

УДК 338.48

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА**Е.А.Ярославская****ECONOMICAL COMPONENT OF THE REGIONAL ENTREPRENEURSHIP****E.A.Yaroslavskaya***Институт экономики и управления НовГУ, elena8888@inbox.ru*

В статье рассмотрена экономическая составляющая предпринимательской деятельности, проанализированы факторы, влияющие на прибыльность предприятия. Автором раскрыта важность использования факторов, находящихся во внешней и внутренней среде предприятия.

Ключевые слова: *предпринимательство, экономическая составляющая, прибыль, сверхприбыль, доход*

The article discusses the economic component of entrepreneurial activity and analyzes the factors affecting the profitability of an enterprise. The author revealed the importance of the factors that are in the external and internal environment of a company.

Keywords: *entrepreneurship, economic component, profit, excess profit, income*

Развитие социально-экономического направления региона зависит от множества факторов, в том числе от работы крупных, средних и малых предприятий. От того, насколько данные предприятия эффективны, могут ли они не только удовлетворять потребности населения, но и экспортировать товары и услуги в другие экономические территории, зависит устойчивость региона и качество жизни его жителей. В данном случае основными показателями успешности предприятий являются конкурентоспособность и прибыльность. Другими словами, необходимо обратить внимание именно на экономический компонент как на одну из наиболее важных составляющих предпринимательской деятельности.

Предпринимательская деятельность не может не взаимодействовать с внешней средой, она является открытой системой, зависимой от множества факторов.

На развитие и становление предпринимательской деятельности имеет влияние как внешняя, так и внутренняя среда предприятия.

Все, что касается общественных, экономических, политико-правовых, социально-культурных, технологических, международных и природных условий, межгосударственных и национальных структур и некоторых других внешних факторов, влияющих на различные сферы деятельности предприятия, можно отнести к внешней среде. Она, в свою очередь,

подразделяется на микро- и макросреду. То, что имеет прямое влияние на предприятие, имеет непосредственное отношение к предприятию и предпринимательским возможностям, например, поставщики материально-технических ресурсов, потребители, торговые посредники, конкуренты, государственные органы, финансово-кредитные учреждения, страховые компании и другие агенты, относятся к микросреде. Природная, демографическая, научно-техническая, экологическая, экономическая, политическая и международная среда относится к макросреде [1].

По возможности, там где предприниматель может повлиять на что-либо, ему необходимо максимально полно использовать благоприятные условия, там же, где он не в силах повлиять на ситуацию, ему важно ограничить негативные воздействия внешних факторов, наиболее существенно влияющих на результативность его деятельности.

Внутреннюю среду организации рассматривают и как ряд факторов, равнозначных друг другу, которые изменяются под действием внешних сил, и с точки зрения протекающих в ней процессов.

Составляющие внутренней среды предприятия: производственно-технические; социальные условия; экономические факторы; информационная составляющая; маркетинговый фактор; фактор деловых отношений и поведения сотрудников.

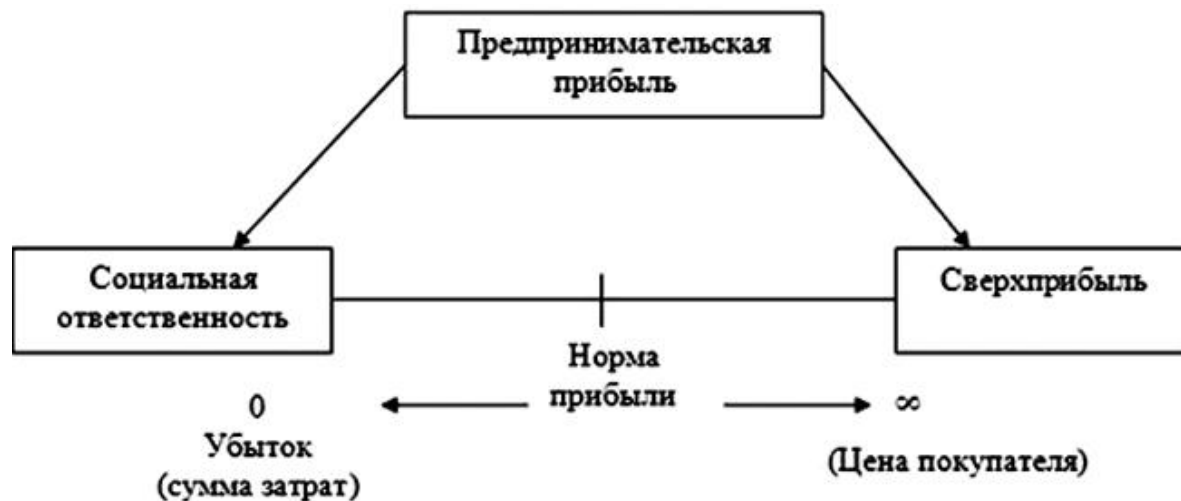


Рис. 1. Схема предпринимательской прибыли

Производственно-технический фактор влияет на результативность предприятия через такие показатели, как объем и качество выпускаемой продукции, величина прибыли и степень рентабельности организации. Эффективность данного фактора можно проанализировать по тому, какое оборудование, инструменты и машины используются на предприятии, насколько они прогрессивны, каков уровень их морального и физического износа, либо какие технологии применяются для производства продукции. Таким образом, к данному фактору можно отнести всё оборудование предприятия, приспособления, инструменты, машины, материалы, технологии и т.д.

