суммы затрат на сырьё, материалы, оборудование и другие материальные затраты.

АНАЛИЗИРУЕМ ФАКТ

В России основная ставка налога на добавленную стоимость составляет 20 %, а на отдельные товары (продовольственные товары первой необходимости, товары для детей) — на уровне 10 %.

Узнайте, какие товары облагаются НДС по пониженной ставке и почему. Объясните, как влияет на этот показатель уровень экономического развития страны, экономическая политика государства.

Предпринимателю также приходится производить платежи в различные внебюджетные фонды (пенсионный, социального страхования, обязательного медицинского страхования и др.). Эти взносы, с его точки зрения, тоже являются налогами.

Практика подтверждает, что высокие ставки налогов снижают мотивацию к активному труду и деловую активность в целом. Каждое правительство вынуждено решать проблему поиска оптимально возможного варианта налогообложения предприятий, чтобы они имели необходимые средства для развития и расширения своего производства.

Влияние конкуренции на деятельность фирмы

Мы познакомились с различными условиями, способами и средствами достижения фирмой эффективности производства. Однако на жизнеспособность и устойчивость предприятия влияет ещё один показатель — конкурентоспособность. Исследователи рыночной экономики считают обеспечение высокой конкурентоспособности фирмы главным средством достижения максимальной прибыли.

Конкурентоспособность предприятия — это его свойство, характеризующееся степенью удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке. На это свойство оказывают влияние такие факторы, как финансовое положение, наличие передовой технологии, обеспеченность квалифицированными кадрами, возможность кредитования, действенность рекламы и др.

РАССМОТРИМ СИТУАЦИЮ

Компания по продаже автомобилей в условиях высокой конкуренции организовала следующую программу для потребителей: включила в цену авто оформление, сервис на два года, техническую поддержку, личного специалиста, дополнительный комплект шин.

Чем вызваны, на ваш взгляд, изменения в системе продажной политики фирмы? Что ещё можно предложить фирме для привлечения потребителей и достижения успеха в конкурентной борьбе? Подтвердите на известных вам примерах из жизни следующее положение: конкуренция побуждает производителя совершенствовать свои товары и услуги.

Предпринимателю, участвующему в конкуренции, приходится решать задачи: какого преимущества может добиться фирма, как его реализовать и защитить? Производители, например, бумажных книг конкурируют с производителями электронной книжной продукции, телевидение конкурирует с Интернетом. (Подумайте, как конкуренция влияет на реализацию продукции, на прибыль фирм.)

Свободная конкуренция между производителями стимулирует поиск ими наиболее эффективных способов производства. Это приводит к повышению конкурентоспособности товаров, расширению выбора потребителя.

К функциям конкуренции можно отнести стимулирование снижения цен и повышение качества продукции, обеспечение нацеленности производства на запросы потребителя, применение наукоёмких технологий, установление равновесной цены.

Наличие конкуренции стимулирует производителя делать лучше, быстрее, качественнее. В общем, рыночная конкуренция заставляет производителей учитывать интересы потребителей и соответственно общества в целом. (Можно ли согласиться со следующим утверждением: «Там где нет конкуренции спится лучше, но живётся хуже»?)

Основной производственной ячейкой, где создаются экономические блага, является предприятие. Мировая практика подтверждает, что по объёму производства и численности занятых ведущее место принадлежит крупным предприятиям, придающим экономике стабильность и устойчивость. Однако мелкий бизнес по численности предприятий остаётся основой экономики. (Вспомните, что вы уже узнали о деятельности малых и средних предприятий.) В какой бы форме и каких бы размеров ни создавались фирмы, от их успехов во многом зависит экономическое благополучие страны: насыщенность рынка товарами и услугами, уровень цен, возможности занятости населения и рост его доходов, разработка и внедрение новых технологий.

Государство заинтересовано в благоприятных условиях для деятельности и развития фирм любого типа.

АНАЛИЗИРУЕМ ТЕКСТ

Для того чтобы реализовать свои возможности, инициативному гражданину необходимы определённые условия, одним из которых является возможность создания и обеспечения спокойного функционирования собственного предприятия как базы для разработки и реализации идей... Оно обеспечит и занятость населения, и рост доходов, и увеличение в итоге ВВП страны, и создаст соответствующие конкурентные условия, без которых не может существовать нормальная рыночная экономика.

Что, по мнению автора, может привлекать граждан в создании своего предприятия? Какие возможности сделать вклад в развитие экономики страны есть у фирм? Приведите примеры успешных предприятий в различных отраслях экономики вашего региона. Предложите идеи для их развития.

Одним из условий для создания новых предприятий и их развития является участие в реализации государственной стратегии и политики импортозамещения (с целями и инструментами этой политики в Российской Федерации вы познакомитесь в дальнейшем).

Импортозамещение — это процесс в национальной экономике, в ходе которого в стране производится необходимая продукция силами про-

изводителей данного государства. Основные цели импортозамещения: развитие направлений, специализирующихся на выпуске инновационных товаров; создание конкурентоспособных предприятий; разработка способов задействования передовой техники и создание инноваций.

Малый и средний бизнес активно включился и развивает импортозамещение, например, в таких сферах, как лёгкая промышленность (производство одежды, товаров для спорта и т. п.), производство натуральных продуктов (продуктов питания, косметики и т. п.), информационные технологии, добыча ресурсов и многих других. Этот процесс приносит свои плоды. Многие предприниматели получили возможность для запуска тех или иных продуктов. Они готовы обеспечить потребителей поставками, продавая как аналоги зарубежных товаров, так и свою полностью уникальную продукцию. Государство заинтересовано создать условия для деятельности фирм, оно предоставляет субсидии на открытие бизнеса, гранты на реализацию бизнес-проектов, налоговые льготы, выгодные условия кредитования.

