**Содержание**

1. Сущность, цели и задачи финансовойполитики

2. Сущность, цели и задачи финансовойполитики организации

3. Объект, предмет и субъектфинансовой политики организации

4. Принципы организации финансовой политики

5. Понятие и общие принципыформирования учетной политики организации

6. Технология формирования учетнойполитики организации

7. Понятие и принципы налоговойполитики организации

8. Система налогов и сборов в РФ

9. Налоговое поведение организации

10. Основные направления налоговойполитики организации

11. Понятие ценовой политики организации

12. Прогнозирование конъюнктуры рынкаи финансовая стратегия предприятия. Основные аспекты маркетинга на предприятии

13. Кривые спроса и предложения

14. Чистая конкуренция

15. Ценовые корректировки: скидки,надбавки, зачеты

16. Государственная политикарегулирования цен

17. Переменные и постоянные издержки

18. Порог рентабельности, понятие играфический метод его определения

19. Оборотные активы организации:понятие и виды

20. Показатели эффективностииспользования оборотных активов

21. Факторинг

22. Управление денежными активами организации.

23. Финансовая стратегия и тактика,цели и основные направления

24. Финансовое планирование на предприятии,принципы, содержание и задачи

25. Особенности ценовой политики предприятия

26. Финансовые ресурсы

**1. Сущность,цели и задачи финансовой политики**

Финансовая политика — совокупностьцеленаправленных действий с использованием финансовых отношений (финансов).Финансовая политика предполагает установление целей и средств достиженияпоставленных целей. Финансовая политика — совокупность государственныхмероприятий по использованию финансовых отношений для выполнения государствомсвоих функций.

Содержание финансовойполитики:

Разработка общейконцепции финансовой политики, определение ее основных направлений, целей,главных задач.

Создание адекватногофинансового механизма.

Управление финансовойдеятельностью государства и других субъектов экономики.

Основа финансовойполитики — стратегические направления, которые определяют долгосрочную исреднесрочную перспективу использования финансов и предусматривают решениеглавных задач, вытекающих из особенностей функционирования экономики исоциальной сферы страны. Одновременно с этим государство осуществляет выбортекущих тактических целей и задач использования финансовых отношений. Все этимероприятия тесно взаимосвязаны между собой и взаимозависимы.

Задачами финансовойполитики является:

обеспечение условий дляформирования максимально возможных финансовых ресурсов;

установлениерационального с точки зрения государства распределения и использованияфинансовых ресурсов;

организация регулированияи стимулирования экономических и социальных процессов финансовыми методами;

выработка финансовогомеханизма и его развитие в соответствии с изменяющимися целями и задачамистратегии;

создание эффективной имаксимально деловой системы управления финансами.

В процессе проведенияфинансовой политики особенно важно обеспечение ее взаимосвязи с другимисоставными частями экономической политики — кредитной, ценовой, денежной.

Оценка результатовфинансовой политики государства основывается на ее соответствии интересамобщества и большинства его социальных групп, а также на достигнутых результатах,вытекающих из поставленных целей и задач. Важная составная часть финансовойполитики — установление финансового механизма, при помощи которого происходитосуществление всей деятельности государства в области финансов.

Финансовый механизм —система установленных государством форм, видов и методов организации финансовыхотношений.

Элементы финансовогомеханизма:

формы финансовыхресурсов;

методы их формирования;

система законодательныхнорм и нормативов, которые используются при определении доходов и расходовгосударства;

организации бюджетнойсистемы, финансов предприятий и рынка ценных бумаг.

Целями финансовойполитики могут являться:

политические цели, т.едостижение целей в области внешней и внутренней политики

экономические цели, тоесть достижение целей в области экономики на различном уровне

социальные цели, то естьдостижения целей в сфере общественных отношений (общественные классы и слоинаселения, социальные блага, распределение социальных благ).

Финансовая политика, каксовокупность целенаправленных действий с использованием финансовыхинструментов, рычагов и стимулов может быть реализована на различном уровне:

мировом

региональном

национальном

на уровне отдельныхрегионов внутри страны

на уровне предприятия,организации (хозяйствующего субъекта)

отдельногопредпринимателя

на уровне отдельногодомохозяйства

В качестве важнейшихсоставляющих финансовой политики на уровне государства выступают:

бюджетная политика

налоговая политика

таможенная политика

денежно-кредитнаяполитика

инвестиционная политика

Финансовая политикаявляется частью общей экономической политики.

**2. Сущность,цели и задачи финансовой политики организации**

Финансовая политикапредприятия — это целенаправленное использование финансов для достижениястратегических и тактических задач. Содержание финансовой политики предприятиямногогранно и включает следующие аспекты:

разработку концепцииуправления финансами предприятия, обеспечивающей сочетание высокой доходности инизкого риска;

определение основныхнаправлений использования финансовых ресурсов на текущий период (месяц,квартал) и на перспективу (год и более длительный период) с учетом плановпредприятий и коммерческой деятельности;

практическое достижениепоставленной цели (финансовый анализ и контроль, выбор способов финансирования,оценка экономической эффективности инвестиционных проектов.

В составе финансовойполитики выделяют финансовую стратегию и тактику.

Финансовая стратегия — это финансовый курс, рассчитанный на долгосрочную перспективу и предполагающийрешение крупномасштабных задач развития предприятия. В процессе ее разработкипрогнозируют основные тенденции развития финансов, формируют концепцию ихиспользования, намечают принципы финансовых отношений с государством (налоговуюполитику) и партнерами. Стратегия предполагает выбор альтернативных путейразвития предприятия. При этом используются прогнозы, опыт, интуицияспециалистов для мобилизации финансовых ресурсов на достижение поставленнойцели. С позиции стратегии формирования конкретной цели и задачи производственнойи финансовой деятельности принимают оперативные управленческие решения.

