

Тема 4. Условия и процессы осуществления предпринимательской деятельности

4.1. Экономические, социальные и правовые условия предпринимательской деятельности. Мотивация предпринимательской деятельности.

Предпринимательство – это особый вид экономической активности (под которой мы понимаем целесообразную деятельность, направленную на извлечение прибыли), которая основана на самостоятельной инициативе, ответственности и инновационной предпринимательской идее.

Для осуществления предпринимательской деятельности необходимы экономические, социальные, правовые условия.

Экономические условия - это в первую очередь предложения 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, рабочей силы. На экономическую обстановку существенно влияют наличие и доступность денежных ресурсов, уровень доходов на инвестированный капитал, а также величина заемных средств, к которым готовы обратиться предприниматели для финансирования своих деловых операций и которые готовы предоставить им кредитные учреждения. Всем этим занимается множество разнообразных организаций, составляющих инфраструктуру рынка, с помощью которой предприниматели могут устанавливать деловые взаимоотношения и вести коммерческие операции.

Социальные условия - это стремление покупателей приобретать товары, отвечающие определенным вкусам. На разных этапах эти потребности могут меняться. Существенную роль играют нравственные и религиозные нормы, зависящие от социально-культурной среды. Эти нормы оказывают прямое воздействие на образ жизни потребителей и посредством этого - на его спрос на товары. Социальные условия влияют на отношение отдельного

индивидуума к работе, что в свою очередь влияет на его отношение к величине заработной платы, к условиям труда, предлагаемым бизнесом.

Правовые условия - это в первую очередь наличие законов, регулирующих предпринимательскую деятельность, создающих наиболее благоприятные условия для развития предпринимательства: упрощенная и ускоренная процедура открытия и регистрации предприятий; совершенствование налогового законодательства в направлении мотивации производственной предпринимательской деятельности, развития совместной деятельности предпринимателей России с зарубежными странами; подготовка законодательных инициатив по вопросам правовой гарантии предпринимательской деятельности, включая в первую очередь право на собственность и соблюдение договорных обязательств.

Главная цель предпринимательской деятельности состоит в получении прибыли, представляющей собой разность между выручкой от реализации товаров (услуг) и расходами на их производство и сбыт.

Вместе с тем, поскольку предприниматель, стремясь извлечь наибольшую выгоду, должен предъявлять рынку такой товар, который пользуется спросом, то цель предпринимательской деятельности двудеина – получить наибольшую прибыль в результате максимального удовлетворения определенных общественных потребностей. Цель предпринимательской деятельности реализуется путем последовательного или одновременного решения различных задач.

Главная и постоянная задача предпринимателя – изучение рыночной ситуации, включающее исследование спроса и оценку возможностей действующих и потенциальных конкурентов.

Исходя из сущности предпринимательской деятельности, ее цели и задач, основными побудительными мотивами к ней являются:

- материальный интерес, который проявляется в надежде заработать в «собственном деле» больше, нежели это удается в качестве наемного работника;

- стремление максимально проявить и реализовать индивидуальные замыслы, способности, инициативу, самостоятельность и творчество, освободившись от необходимости подчинения при работе по найму;

- желание самоутвердиться в обществе и своем непосредственном окружении (контактной аудитории) в более социально значимом статусе.

В разных странах под влиянием социально-экономических условий и национальных особенностей степень значимости этих мотивов существенно различается. По теории мотивации И.Шумпетера, для стереотипа западного мышления и сложившейся в развитых странах организации общественной жизни предпринимателям свойственны прежде всего потребность во власти и влиянии на окружающих, стремление к успеху и радость творчества при самостоятельной деловой активности. В Российской среде доминирующим мотивом развития предпринимательства является стремление к сверхбыстрому обогащению в сложившейся ситуации перераспределения собственности, желание уйти от зависимости со стороны государственных структур. Для предпринимателей, организующих малый бизнес, существенным мотивом выступает вынужденность ситуации (потеря работы, низкий заработок, не обеспечивающий минимальный жизненный уровень, и др.).

4.2. Виды конкуренции.

