

Размер предприятия в отрасли : понятие , определяющие факторы



Сделала студентка группы
Пд202:Паршакова Ксения

- *Влияние размера предприятия на эффективность использования ресурсов осуществляется, прежде всего, через механизм экономики от масштаба и от разнообразия производства, ядром которого выступает экономия на условно-постоянных издержках.*

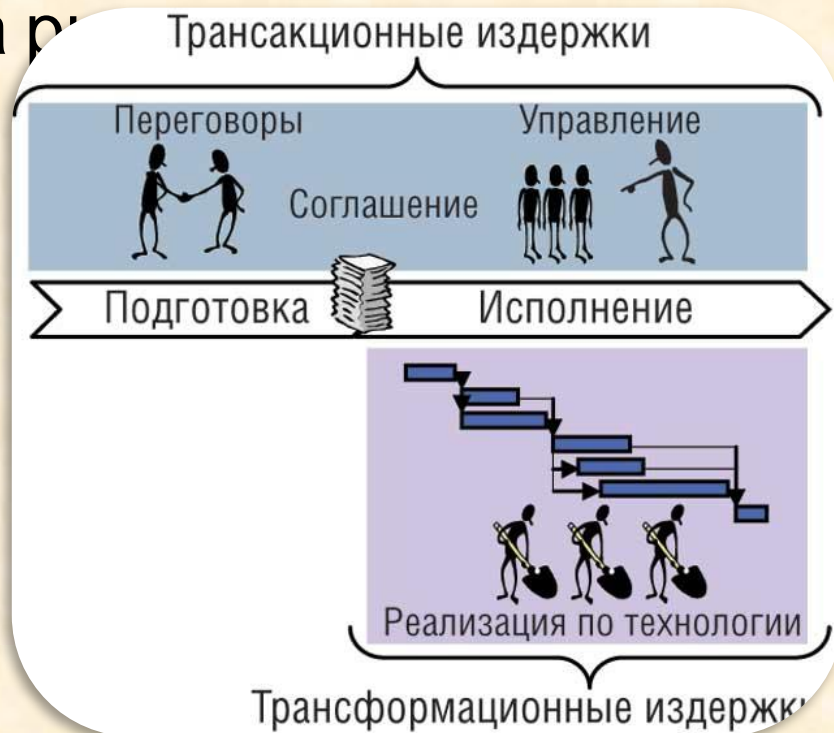
- **Необходимо учитывать так же наличие связи между размером предприятия и динамикой транзакционных издержек внутри фирмы, обусловливаемой увеличением её размеров и постепенно сводящей на нет позитивное влияние экономики на масштабах и разнообразии.**