Стратегическими задачамифинансовой политики являются следующие: максимизация прибыли; оптимизациякапитала и поддержка финансовой устойчивости предприятия; достижение информационнойпрозрачности для собственников, инвесторов и кредиторов; обеспечениеинвестиционной привлекательности; использование рыночных механизмов привлеченияденежных средств (эмиссия ценных бумаг); эффективное управление финансами наоснове диагностики финансового состояния и выбора стратегических целейдеятельности предприятия, адекватных рыночным условиям и плану путей ихдостижения.

При разработкеэффективной системы управления постоянно возникают проблемы единства такихпротиворечивых целей, как развитие производства и поддержание достаточновысокой ликвидности предприятия.

Разработка финансовойстратегии на предприятии предлагает принятие решений по учетной, налоговой,кредитной, амортизационной, ценовой и дивидендной политике; управлениеоборотными средствами и кредиторской задолженностью, операционными расходами,сбытом продукции и прибылью.

Финансовая стратегияреализуется благодаря перспективному финансовому планированию, ориентированномуна достижение заданного уровня основных параметров деятельности предприятия:объема продаж и себестоимости, прибыли и рентабельности, финансовойустойчивости и платежности, ценовой конкурентоспособности.

Финансовая тактикаопределяет способы и пути решения локальных задач конкретного этапа развитияпредприятия путем своевременного изменения финансовых связей, перераспределенияденежных ресурсов между отдельными видами расходов. Если финансовая стратегияотносительно стабильна, финансовая тактика должна отличаться гибкостью,обеспечивая быстрое реагирование на изменения рыночной конъюнктуры (спроса ипредложения на ресурсы, товары и услуги). Стратегический и тактический аспектыфинансовой политики тесно взаимосвязаны: правильный выбор стратегии создаетблагоприятные возможности для решения тактических задач.

**3**. **Объект, предмет, субъектфинансовой политики предприятия**

Финансовая политикаорганизации — составная часть ее экономической политики. Она выражаетсовокупность мероприятий по организации и использованию финансов дляосуществления своих функций и задач, качественно определенного направленияразвития, касающегося сфер, средств и форм ее деятельности, системывзаимоотношений внутри организации, а также позиций организации во внешнейсреде.

Объект финансовойполитики — хозяйственная система и ее деятельность во взаимосвязи с финансовымсостоянием и финансовыми результатами, денежный оборот хозяйствующего субъекта,представляющий собой поток денежных поступлений и выплат. Каждому направлениюрасходования денежных фондов должны соответствовать определенные источники: напредприятии к источникам можно отнести собственный капитал и пассивы, которыеинвестируются в производство и приобретают форму активов. В общем видепостоянный процесс движения денежных средств может быть представлен на рис.1.2.

В действующей организацииневозможно определить исходную и конечную точки денежного оборота. Объемденежных средств, которым располагает организация (центральная часть рисунка),изменяется во времени и зависит от характера производственного процесса, объемапродаж, погашения дебиторской задолженности и др. Величина запасов сырья,незавершенного производства, готовой продукции на складе, дебиторскойзадолженности и подлежащий оплате коммерческий кредит также колеблются взависимости от реализации, производственного процесса и финансовой политикиорганизации в отношении кредиторской и дебиторской задолженности, формированиязапасов.

Предмет финансовойполитики — внутрифирменные и межхозяйственные финансовые процессы, отношения иоперации, включая производственные процессы, образующие финансовые потоки иопределяющие финансовое состояние и финансовые результаты, расчетные отношения,инвестиции, вопросы приобретения и выпуска ценных бумаг и т.п.

Субъекты финансовойполитики — учредители организации и руководство (работодатели), финансовыеслужбы, которые разрабатывают и реализуют стратегию и тактику финансовогоменеджмента в целях повышения ликвидности и платежеспособности предприятияпосредством получения и эффективного использования прибыли.

Финансовая политиказаключается в постановке целей и задач финансового управления, а также вопределении и использовании методов и средств их реализации, в постоянномконтроле, анализе и оценке соответствия происходящих процессов намеченнымцелям.

Финансовая политикапроявляется в системе форм и методов мобилизации и оптимального распределенияфинансовых ресурсов, определяет выбор и разработку финансовых механизмов,способы и критерии оценки эффективности и целесообразности формирования,направления и использования финансовых ресурсов в управлении.

**4**. **Принципы организации и видыфинансовой политики предприятия**

Организация финансовойполитики строится на определенных принципах.

Принцип самоокупаемости исамофинансирования. Самоокупаемость предполагает, что средства, обеспечивающиефункционирование организации, должны окупиться, т.е. принести доход, которыйсоответствует минимально возможному уровню рентабельности. Самофинансированиеозначает полную окупаемость затрат на производство и реализацию продукции,инвестирование средств в развитие производства за счет собственных денежныхсредств и, при необходимости, за счет банковских и коммерческих кредитов.

Принцип самоуправленияили хозяйственной самостоятельности заключается в:

самостоятельномопределении перспектив развития организации (в первую очередь на основе спросана производимую продукцию, выполняемые работы или оказываемые услуги);

самостоятельномпланировании своей деятельности;

обеспечениипроизводственного и социального развития фирмы.

Принцип материальнойответственности означает наличие определенной системы ответственностиорганизации за ведение и результаты хозяйственной деятельности. Финансовыеметоды реализации этого принципа различны для отдельных организаций, ихруководителей и работников в зависимости от организационно-правовой формы.

Принципзаинтересованности в результатах деятельности. Объективная необходимость этогопринципа определяется основной целью предпринимательской деятельности —систематическим получением прибыли.

Принцип осуществленияконтроля за финансово-хозяйственной деятельностью предприятия. Как известно,финансы предприятия выполняют контрольную функцию, поскольку данная функцияобъективна, то на ней основывается субъективная деятельность — финансовыйконтроль.