Ключевая роль конкуренции в рыночной экономике была показана в XVIII Адамом Смитом в работе «Исследование о природе и причине народов». Новизна теории конкуренции А.Смита заключается в следующем:

- впервые сформулировано понятие конкуренции как соперничества, повышающего цены (при сокращении предложения) и уменьшающего их (при избытке предложения);

- определен главный принцип конкуренции - принцип «невидимой руки», в соответствии с которым «рука» вытесняет фирмы, занятые производством ненужной рынку продукции;
- разработан гибкий механизм конкуренции, который мгновенно реагирует на любые изменения обстановки во внешней среде;
- определены основные условия эффективной конкуренции: большое количество продавцов, исчерпывающую информацию, невозможность каждого продавца оказывать существенное влияние на изменение рыночной цены то вара.

Таким образом, главное «чудо рыночной экономики» заключается в том, что она позволяет людям действовать, руководствуясь личной выгодой, но при этом вынуждает всех делать то, что выгодно для общества, то есть поведение человека, как писал А. Смит, определяется правилом «невидимой руки», под которой он понимал механизм рынка.

Несмотря на то, что работа А. Смита увидела свет в XVIII веке, в настоящее время не существует сложившегося единого определения понятия «конкуренции».

Существуют следующие определения конкуренции:

- **конкуренция** – это процесс, посредством которого люди получают и передают знания (Ф.Хайек), (слишком узкое определение);
- **конкуренция** – это стремление как можно лучше удовлетворить критериям доступа к редким благам (П.Хайне), (слишком общее определение, так как в нем не фигурируют продавец, покупатель и сам товар);
- **конкуренция** - это наличие на рынке большого количества покупателей и продавцов, возможность свободного входа на рынок и выхода из него (К.Р.Макконелл и С.Л.Брю), (более широкое определение, хотя и не учитывает условий выхода и входа на рынок);

- **конкуренция** - динамичный и развивающийся процесс, в результате которого появляются новые товары, новые пути маркетинга, новые производственные процессы и новые рыночные сегменты. (М.Потер), (ограниченное определение, так как не поясняет, что представляет собой сам процесс конкуренции, а дает характеристику только его результата);
- **конкуренция** – это соперничество на каком-либо поприще между отдельными юридическими и физическими лицами, заинтересованными в достижении одной и той же конкретной цели (Г.Л.Алозоев), (в определении отсутствует понятие товара);
- **рыночная конкуренция** - это борьба фирм за ограниченный объем платежеспособного спроса потребителей, ведущаяся ими на доступных сегментах рынка (А.Ю.Юданов).
- **конкуренция** - это состязательность хозяйствующих субъектов, когда их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможности каждого из них односторонне воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке (Закон РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках»);
- **конкуренция** - это экономическая состязательность за достижение лучших результатов в области какой-либо деятельности, борьба товаропроизводителей за более выгодные условия хозяйствования, получение наивысшей прибыли.

Несмотря на то, что единое понятие «конкуренция» в мире отсутствует, все экономисты сходятся во мнении, что конкуренция является движущей силой развития общества, главным инструментом экономии ресурсов, повышения качества товаров и уровня жизни населения, а так же - главным стимулом для адаптации к переменам, то есть к внедрению изменений, совершенствованию структуры предприятия.

Конкуренция обладает следующими определяющими признаками:

- является системообразующей составляющей рыночных отношений, определяя всю совокупность присущих им элементов (издержки производства, формирование цены, адаптивность предприятий и организаций к требованиям рынка, удовлетворение потребности в товарах и услугах и пр.);
- служит фундаментом рыночных методов ведения хозяйства, основой формирования и проявления конкурентоспособности продукции, экономического закона, выражающего объективность категорий конкуренции (сопоставительности) между субъектами рынка, влияет на характер и формы взаимоотношений между ними;
- проявляет себя в системе воспроизводства технических и экономических параметров продукции на всех стадиях ее проектирования, изготовления, предпродажного и послепродажного обслуживания и потребления (эксплуатации).

Конкуренция – это соперничество, сопоставительность, напряженная борьба между участниками рыночной экономики за наиболее выгодные условия производства, купли и продажи. Конкуренция выступает как высшая побудительная сила, которая заставляет изготовителей продукции повышать ее качество, снижать затраты на производство, повышать производительность труда, бороться за деньги покупателей и за свое выживание.

Конкуренция – необходимое явление при условии, что предложение превышает спрос и, как правило, возникает между товарами, а не предприятиями.

Конкуренция зависит от количества продавцов и покупателей.