С возрастанием роли высоких технологий увеличивается их влияние на развитие и сокращение издержек на предприятия, поэтому значительную роль и воздействие оказывают на результативность производства применяемые технологические процессы.

Нельзя не отметить важность такого ресурса, как люди. Поэтому особое место во внутренней среде организации занимает социальная составляющая. От того, насколько персонал удовлетворен качеством трудовой жизни, во многом зависит итоговый результат. У каждого сотрудника различные способности, опыт, навыки, разная степень образованности, квалификации, мотивации и преданности организации. В настоящее время все большее внимание уделяется подбору персонала, их обучению и развитию, степени их вовлеченности в функционирование предприятия. В социальную составляющую входит весь процесс отношений между людьми, их взаимодействие и возможные профессиональные конфликты. Работодатель пытается сформировать у персонала определенную организационную культуру. Высокая организационная культура помогает предприятию успешно достигать поставленных целей и задач, выявить такие проблемы, как недостаточность этики на предприятии, невыполнение деловыми партнерами взаимных обязательств, коррупция, сложности взаимодействия с административными и властными структурами. Чем выше степень образованности и квалификации у руководителей различного уровня и рядовых сотрудников предприятий, тем легче найти компромисс и решение, удовлетворяющее все заинтересованные стороны.

В современном мире ни одна организация не обходится без использования информационных сетей

и различных информационных технологий. Поэтому не менее важную роль во внутренней среде предприятия занимает информационная составляющая. С помощью данной составляющей, используя технические средства и технологии, можно облегчить труд сотрудников от рутинных операций, освободить людей от необходимости принятия некоторых решений, которые могут приниматься автоматически на основании необходимой, достаточной и своевременной информации. С помощью сетей Интернет можно размещать дополнительную информацию и рекламу предприятия, тем самым повышая её узнаваемость и клиентопоток.

Говоря о способах повышения продаж и общего увеличения рыночной доли, нельзя не отметить такой фактор, как маркетинг. Он помогает создать эффективную рекламу, продумать новые каналы сбыта, сформировать и обеспечить у покупателя потребности в товарах или услугах, выпускаемых предприятием.

В связи с пониманием важности таких факторов, как деловые отношения и поведение сотрудников организации, их выделили в отдельную составляющую. Данные факторы необходимо рассматривать отдельно от социальной составляющей, так как их верное либо неверное использование значительно влияет на успешность и прибыльность организации.

Все составляющие, указанные выше, необходимо рассматривать только как взаимосвязанные факторы одного целого, а не как отдельные объекты. Для руководителя организации интерес представляют не сами значения составляющих, а то, как изменения в них могут повлиять на прибыльность организации, либо какие угрозы и возможные потери при неверном использовании они несут в себе. Так же, как и факторы, возможность увеличения прибыли и возможность потерь правильно рассматривать одновременно, а не как отдельные результаты.

На экономический компонент оказывают влияние еще ряд важных факторов. Первая составляющая — это непосредственные решения предпринимателя, она называется субъективная субстанция. Но существуют события и закономерности, которые не зависят от сознания и желания предпринимателя, они называются объективной субстанцией. Если не учитывать объективную субстанцию, то можно принять неверное решение, которое послужит либо уменьшению доходности и результативности предприятия, либо к полному его краху.

Множество авторов до сих пор считают основной целью предпринимательской деятельности только получение прибыли [2]. В действительности экономический аспект предпринимательства выражен не только в этом, но и в возможности самостоятельно и независимо принимать решения, в полной ответственности за принятие данных решений и за взятый на себя риск.

Существует понятие не только предпринимательской прибыли, но и предпринимательского дохода. Различия такого вида дохода в том, что он получается не от самой реализации продукции, а является дополнительным доходом, который появляется в результате грамотного управления предприятием, доход излишек. Его невозможно получить при стандартных методах руководства, необходимо иметь природные качества, отличающие экономическое мышление, уметь при наличии тех же ресурсов и факторов производства скомбинировать их таким образом, чтобы получился дополнительный доход [3].

Предпринимательская прибыль также зависит от многих факторов, ими могут выступать степень удовлетворения потребителя данным товаром, место, занимаемое в рыночной нише, уровень конкурентоспособности, характер выпускаемого изделия, нравственные и моральные качества предпринимателя и т.д. Прибыль предприниматель получает как плату за разработку и реализацию собственной идеи. Предпринимательская прибыль находится между сверхприбылью и степенью социальной ответственности, выраженной суммой затрат (рис. 1).