Различают несколько видовконтроля в зависимости от субъектов, осуществляющих его:

1) общегосударственный(вневедомственный) контроль осуществляют органы государственной власти иуправления;

2) ведомственный контрольосуществляют контрольно-ревизионные отделы министерств, ведомств;

3) независимый финансовыйконтроль осуществляют аудиторские фирмы.

Принцип формированияфинансовых резервов связан с необходимостью обеспечения непрерывностипредпринимательской деятельности, которая сопряжена с большим риском вследствиеколебаний рыночной конъюнктуры.

**5. Понятие и общиепринципы формирования учетной политики организации**

Составляемая главнымбухгалтером и утверждаемая руководителем организации общая схема и особенностиведения бухгалтерского учета на предстоящий год; один из основных документов,устанавливающий правила ведения в организации бухгалтерского и налоговогоучета, представляется по требованию в налоговые органы для уточненияпоказателей отчетности; важнейший элемент налогового контроля.

Основные принципы учетнойполитики

Хотя бухгалтерский учетрегламентируется общими нормативными документами для всех предприятий, укаждого из них могут быть различные цели и задачи. В связи с этим актуальнорассмотрение различных подходов к разработке предприятием учетной политики.

На выбор и обоснованиеучетной политики организации влияют следующие факторы: Анищенко А.В. Учетнаяполитика для целей бухгалтерского учета и налогообложения на 2009 год. М.:Статус-Кво 97, 2010. 340 с.

1. организационно-правоваяформа предприятия (общество с ограниченной ответственностью, акционерноеобщество, государственное предприятие);

2. отраслеваяпринадлежность или вид деятельности (промышленность, строительство, торговля,посредническая деятельность);

3. объемы деятельности,структура организации, численность;

4. порядокналогообложения организации (освобождение от различного вида налогов, ставкиналогов);

5. степень свободыдействия в условиях рыночной экономики, т.е. возможность самостоятельногопринятия решений в вопросах ценообразования, выбора партнера);

6. цели и задачиэкономического развития предприятия на долгосрочную перспективу, ожидаемыенаправления инвестиций, тактические подходы к решению перспективных задач;

7. материальной базы(обеспеченность компьютерной техникой и иными средствами оргтехники,программно- методическое обеспечение);

8. системаинформационного обеспечения предприятия (по всем необходимым для эффективнойдеятельности направлениям);

9. уровень квалификациибухгалтерских кадров, экономической смелости, инициативности и предприимчивостируководителей фирмы;

10. система материальнойзаинтересованности в эффективности работы предприятия и материальнойответственности за выполняемый круг обязанностей. Брызгалин А.В., Берник В.Р.,Головкин А.Н. Учетная политика предприятия для целей бухгалтерского учета. — «Налоги и финансовое право», 2008г. с.14

Только принятие вовнимание всей совокупности указанных факторов поможет правильно подойти кобоснованию учетной политики.

Принятая учетная политикапредприятия должна обеспечивать целостность системы бухгалтерского учета.Поэтому она должна охватывать все аспекты учетного процесса: методический,технический и организационный.

Методический аспект учетапредусматривает способы оценки имущества и обязательств, начисления амортизациипо различным видам имущества, методы исчисления прибыли, дохода и т.п.Методический аспект включает:

1. Критерий отнесенияпредметов к основным средствам

2. Порядок начисленияизноса (амортизации) основных фондов

3. Порядок начисленияамортизации по нематериальным активам

4. Порядок финансированияремонта основных средств

5. Метод оценки сырья,материалов (производственных запасов)

6. Формирование учетныхгрупп материальных ценностей

7. Способ отражения насчетах операций заготовления и приобретения материальных ценностей

8. Способ учета выпускапродукции

9. Сроки погашениярасходов будущих периодов

10. Перечень резервовпредстоящих расходов и платежей

11. Метод определениявыручки от реализации продукции

12. Порядок созданиярезервов по сомнительным долгам

Необходимость, порядоксоздания и использования фондов. Технический аспект — как реализуется этиспособы в учетных регистрах, схемах отражения на счетах учета. Техническийаспект включает:

План счетовбухгалтерского учета

Форма бухгалтерскогоучета

Технологии обработкиучетной информации

Организация внутрипроизводственногоконтроля

Организация составленияотчетности

Инвентаризация имуществаи обязательств

Организационный аспект — как осуществляются эти способы с точки зрения построения бухгалтерской службы,ее место в системе управления, взаимосвязи и взаимодействие с другимиэлементами и звеньями этой системы, характерными для рыночной экономики.Организационный аспект включает:

1. Правиладокументооборота

2. Перечень лиц, имеющихправо подписи первичных учетных документов

3. Графикдокументооборота

Предприятиесамостоятельно выбирает форму бухгалтерского учета, определяя перечень учетныхрегистров, последовательность и технику записей в них, их взаимосвязь. В основевыбора лежат такие критерии, как объем и состав имущества, принадлежащегопредприятию, структура и сложность производственного процесса, масштабы иразнообразие видов деятельности, организация управления, квалификацияперсонала.

При выборе формы веденияучета целесообразно ориентироваться на машинные технологии обработки учетнойинформации.

Машиноориентированныеформы учета должны предусматривать: высокий уровень автоматизации учетныхработ; регламентацию процессов получения учетной и отчетной информации,необходимой для выполнения функций бухгалтерского учета в управлениихозяйственной деятельностью предприятия; возможность формирования частиотчетной информации не только за соответствующий отчетный период, но и на любуюдату в этом периоде; фиксацию всей выходной информации на машинных носителях;вывод в удобный для использования форме по установленному регламенту информациидля осуществления бухгалтерского контроля за хозяйственной деятельностью иподготовки управленческих решений, составления бухгалтерской отчетности ивыполнения других управленческих работ; вывод в удобный для использования формепо запросам работникам бухгалтерской службы данных для справочных целей,контроля достоверности учетной информации, правильности ее обработки;оперативность и удобство использования учетной и отчетной информации.