В конкурентной борьбе среди продавцов, стремящихся продать свой товар подороже побеждают те из них, кто продает товар дешевле, для стимулирования покупательского спроса, но продает больше.

В конкурентной борьбе покупателей за приобретение товара по меньшей цене побеждают те, кто предложил более высокую цену по сравнению с рыночной ценой.

В результате соперничества продавцов и покупателей, стоящих на противоположных ценовых позициях, устанавливается равновесная цена на товар.

Сущность конкуренции проявляется в ее **функциях**:

- обеспечение нацеленности производителя на запросы потребителя, без чего нельзя получить прибыль;
- стимулирование роста эффективности производства, обеспечивающее «выживание» производителей;
- дифференциация товаропроизводителей (одни выигрывают, другие остаются при своем, третьи – разоряются);
- давление на производство, распределение ресурсов между отраслями народного хозяйства в соответствии со спросом и нормой прибыли;
- ликвидация неконкурентоспособных предприятий (банкротство, продажа, слияние, преобразование, выделение конкурентоспособных подразделений в самостоятельные предприятия);
- стимулирование снижения цен и повышение качества товаров.

4.3. Финансовое обеспечение предпринимательской деятельности.

Финансирование предпринимательских организаций — это совокупность форм и методов, принципов и условий финансового обеспечения простого и расширенного воспроизводства. Под финансированием понимается процесс образования денежных средств или в более широком плане процесс образования капитала фирмы во всех его формах. Понятие «финансирование» довольно тесно связано с понятием «инвестирование», если финансирование — это образование денежных средств, то инвестирование — это их использование. Оба понятия взаимосвязаны, однако первое предшествует второму. Фирме невозможно планировать какие-либо инвестиции, не имея источников финансирования.

Вместе с тем образование финансовых средств фирмы происходит, как правило, с учетом плана их использования.

При выборе источников финансирования деятельности предприятия необходимо решить пять основных задач:

- определить потребность в кратко- и долгосрочном капитале;
- выявить возможные изменения в составе активов и капитала в целях определения и оптимального состава и структуры;
- обеспечить постоянную платежеспособность и, следовательно, финансовую устойчивость;
- с максимальной прибылью использовать собственные и заемные средства;
- снизить расходы на финансирование хозяйственной деятельности.

Источники финансирования предприятия делят на внутренние (собственный капитал) и внешние (заемный и привлеченный капитал). Внутреннее финансирование предполагает использование собственных средств и прежде всего — чистой прибыли и амортизационных отчислений.

Финансирование за счет собственных средств имеет ряд преимуществ:

1. за счет пополнения из прибыли предприятия повышается его финансовая устойчивость;
2. формирование и использование собственных средств происходит стабильно;
3. минимизируются расходы по внешнему финансированию (по обслуживанию долга кредиторам);
4. упрощается процесс принятия управленческих решений по развитию предприятия, так как источники покрытия дополнительных затрат известны заранее.

Уровень самофинансирования предприятия зависит не только от его внутренних возможностей, но и от внешней среды (налоговой, амортизационной, бюджетной, таможенной и денежно-кредитной политики государства).

Внешние источники финансирования предполагают использование средств государства, финансово-кредитных организаций, нефинансовых компаний, иностранных инвесторов и граждан.

Внешние источники формирования собственных финансовых ресурсов обычно характеризуются термином «привлеченные финансовые ресурсы». Это связано с тем, что в отличие от внутренних источников до момента их поступления на предприятие они не имеют статуса его собственности и требуют от предприятия определенных усилий и затрат по их привлечению. Однако по мере их поступления на предприятие они входят в состав собственного капитала предприятия и в дальнейшем характеризуются как собственные финансовые ресурсы.

Среди этих источников формирования финансовых ресурсов наибольшую роль играют эмиссия акций (для акционерных обществ) и привлечение дополнительного паевого капитала (для предприятий других организационно-правовых форм). Безвозвратные ассигнования из бюджетов используются для финансирования инвестиционной деятельности преимущественно государственных предприятий.

Преимуществом данных источников финансирования предпринимательской деятельности является гарантия финансовой независимости предприятия.

Внешние источники формирования заемных финансовых ресурсов предполагают предоставление средств кредиторами на условиях срочности, возвратности и платности. Финансирование за счет заемных средств осуществляется в виде банковских кредитов, государственных целевых и льготных кредитов, лизинга, эмиссии облигаций и т.д.