В данном случае норма прибыли представляет собой границу между желанием получить сверхприбыль и социальной ответственностью предпринимателя. Он вкладывает свое время и финансовые средства в реализацию идеи, до разработки качественной идеи начинающий предприниматель разорится 4—5 раз (по оценкам экспертов) [4], реализуя другие идеи.

Экономический блок предпринимательства определяется следующими пунктами:

- собственность и экономические принципы формирования форм предпринимательства (альтернативы передачи собственности, ее формирование, экономические стимулы и степень хозяйственной самостоятельности);

- экономическая мотивация или стимулы различных форм предпринимательской деятельности. Индивидуальные предприятия — это одна мотивация, партнерство, венчурные компании — другая;

- экономические взаимоотношения с государством, т.е. налогообложение, кредитование, льготы;

- финансовая ответственность различных видов предприятий перед государством, с контрагентами, с потребителями и т.д.;

- формы хозяйственного контроля и внутрифирменных экономических отношений (полный контроль со стороны владельца или менеджера, отношения полные и неполные собственников, менеджеров);

- система стоимостных распределительных отношений (прибыль фирмы, структура расходов, социальные фонды, механизмы распределения прибыли и убытков) [5].

Экономический компонент предпринимательства зависит от личности предпринимателя, от его экономического мышления и различных экономических условий.

Под экономическими условиями могут подразумеваться различные факторы, такие как спрос и предложение на определенный товар; ассортимент

товаров, которые могут приобрести покупатели; платежеспособность населения, т.е. какое количество денежных средств они готовы истратить на данные товары, услуги; наличие рабочих мест, рабочей силы, влияющие на уровень заработной платы работников, т.е. на их возможности приобретения товаров. На экономические условия существенно влияют наличие и доступность заемных средств, денежных ресурсов, уровень доходов на инвестированный капитал.

Предприниматели развивают свой бизнес и ведут коммерческие операции с помощью разнообразных организаций, составляющих инфраструктуру рынка. Это банки (оказание финансовых услуг); поставщики (снабжение сырьем, материалами, полуфабрикатами, комплектующими изделиями, топливом, энергией, машинами и оборудованием, инструментом и др.); оптовые и розничные продавцы (предоставление услуг по доведению товаров до потребителя); специализированные фирмы и учреждения (предоставление профессиональных юридических, бухгалтерских, посреднических услуг); агентства по трудоустройству (оказание помощи в подборе рабочей силы); учебные заведения (обучение рабочих и специалистов-служащих); прочие агентства (рекламные, транспортные, страховые и др.); средства связи и передачи информации [6].

Любые, даже самые незначительные ухудшения в экономических факторах, моментально сказываются на предпринимательстве в целом. Нехватка дохода может повлечь сокращение персонала, при этом объем выпускаемой продукции измениться не должен, следовательно, прежнее количество обязанностей ляжет на меньшее количество сотрудников, что неизменно повлечет за собой увеличение брака в товарах и услугах. Также уменьшение прибыли может стать источником стрессовой ситуации для предпринимателя, из-за чего он может принять неадекватное и не оптимальное решение для данной ситуации. Таким образом, мы видим, что экономический компонент одновременно является и целью предпринимателя и средством для достижения благоприятных условий предпринимательства.

1. Дорофеева Л.И. Менеджмент: Курс лекций. М.: Эксмо, 2007. С. 13-14.
2. Ильчиков М.З. Предпринимательская функция и экономический механизм ее осуществления. 2-е изд. М.: ИД «Камарон», 2005. С. 86.
3. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: ЭКСМО, 2009. 960 с.
4. Родригес Дж. Три показателя успешности бизнеса: [Электр. ресурс]. Режим доступа: <http://www.bishelp.ru>.
5. Литвинюк А.С. Экономический анализ. Шпаргалки. М.: Эксмо, 2009. 32 с.
6. Чуркин П.Г., Омаров М.М. Проблемы и риски, возникающие при создании совместного предприятия // Фундаментальные исследования. 2011. № 12. Ч. 1. С. 221-223.

Bibliography (Transliterated)

1. Dorofeeva L.I. Menedzhment: Kurs lekcij. M.: Jeksmo, 2007. S. 13-14.
2. Il'chikov M.Z. Predprinimatel'skaja funkcija i jekonomicheskij mehanizm ee osushhestvlenija. 2-e izd. M.: ID «Kameron», 2005. S. 86.
3. Smit A. Issledovanie o prirode i prichinah bogatstva narodov. M.: JeKSMO, 2009. 960 s.
4. Rodriges Dzh. Tri pokazatelya uspešnosti biznesa: [Elektr. resurs]. Rezhim dostupa: <http://www.bishelp.ru>.
5. Litvinjuk A.S. Jekonomicheskij analiz. Shpargalki. M.: Jeksmo, 2009. 32 s.
6. Churkin P.G., Omarov M.M. Problemy i riski, vznikajushhie pri sozdanii sovmestnogo predpriyatija // Fundamental'nye issledovanija. 2011. № 12. Ch. 1. S. 221-223.