В качестве общихпринципов построения машиноориентированных форм учета могут быть предложеныследующие: накапливание и хранение информации о фактах хозяйственнойдеятельности в базе данных; систематизация информации о фактах хозяйственнойдеятельности должна производится в процессе ее хронологической регистрации;совмещение записей синтетического и аналитического учета в единой системе.

Однократность вводаданных предусматривает, что данные, зафиксированные в первичном документе,вводятся в систему учетных записей единожды: дальнейшая обработка ихосуществляется путем переноса и движения по различным регистрам.

Ориентация на применениемашинных информационных технологий не исключает возможности организациибухгалтерского учета по одной из традиционных ручных форм счетоводства. Имеетсяв виду, например, единая журнально-ордерная, журнал- главная,мемориально-ордерная формы.

При формировании отчетныхданных учетная политика организации является основополагающей.

От выбора методабухгалтерского чета, закрепленного учетной политикой предприятия, зависитпорядок учета основных операций. Приказ Минфина РФ от 27 ноября 2008 г. № 155Н «О внесении изменений в нормативные правовые акты по бухгалтерскому учету» //ЭЖ-Досье, февраль 2009 г., № 5.

Международные стандартыучетной политики

Рассмотрим, что понимаютпод учетной политикой в международной практике. Для этого обратимся к текстамМеждународных стандартов бухгалтерского учета International AccountingStandards (IAS), разрабатываемых Комитетом по Международным стандартам (IASC) ивпервые опубликованных на русском языке Госкомстатом РФ. Два помощника вучетной политике //В. Экономов, «Расчет», N 12, декабрь 2008 г. с.25

Стандарт IAS1 -75 прямогоопределения термин «учетная политика» не дает, однако косвенно поясняет, чтоописание учетной политики — текст, который включается в финансовые отчеты сцелью пояснения основных правил учета, принятых в организации, необходимостьчего обуславливается тем, что разные учетные политики могут приводить кпринципиально разным комплектам финансовых отчетов, основанных на одних и техже условиях и событиях.

Отсюда можно сделать триважных вывода:

1. Учетная политикаорганизации как таковая, т.е. без соответствующего ей финансового отчета закакой-то период времени, не является предметом рассмотрения стандарта IASI-75.Стандарт регламентирует учетную политику только в узком смысле словаприменительно к конкретному финансовому отчету. Причем лишь в той мере, в какойона нужна для прояснения

2. Никаких временныхограничений действия тех или иных компонентов учетной политики в организации неустанавливается. Период, охваченный финансовым отчетом, первичен по отношению кпериоду действия описания учетной политики

3. Перечень компонентовучетной политики ограничивается теми, которые нужны потребителям для пониманияконкретного финансового отчета. Составитель описания учетной политики долженопределить те вопросы, которые могут оказаться, непонятны его потребителямфинансового отчета, и именно их и пояснить в описании учетной политики

В России задача переходана международные стандарты финансовой отчетности, т.е. стандарты IAS впервыебыла поставлена в 1992 г., когда была принята государственная программаперехода на международную систему учета и статистики в соответствии стребованиями развития рыночной экономики

Однако в первомотечественном стандарте бухгалтерского учета ПБУ 1/94 и Законе «О бухгалтерскомучете» № 29-ФЗ от 21 ноября 1996г. отношение к учетной политике отличается отуже рассмотренного стандарта IASI-75

В соответствии смеждународными стандартами по окончании финансового года составляетсяфинансовый отчет и в нем объясняется, какова была учетная политика в прошедшемгоду применительно лишь к тем данным отчета, которые могут оказаться, непонятныподготовленным пользователем. Весьма вероятным может оказаться такое положение,когда учетная политика, на предстоящий год является корпоративным секретом.

Жестких требований кописанию учетной политики в стандарте не предъявляется. Это означает, что:

Текст его может бытьраздроблен и дан в тех местах финансового отчета, в которых это требуется длясохранения целостности отчета с точки зрения потребителя финансовой информации.Например, финансовый отчет банка может состоять из табличных форм, содержащихфинансовую информацию и выделенных в разделы, пояснения могут следовать послетех форм, которые этого требуют.

Руководитель организацииподписывает весь финансовый отчет, а не отдельную его часть под названием«учетная политика».

По существу,характеристика учетной политики в узком смысле слова согласно международномустандарту сводится к следующему: Анищенко А.В. Учетная политика для целейбухгалтерского учета и налогообложения на 2009 год. М.: Статус-Кво 97, 2010. 340с.

1. У каждой организацииучетная политика должна быть только одна, у разных организаций учетные политикимогут быть разными

2. Учетная политика«имеет отношение к принципам, основаниям, соглашениям, правилам, процедурам,одобренным руководством на этапе подготовки финансовых отчетов»

3. Фундаментальныеположения учета, примененные в финансовом отчете, пояснений не требуют; однако,если это фундаментальные положения в отчете не применяются, то это необходимообъяснить

Формальные требования кдокументу, описывающему учетную политику, в России более жесткие, чем встандарте IASI-75. В соответствии с Законом «О бухгалтерском учете» этотдокумент утверждается «приказом или распоряжением лица, ответственного заорганизацию и состояние бухгалтерского учета». Соответственно, данный документне может быть текстом, поясняющим отдельные разделы финансовых отчетов.

Кроме того, в российскойпрактике учетная политика не привязана к финансовым отчетам предприятия, аимеет самостоятельное значение.

В отличие от международныхстандартов, в России:

Документ под названием«Учетная политика» утверждается в начале года. Учетная политика организации,как таковая, является предметом рассмотрения стандарта ПБУ 1/94. Стандартрегламентирует учетную политику в широком смысле слова, применительно кпринятому учету на предприятиях.

Временные ограничениядействия компонентов учетной политики в организации устанавливаются жестко.Период, охваченный финансовым отчетом, вторичен по отношению к периоду действияописания учетной политики.