ПОДВЕДЁМ ИТОГИ

1. Знание условий и способов эффективной организации производственной деятельности позволит вам стать её активными и результативными участниками. Напомним, что успех этой деятельности зависит не только от ваших способностей (организаторских, интеллектуальных), но и от умелого использования имеющихся ограниченных ресурсов.
2. Многие из нас владеют одним или несколькими факторами производства. Старайтесь найти пути и способы их рационального использования и получения дохода.
3. Для принятия решения об организации своего дела необходимо анализировать и сравнивать предстоящие издержки и возможные доходы от будущей деятельности. Это позволит сделать экономически грамотный выбор использования имеющихся ресурсов и сократить вероятность убытков и разорения.

РАБОТА С ИСТОЧНИКОМ

Рынок таким образом регулирует затраты и результаты, что в обобщённом выражении они оказываются примерно пропорциональными для каждого целесообразного производства. Если у какого-то производителя результаты обгоняют затраты, то, по классической схеме, в эту сферу деятельности устремляются другие. Это приводит к росту предложения, падению цен на соответствующую продукцию, и устанавливается стандартное соотношение между затратами и результатами. Если же, наоборот, где-то затраты начинают обгонять результаты, то такой производитель разорится, закрываются принадлежащие ему

производства. То, что нерентабельно, — не выживает, то, что сверхрентабельно, — становится областью применения новых сил, равновесие затрат и результатов восстанавливается в обоих случаях.

Эта классическая схема, разработанная ещё А. Смитом, не всегда точно отражает реальные процессы, но в принципе остаётся верной. Даже в ситуации производителя-монополиста возникает сильное давление, приводящее к изменениям описанного типа, к ослаблению выжившего превышения частной эффективности над средней.

(Из книги современного российского экономиста В. И. Данилова-Данильяна «Бегство к рынку»)

Вопросы и задания: **1.** Объясните, опираясь на текст фрагмента, каким образом рынок регулирует издержки (затраты) и результаты производства. Охарактеризуйте поведение в условиях рынка производителя, заинтересованного в успехе своего производства. От чего зависит получение им прибыли? **2.** Экономисты называют механизм вытеснения рынком старых товаров, технологий, идей, не приносящих прибыли, и замены их новыми «системой созидательного разрушения». Подумайте почему. **3.** Обсудите причины и следствия действия подобного механизма, используя текст документа и материалы параграфа. **4.** Можно ли назвать рынок единственным инструментом объективного общественного соизмерения издержек и результатов производства? Аргументируйте свой ответ.

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ

1. Каковы экономические цели фирмы и показатели её деятельности? **2.** Что такое затраты (издержки) производства? **3.** Чем различается бухгалтерский и экономический подход к издержкам и прибыли? **4.** Как маркетинг и менеджмент помогают повысить конкурентоспособность предприятия? **5.** Какие налоги платят фирмы? **6.** Есть ли преимущества у импортозамещения в России?

ЗАДАНИЯ

- 1.** Составьте перечень затрат, необходимых для открытия мастерской по ремонту бытовой техники, организации торжественного ужина в кафе на 30 человек, открытия пункта проката спортивного инвентаря.
- 2.** Известный учёный-экономист А. Смит отмечал: «Потребление составляет единственную цель производства, и мы не должны заботиться об интересе производителей до тех пор, пока не потребуется подумать об интересах потребителя». Что советует учесть учёный при реализации важной экономической задачи — удовлетворении потребностей людей? Используя полученные обществоведческие знания, социальный опыт, объясните, как маркетинг позволяет производителю завоевать

потребителя. Почему, по вашему мнению, маркетинг называют «компасом бизнесмена»? Поясните свой ответ.

3. Рост спроса на продукцию полиграфического комбината потребовал увеличения объёма производства. Определите, какие издержки производства будут иметь решающее значение: постоянные или переменные.
4. Фирма «Конус» решила расширить производство за счёт увеличения ассортимента товаров. Выпуск продукции потребовал следующих общих издержек: сырьё — 500 тыс. руб., заработная плата рабочих — 100 тыс. руб., топливо — 70 тыс. руб., транспортные услуги — 7 тыс. руб., расходы на подготовку и переподготовку кадров — 6 тыс. руб., отчисления по страхованию имущества — 1 тыс. руб. Рассчитайте сумму постоянных и переменных издержек.
5. Маркетологи спорят о проблеме: что нужно принимать во внимание продавцу для верного ценообразования? Один отправной точкой посчитал общие расходы, другой — необходимый доход, а третий — конкуренцию. Кто из них был прав?
6. Представьте ситуацию: вы руководитель фирмы по производству прохладительных напитков. Зимой спрос на вашу продукцию временно падает. Какие меры вы предпримете для сокращения издержек производства?
7. Величина прибыли предприятия в год составила 60 млн руб., а издержки производства — 100 млн руб. Рассчитайте рентабельность его деятельности. Объясните, можно ли считать это производство целесообразным с хозяйственной точки зрения и почему.
8. Проведите мини-исследование (анализ источников информации, опрос, интервью) «Как повысить конкурентоспособность малых предприятий в нашем регионе». Свои выводы, предложение и бизнес-идеи оформите в виде постера.