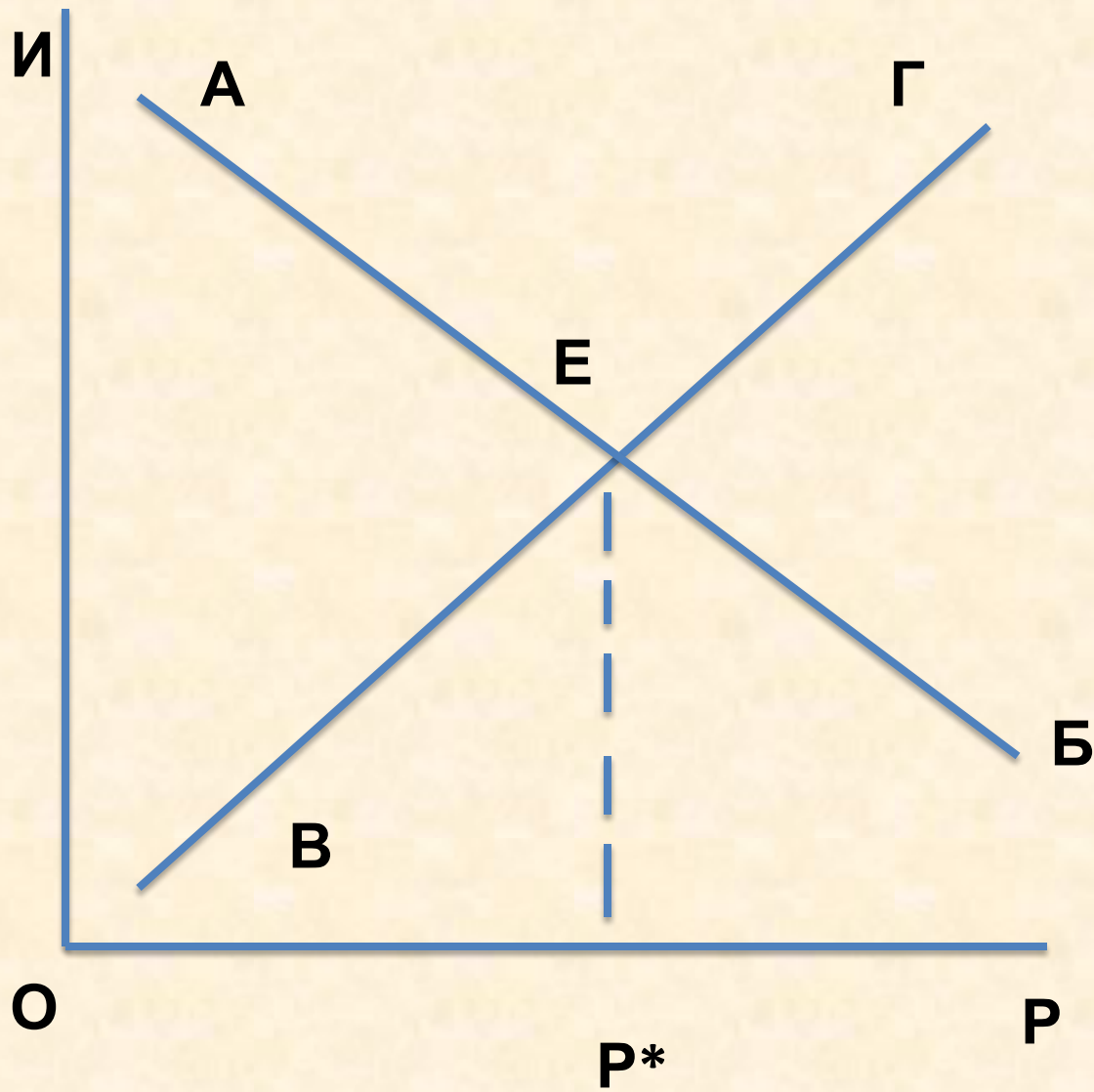
Трансакционные издержки , сопровождающие осуществляемую ею трансформационную деятельность предприятия по преобразованию факторов производства в товары , подразделяются на **внутренние и внешние** . При этом несущественно , трактуется ли фирма социологически - как группа , соединившихся - как исполняемый многосторонний отношенческий контракт.

В любом случае **внутренние** трансакционные издержки будут включать прямые затраты на осуществление координации деятельности субъектов, использующих ресурсы для производства товара , и **косвенные затраты** , или издержки , связанные с неэффективным использованием ресурсов.

Деятельность менеджмента по формированию заданий работникам , контролю их выполнения , измерению их результатов и их оценке требует издержек , и чем качественнее она осуществляется , тем выше их уровень , тем значительнее **прямые внутренние**

- **ТРАНСАКЦИОННЫЕ ИЗДЕРЖКИ** — операционные издержки сверх основных затрат на производство и обращение; косвенные, сопряженные затраты, расходы, связанные с организацией дела, получением информации, ведением переговоров, поиском поставщиков, заключением и оформлением контрактов, лицензий, обеспечением получения прав, юридической защиты, преодолением барьеров входа на рынок.






- **Современные предприятия** характеризуются значительным разнообразием своих организационно-правовых форм и структур . Их спектр простирается от полюса малых частных предприятий , в которых специализированная и единственная производственная деятельность осуществляется на единой площадке , а функции менеджера , собственника и непосредственного работника соединены в лице одного индивида , до полюса транзакционных корпораций , производственная деятельность которых осуществляется на множестве разобщенных территорий , расположенных в разных странах , относится к несвязанным отраслям , ведётся самостоятельными юр.лицами.