Перечень компонентовучетной политики является очень широким, охватывая, по возможности, всепотенциальные направления деятельности предприятия. Выгодная учетная политикана 2010 год //Л.И. Зеленкова, «Нормативные акты для бухгалтера», N24, декабрь 2009 г. с.122

Вывод: в данном разделебыли выявлены основные принципы и порядок формирования учетной политики.

**6. Структура учетнойполитики и подходы к ее формированию**

При формировании учетнойполитики, использующая ПБУ 11/2008, должна как минимум определить:

1) перечень лиц,являющихся связанными сторонами организации, или принципы включения в этотперечень юридических и физических лиц;

2) конкретный состав иформу раскрытия (в том числе порядок представления) информации, подлежащейраскрытию в соответствии с ПБУ 11/2008;

3) порядок построенияаналитического учета, обеспечивающего получение информации о связанныхсторонах, которая подлежит раскрытию организацией.

В учетную политику имеетсмысл включить несколько разделов и информацию, которую в них стоит разместить.

Итак, в первомописываются организационно-технические вопросы:

организация веденияналогового учета (силами работников бухгалтерии, путем создания отдельногоспециализированного подразделения);

система налоговых регистров(правила построения и описание форм регистров);

система документооборотадля заполнения налоговых регистров.

Во втором разделеуказывается выбор способов налогового учета в тех случаях, когда НК РФпредоставляет налогоплательщику такое право (например, определение перечняпрямых и косвенных расходов). Это основная часть учетной политики. Здесьжелательно провести разграничение налогового учета по отдельным видам налогов.Типичная ошибка при составлении второго раздела — описание «шаблонных» правилучета или дублирование тех норм, которые прямо предусмотрены в НК РФ и непредполагают права выбора плательщиком того или иного способа учета. Поэтомуосновная задача — избежать таких ошибок и описывать как можно подробнее тотспособ учета доходов и расходов, который организация в действительностипредполагает использовать. Особое внимание следует уделить тем хозяйственнымоперациям, по которым нормы налогового законодательства отсутствуют или несодержат определенного порядка действий. В этом случае важно прописать алгоритмпризнания доходов и расходов, который можно разбить на такие этапы:

определение датыпризнания доходов и расходов,

определение суммы доходови расходов,

формы первичныхдокументов, являющихся основанием для отражения операций,

бухгалтерские проводки(если налоговый учет формируется на основании данных бухгалтерского учета).

Например, можно разобратьситуацию с документами на такие расходы, как арендные платежи, оплата за услугисвязи, юридические, информационные, консультационные, аудиторские и другиеуслуги, которые приходят в организацию с опозданием. Дело в том, что по этимуслугам НК РФ предоставляет налогоплательщику самому определить, какая из трехдат будет считаться датой признания расхода. Так, согласно подпункту 3 пункта 7статьи 272 НК РФ эти затраты можно учитывать либо на дату расчетов, указанную вдоговоре, либо на последнее число периода, либо на дату предъявленияналогоплательщику документов, служащих основанием для произведения расчетов.Очевидно, что для нейтрализации последствий «опоздавших» документов стоитвыбрать и закрепить в учетной политике последний вариант.

В третьем разделе учетнойполитики организация может разработать и утвердить формы налоговых регистров,примеры определения доходов и расходов по конкретным хозяйственным операциям,варианты переноса убытка на будущее. Например, убыток, полученный организациейв 2009 году, будет уменьшать налоговую базу по налогу на прибыль в течениеследующих десяти лет — с 2010 го по 2019 год. Если в 2010 году компания получитприбыль в размере, превышающем сумму убытка, зафиксированного по результатам2009 года, то она сможет уменьшить прибыль этого года сразу на всю величинуубытка. При меньшей сумме прибыли по итогам 2010 года фирма будет включатьубыток прошлых лет в расходы текущего периода по частям (в размере, непревышающем в совокупности с другими расходами сумму доходов, подлежащихналогообложению). Впрочем, даже если величина прибыли, полученной в 2010 году,позволит учесть целиком всю сумму убытка, организация вправе предусмотреть вналоговой учетной политике ограничение на перенос убытка на будущее.

При формировании учетнойполитики компания должна помнить, что этот документ составляется не «длягалочки» и не только для исполнения обязанности налогоплательщика. Многиебухгалтеры считают, что приказ об учетной политике — это формальный документ,который нужно быстро написать, сдать налоговикам и забыть о нем.

Между тем, ссылаясь наданный приказ (в котором грамотно должны быть описаны методы учета), можно выигратьсложные, а порой и практически безнадежные судебные дела, либо отстоять своюточку зрения в спорах с налоговиками при проверках, даже не доводя споры досудебных исков. В соответствии с ПБУ 1/2008 «Учётная политика организации»(приказ Минфина России от 06.10.2008 г. № 106н «Об утверждении положений побухгалтерскому учёту») под учётной политикой организации в целях бухгалтерскогоучёта понимается принятая ею совокупность способов ведения бухгалтерского учёта-- первичного наблюдения, стоимостного измерения, текущей группировки иитогового обобщения фактов хозяйственной деятельности.

Согласно статьи 11 НКРФучётная политика для целей налогообложения — это выбранная налогоплательщикомсовокупность допускаемых НК РФ способов (методов) определения доходов и (или)расходов, их признания, оценки и распределения, а также учёта иных необходимыхдля целей налогообложения показателей финансово-хозяйственной деятельностиналогоплательщика.

Рекомендуем Положение обучётной политике предприятия оформлять в виде двух самостоятельных локальныхдокументов:

первый документ посвященучётной политике предприятия в области бухгалтерского учёта;

второй документ посвященучётной политике в области налогообложения.

Полагаем, что допущениепоследовательности применения учётной политики, регламентированноебухгалтерским стандартом ПБУ 1/2008 «Учётная политика организации» приемлем идля учётной политики для целей налогообложения: выбранная предприятием учётнаяполитика применяется последовательно от одного налогового периода к другому, тоесть разрабатывается «на века» и лишь при необходимости внесения измененийкорректируется приказом датированным до 1 января календарного года, которымвводятся изменения.

наличие двухсамостоятельных положений не случайно. Наряду с тем фактом, что расчёт ряданалогов осуществляется на базе бухгалтерского учёта, в нормативных документахпо налогообложению существует достаточно большое количество требований, которыенельзя исполнить, используя лишь действующие методы бухгалтерского учёта.

**7. Понятие и принципыналоговой политики организации**

НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЙ

Поведение хозяйствующегосубъекта определяет главная цель предпринимательской деятельности — увеличениесовокупного дохода. Наряду с развитием производства, совершенствованием организациии управления, внедрением новейших технологий и оборудования предприятиястремятся увеличить доход за счет облегчения налоговой нагрузки, изысканиярациональных и законных способов снижения налоговых платежей. Такая задачарешается по следующим направлениям:

1. Выбор видовдеятельности, которые обеспечат приемлемую величину налоговой нагрузки напредприятие

2. Определениеоптимальных с точки зрения хозяйствующего субъекта способов и сроков уплатыналогов, сборов и других налоговых платежей

3. Выбор направленийраспределения и использования прибыли, осуществления инвестирования финансовыхресурсов, которые позволят иметь благоприятные для предприятия налоговыепоследствия

Целенаправленнаяналоговая политика в значительной степени зависит от знания работниками,ответственными за исчисление и уплату налогов, того, какие налоги, в какиесроки и куда необходимо уплатить, от умения этих работников разбираться всуществующих законных способах снижения налоговых выплат. Знание налоговогоправа и текущего налогового законодательства позволяет осуществлять грамотноепланирование налоговых платежей и доходов.

Т.А. Козенкова в работе«Налоговое планирование на предприятии» рассматривает налоговое планирование вобщем смысле как реализацию налогоплательщиком права использования всехвозможных средств для уменьшения возложенного на него государством налоговогобремени, основывающуюся на принципах законности, оперативности и оптимальности.Соблюдение этих принципов предопределяет характер и содержание предпринимательскойдеятельности, создает предпосылки для эффективной работы предприятия иуменьшает возможность возникновения ответственности за налоговыеправонарушения.

Принцип законностивыделяется в качестве основополагающего. Имеется в виду неукоснительное истрогое соблюдение требований налогового законодательства при определенииналоговых обязательств предприятия, исчислении и уплате налогов. В связи спринятием и введением в действие части первой Налогового кодекса,ответственность за налоговые правонарушения рассматривается как самостоятельныйвид юридической ответственности. Налоговым правонарушением признается виновносовершенное противоправное (в нарушение законодательства о налогах и сборах)деяние (действие или бездействие) налогоплательщика, налогового агента и иныхлиц, за которое Налоговым кодексом установлена ответственность. За нарушениезаконодательства о налогах и сборах должностные лица могут нести налоговую,административную или уголовную ответственность.

Принцип оперативностиналогового планирования заключается в том, что разработанная предприятиемналоговая политика должна оперативно корректироваться с учетом всех изменений вдействующей системе налогообложения. При этом могут корректироваться не толькоосновные направления налоговой политики, но и виды хозяйственных операций, атакже направления всей хозяйственной деятельности.

Особенности российскойполитической и экономической системы — ее нестабильность, непредсказуемость,противоречивость принимаемых органами государственной власти законов и решений,в том числе и в сфере налогообложения. Поэтому предприятиям необходимоучитывать такой вероятный фактор, как налоговые риски. Налоговые риски могутбыть связаны с изменениями в налоговой политике, введением новых видов налогови сборов, изменением налоговых ставок и штрафных санкций, отменой налоговыхльгот.

Предприятия, исходя изпринципа оперативности налогового планирования, должны учитывать возможные нетолько внешние изменения, но и внутренние, которые могут коренным образомповлиять на его налоговую политику.

Сущность принципаоптимальности налогового планирования в том, что использование механизмов,уменьшающих размеры налоговых обязательств, не должно приводить к ущербуинтересам собственников предприятия и стратегическим целям развития. Один изглавных вопросов налогового планирования — поддержание оптимального соотношениямежду налоговыми платежами и той частью прибыли, которая остается враспоряжении предприятия для осуществления инвестирования и обеспеченияфинансовой устойчивости.

Таким образом, налоговоепланирование является важнейшей составной частью налоговой политикипредприятия.

**8**. **Система налогов и сборов в РФ**

До введения в действиеглав части второй Налогового кодекса Российской Федерации о налогах и сборах,предусмотренных статьями 12-15 части первой НК РФ, ссылки в статье 12 на положенияуказанного Кодекса приравниваются к ссылкам на акты законодательства РоссийскойФедерации о соответствующих налогах, принятые до дня вступления в силуФедерального закона от 29.07.2004 N 95-ФЗ (статья 3 Федерального закона от29.07.2004 N 95-ФЗ).

Статья 12. Виды налогов исборов в Российской Федерации. Полномочия законодательных (представительных)органов государственной власти субъектов Российской Федерации ипредставительных органов муниципальных образований по установлению налогов исборов (в ред. Федерального закона от 29.07.2004 N 95-ФЗ)

1. В Российской Федерацииустанавливаются следующие виды налогов и сборов:

федеральные, региональныеи местные.

2. Федеральными налогамии сборами признаются налоги и сборы, которые установлены настоящим Кодексом иобязательны к уплате на всей территории Российской Федерации, если иное непредусмотрено пунктом 7 настоящей статьи.

3. Региональными налогамипризнаются налоги, которые установлены настоящим Кодексом и законами субъектовРоссийской Федерации о налогах и обязательны к уплате на территорияхсоответствующих субъектов Российской Федерации, если иное не предусмотренопунктом 7 настоящей статьи.