В промежутке между этими полюсами размещаются разновидности фирм, в которой в той или иной степени совмещаются три основных аспекта анализа предприятия:

- 1) производственно-технологический;*
- 2) административно-правовой;*
- 3) финансово-экономический;*



- В соответствии с данной классификацией представляется целесообразным различать:

- **1) технологические**

- **2) организационные**

- **3) финансовые**

- Понятие **предприятия** - финансового комплекса является частным случаем понятия ядра группы предприятий , а именно такой разновидность ядра , в которой входящие в него организации обозначаются общим фирменным наименованием.



Масштаб деятельности и масштаб предприятия.

- Под **масштабом деятельности** следует понимать размеры предприятия, измеренные объемом выпуска или реализации продукции или же долей предприятия на рынке.

Термин «**масштаб предприятия**» имеет более широкое значение, т.к. подразумевает не только показатели деятельности, но и его имущественное состояние, его активы. Таким образом, масштаб предприятия характеризуется объемом деятельности предприятия, долей завоеванного им рынка, капиталом или используемыми ресурсами

Основные направления исследовательских концепций

- *Размер предприятия* – это его величина, степень развития. Величина предприятия оказывает определяющее влияние на его деятельность, в связи, с чем необходимо учитывать основные организационно-экономические преимущества и недостатки различных по размеру предприятий, а так же иметь в виду взаимосвязь развития предпринимательства и выработки эффективной рыночной стратегии предприятия, исходя из масштабов его функционирования.

- **большинство новых рабочих мест в действительности создается относительно небольшой горсткой быстрорастущих компаний - не обязательно малых, хотя малые среди них представлены значительно шире других. Эта группа быстрорастущих компаний, составляющая не более 3% всего бизнеса США, была названа "газелями". Две другие группы по классификации Бёрча представляют мелкие фирмы - "мыши" и крупные стагнирующие компании - "слоны".**

- **По определению Бёрча, "газель" - предприятие с начальным объемом продаж от 100 тыс. долл. в год, характеризующееся не менее чем 20-процентным ростом доходов. С 1990 по 1994 г. "газели" создали 5 млн. рабочих мест, а общий рост уровня занятости по стране с учетом потерянных рабочих мест составил 4,2 млн.**

Парадоксально, но "газели" более или менее равномерно представлены во всех отраслях экономики; они одинаково часто встречаются как на быстрорастущих, так и на стагнирующих рынках. Например, известно, что основной рост рабочих мест наблюдается в отрасли услуг. Тем не менее "газели" составляют в ней только 2%, тогда как в обрабатывающей промышленности - 5%. Кроме того, лишь 2% "газелей" функционируют в высокотехнологичном производстве.

Крупные предприятия

- ***Крупные предприятия*** с экономической точки зрения наиболее сильны, так как имеют мощный финансово-экономический и имущественный потенциал, высокий уровень конкурентоспособности, относительно низкие издержки обращения. Они могут проводить маркетинговые исследования, осуществлять собственную ценовую политику, иметь широкую торговую сеть для реализации товаров и прямые контакты с производителями. Однако такие фирмы не всегда динамичны в предпринимательской среде, они инертны в развитии экономической стратегии, имеют громоздкую управленческую структуру, а материальные стимулы инициативных работников и предприятия в целом мало связаны с конечным результатом работы.

Средние предприятия.

- ***Средние предприятия*** действуют, как правило, в пределах узкого сегмента рынка и удовлетворяют специфические запросы по реализации товаров определенного ассортимента. Они обладают отличительными особенностями торгово-технологического процесса, их товары имеют уникальные характеристики и ориентированы на постоянных потребителей. Все это защищает такие предприятия от конкурентов, позволяет поддерживать достаточно высокие цены и обеспечивает финансовую стабильность.

Малые предприятия.

- ***Малые предприятия*** наилучшим образом приспособлены к удовлетворению тех потребностей, которые не могут в полном объеме обеспечить крупные и средние. Для них характерны простота в организации в организации товародвижения и учета, работа на местный рынок, высокая гибкость, вплоть до полной смены вида деятельности, профиля, ассортимента товаров, более экономное использование ресурсов, низкие управленческие расходы, повышенная скорость оборота капитала, заинтересованность каждого работника в конечных результатах труда и другие факторы, обеспечивающие конкурентоспособность.