Региональные налогивводятся в действие и прекращают действовать на территориях субъектовРоссийской Федерации в соответствии с настоящим Кодексом и законами субъектовРоссийской Федерации о налогах.

При установлениирегиональных налогов законодательными (представительными) органамигосударственной власти субъектов Российской Федерации определяются в порядке ипределах, которые предусмотрены настоящим Кодексом, следующие элементыналогообложения: налоговые ставки, порядок и сроки уплаты налогов. Иныеэлементы налогообложения по региональным налогам и налогоплательщикиопределяются настоящим Кодексом.

Законодательными(представительными) органами государственной власти субъектов РоссийскойФедерации законами о налогах в порядке и пределах, которые предусмотренынастоящим Кодексом, могут устанавливаться налоговые льготы, основания и порядоких применения.

4. Местными налогамипризнаются налоги, которые установлены настоящим Кодексом и нормативнымиправовыми актами представительных органов муниципальных образований о налогах иобязательны к уплате на территориях соответствующих муниципальных образований, еслииное не предусмотрено настоящим пунктом и пунктом 7 настоящей статьи.

Местные налоги вводятся вдействие и прекращают действовать на территориях муниципальных образований всоответствии с настоящим Кодексом и нормативными правовыми актамипредставительных органов муниципальных образований о налогах.

О применении абзацатретьего пункта 4 статьи 12 см. пункт 2 статьи 7 Федерального закона от29.07.2004 N 95-ФЗ.

Земельный налог и налогна имущество физических лиц устанавливаются настоящим Кодексом и нормативнымиправовыми актами представительных органов поселений (муниципальных районов),городских округов о налогах и обязательны к уплате на территорияхсоответствующих поселений (межселенных территориях), городских округов, еслииное не предусмотрено пунктом 7 настоящей статьи. Земельный налог и налог наимущество физических лиц вводятся в действие и прекращают действовать натерриториях поселений (межселенных территориях), городских округов в соответствиис настоящим Кодексом и нормативными правовыми актами представительных органовпоселений (муниципальных районов), городских округов о налогах.

Местные налоги в городахфедерального значения Москве и Санкт-Петербурге устанавливаются настоящим Кодексоми законами указанных субъектов Российской Федерации о налогах, обязательны куплате на территориях этих субъектов Российской Федерации, если иное непредусмотрено пунктом 7 настоящей статьи. Местные налоги вводятся в действие ипрекращают действовать на территориях городов федерального значения Москвы иСанкт-Петербурга в соответствии с настоящим Кодексом и законами указанныхсубъектов Российской Федерации.

При установлении местныхналогов представительными органами муниципальных образований (законодательными(представительными) органами государственной власти городов федеральногозначения Москвы и Санкт-Петербурга) определяются в порядке и пределах, которыепредусмотрены настоящим Кодексом, следующие элементы налогообложения: налоговыеставки, порядок и сроки уплаты налогов. Иные элементы налогообложения поместным налогам и налогоплательщики определяются настоящим Кодексом.

Представительнымиорганами муниципальных образований (законодательными (представительными)органами государственной власти городов федерального значения Москвы иСанкт-Петербурга) законодательством о налогах и сборах в порядке и пределах,которые предусмотрены настоящим Кодексом, могут устанавливаться налоговыельготы, основания и порядок их применения.

5. Федеральные,региональные и местные налоги и сборы отменяются настоящим Кодексом

6. Не могутустанавливаться федеральные, региональные или местные налоги и сборы, непредусмотренные настоящим Кодексом

7. Настоящим Кодексомустанавливаются специальные налоговые режимы, которые могут предусматриватьфедеральные налоги, не указанные в статье 13 настоящего Кодекса, определяютсяпорядок установления таких налогов, а также порядок введения в действие и примененияуказанных специальных налоговых режимов

Специальные налоговыережимы могут предусматривать освобождение от обязанности по уплате отдельныхфедеральных, региональных и местных налогов и сборов, указанных в статьях 13-15настоящего Кодекса.

Статья 13. Федеральныеналоги и сборы

(в ред. Федеральногозакона от 29.07.2004 N 95-ФЗ)

К федеральным налогам исборам относятся:

1) налог на добавленнуюстоимость;

2) акцизы;

3) налог на доходыфизических лиц;

4) единый социальныйналог;

5) налог на прибыльорганизаций;

6) налог на добычуполезных ископаемых;

7) утратил силу. — Федеральный закон от 01.07.2005 N 78-ФЗ;

8) водный налог;

9) сборы за пользованиеобъектами животного мира и за пользование объектами водных биологическихресурсов;

10) государственнаяпошлина.

Статья 14. Региональныеналоги (в ред. Федерального закона от 29.07.2004 N 95-ФЗ)

К региональным налогамотносятся:

1) налог на имуществоорганизаций;

2) налог на игорныйбизнес;

3) транспортный налог.

Статья 15. Местные налоги(в ред. Федерального закона от 29.07.2004 N 95-ФЗ)

К местным налогамотносятся:

1) земельный налог;

2) налог на имуществофизических лиц.