На проблему оптимального размера предприятия можно выделить три основных направления развития исследовательских концепций: **технологическое, институциональное и стратегическое.**

- **В технологическом направлении** (классическая, неоклассическая теория фирмы) оптимальный размер предприятия рассматривается в виде производственной функции, выражающей технологическую и экономическую зависимость результатов производства от используемых факторов.

В центре **институциональной теории** находится объяснение существования многообразных форм предприятий, анализ пределов их роста с позиции эффективности, где теоретическим инструментарием являются транзакционные издержки.

В **стратегическом направлении** оптимальности размера предприятия (теория игр, «концепция границ») указывается, что применительно к сложным рынкам современной экономики, не всегда однозначно можно определить оптимальный размер предприятия.

При разукрупнении предприятий или их интеграции необходимо учитывать следующие факторы, которые могут снизить стратегический потенциал децентрализованного предприятия:



Экономическая
эффективность



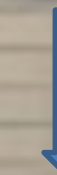
восприимчивость к рыночным
сигналам



управляемость предприятия, его
целенаправленность



научно-технический уровень
производства



концентрация информации и производственного
опыта

- В качестве примера качественного подхода можно отнести определения масштаба **нидерландского экономиста Ван Хорна** , который критерием определения размера предприятия считает:

-Количество произведённых (реализованных) товаров ,услуг;
-мощность ресурсов(капитала , человеческих ресурсов и .т .д)
-уровень системы управления , административных процедур и технология;
-систематичность менеджмента;
-уровень соотношения управленческих должностей и собственности;

По данным Федеральной службы государственной статистики основные показатели деятельности предприятий торговли представлены в таблице:

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Крупные и средние предприятия							
Число предприятий, тыс.	26,3	25,5	25,2	24,2	25,1	24,5	24,9
Среднесписочная численность работников, тыс. чел.	1207	1033	1000	995	945	953	978
Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников, руб.	879,8	1648,8	2408,4	3117,9	3951,8	4918,8	5824,6
Оборот розничной торговли в фактически действующих ценах, млн. руб.	211034	381230	486079	505006	787402	1115723	1356432
Инвестиции в основной капитал, млн. руб.	1167	4429	6456	8678	16299	23320	29453
Малые предприятия							
Число предприятий, тыс.	126,0	126,3	122,2	114,6	107,2	111,3	120,0
Среднесписочная численность работников, тыс. чел.	887,5	857,5	841,6	860,7	759,6	851,9	976,5
Оборот розничной торговли в фактически действующих ценах, млн. руб.	237549	429131	538602	691852	801066	934821	1075453
Инвестиции в основной капитал, млн. руб.	1494	830	2282	2618	1854	5217	9754

Направления роста и развития предприятия





В современной
экономической литературе
разрабатываются
некоторые теории
оптимизации
деятельности предприятия
с точки зрения
максимизации прибыли
или минимизации затрат.

В настоящее время
разрабатываются также
теории оптимизации
деятельности
предприятия, в основе
которых не заложен
принцип максимизации
прибыли.

Согласно теории "удовлетворения" предприятие стремится достичь определенного уровня прибыли, а далее не предпринимает усилий ее максимизировать.



Герберт Саймон пишет по этому поводу: "... цель фирмы не максимизация прибыли, а достижение определенного уровня или нормы прибыли, удержание определенной доли на рынке и определенного уровня продаж".

Однако, кроме достоинств объединения существуют и недостатки:

- с усложнением структурной организации предприятия функция управления может оказаться недостаточно оперативной, сложной;

- проблемы, связанные с осуществлением интеграции, могут оказаться весьма трудными для решения (разрушение сложившихся отношений между сотрудниками);

- возможность потери торгового имени и необходимость согласования двух или более сторон - участников интеграции.

- **С целью максимизации прибыли предприятие должно выбирать такую технологию, которая минимизировала бы издержки обращения любого выбранного им объема. Хозяйственная деятельность предприятия торговли считается эффективной лишь в том случае, когда его объем продаж является максимально возможным при использовании точно определенных объемов ресурсов. Каждое предприятие и даже целые отрасли при любой экономической системе стремятся к достижению оптимальных размеров, используя при этом знание объективных экономических закономерностей и применяя их на практике.**