Статья 16. Информация оналога (в ред. Федерального закона от 29.06.2004 N 58-ФЗ)

Информация и копиизаконов, иных нормативных правовых актов об установлении, изменении ипрекращении действия региональных и местных налогов направляются органамигосударственной власти субъектов Российской Федерации и органами местногосамоуправления в Министерство финансов Российской Федерации и федеральный органисполнительной власти, уполномоченный по контролю и надзору в области налогов исборов, а также в финансовые органы соответствующих субъектов РоссийскойФедерации и территориальные налоговые органы, (в ред. Федеральных законов от29.07.2004 N 95-ФЗ, от 27.07.2006 N 137-ФЗ)

Статья 17. Общие условияустановления налогов и сборов

1. Налог считаетсяустановленным лишь в том случае, когда определены налогоплательщики и элементыналогообложения, а именно: (в ред. Федерального закона от 09.07.1999 N 154-ФЗ)объект налогообложения; налоговая база; налоговый период; налоговая ставка;порядок исчисления налога; порядок и сроки уплаты налога

2. В необходимых случаяхпри установлении налога в акте законодательства о налогах и сборах могут такжепредусматриваться налоговые льготы и основания для их использованияналогоплательщиком (в ред. Федерального закона от 09.07.1999 N 154-ФЗ)

3. При установлениисборов определяются их плательщики и элементы обложения применительно кконкретным сборам. (в ред. Федерального закона от 09.07.1999 N 154-ФЗ) Статья18. Специальные налоговые режимы (в ред. Федерального закона от 29.07.2004 N95-ФЗ)

1. Специальные налоговыережимы устанавливаются настоящим Кодексом и применяются в случаях и порядке,которые предусмотрены настоящим Кодексом и иными актами законодательства оналогах и сборах

Специальные налоговыережимы могут предусматривать особый порядок определения элементовналогообложения, а также освобождение от обязанности по уплате отдельныхналогов и сборов, предусмотренных статьями 13-15 настоящего Кодекса.

2. К специальнымналоговым режимам относятся:

1) система налогообложениядля сельскохозяйственных товаропроизводителей (единый сельскохозяйственныйналог);

2) упрощенная системаналогообложения;

3) системаналогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видовдеятельности;

4) система налогообложенияпри выполнении соглашений о разделе продукции.

**10. Основныенаправления налоговой политики организации**

Суть налоговой политики,которая является одним из важнейших элементов финансовой стратегиихозяйствующего субъекта, сводится к выбору наиболее выгодных для предприятиявариантов налогового бремени, взаимоувязке последнего с хозяйственной,отраслевой, ассортиментной и другой ориентацией предприятия. Налоговая политикафирмы может включать в себя:

выбор правильногоюридического адреса предприятия и его организационно-правовой формы;

выверенную тактику работыс территориальной налоговой инспекцией;

следование налоговомузаконодательству;

оперативное реагированиена изменения в налоговом законодательстве;

поиск информации опредстоящих изменениях в налоговом законодательстве;

поиск различных формналоговых льгот;

управлениеналогооблагаемой базой;

выбор наиболее выгодныхформ хозяйственных договоров и расчетов;

учет налоговых рисков ифинансовых потерь;

поиск направленийдеятельности, в минимальной степени облагаемых налогами;

оптимальное размещениеинвестиций, активов и прибыли;

повышение квалификациифинансовых менеджеров, которые определяют налоговую политику, и т.д.

**11. Понятие ценовойполитики организации**

Процесс формированияценовой политики на предприятии зависит от подхода к определению цены.

Цена традиционнопонимается как денежное вознаграждение, уплачиваемое продавцу за его товар.

При таком подходе к ценеучитывается только расчет суммы платежей за товар в основном на базеинформирования о затратах. Ценовая политика в таком случае ограниченна ценовымирасчетами с учетом затрат. В области сбыта применяются различные условияплатежа и скидки. Система скидок очень огромна и включает несколько групп. Онаочень активна и состоит из следующих элементов:

· скидки сконто — приплатеже наличными или оплаты до срока, зафиксированного в договоре; выгодапроизводителя: рост ликвидности предприятия, снижение издержек благодаряускорению оборачиваемости оборотных средств;

· оптовые скидки — снижение цен при покупке большой партии товара; выгода производителя: экономиязатрат, связанная с процессом продажи, хранения и транспортировки товара;

· торговые (дилерские)скидки — предоставляются фирмам или агентам, которые входят в сбытовую сетьфирмы производителя;

сезонные скидки — напослесезонные и предсезонные периоды; выгода производителя: фирма изготовительподдерживает стабильное производство в течении всего года;

прочие скидки — зачетцены старого товара при покупке нового, скидки фирмам, которые участвуют врекламных акциях.

В современной рыночнойэкономике ценовая политика характеризует направленность предприятия на работу спотребителем. Исходя из этого, цену можно определить как сумму всех расходовпокупателя, прямо или косвенно связанных с приобретением продукта (ценапродажи, затраты на поиск покупки, на кредитование, на ремонт, установку,транспортные затраты). Исходя из такого понимания цены, формируется современноеориентированное на потребителя определение цен политики.

Ценовая политика — вытекающиеиз целей предприятия меры по поиску, выбору и реализации соотношений междуценой и качеством товара и решению связанных с этим проблем покупателя.

Основываясь насовременном определении ценовой политики, последнюю можно представить каксистему, состоящую из следующих элементов:

цели (долгосрочные икраткосрочные);

инструменты(стратегические и оперативно-тактические);

организационные решения.

Ценовая политика должнабыть ориентирована на определенные долгосрочные и краткосрочные цели,достигаемые с помощью различных инструментов и организационных решений.

Цели ценовой политикимогут быть различными. В числе важнейших из них можно выделить следующие:

1) получение прибыли, еедолгосрочная и краткосрочная максимизация;

2) стабилизация рынка;

3) ограничениепотенциальной конкуренции;

4) сохранение лидерства вценах;

5) увеличение объемовпродаж.

Не все цели могут бытьсовместимы между собой (например, п.1 и п.5).

В долгосрочном аспектецели, так или иначе, выражаются в максимизации прибыли и укреплении рыночнойпозиции предприятия. В краткосрочном аспекте — это может быть любая актуальнаяпроблема, связанная с удовлетворением нужд потребителя, привлечением новыхклиентов, расширением рынков сбыта, с финансовым положением предприятия.

Цели ценовой политики организацииопределяют выбор ее стратегии и оперативно-тактических инструментов. Ценоваястратегия носит долгосрочный характер и обеспечивает достижение долгосрочныхцелей организации. В исходном пункте разработке ценовой стратегии должен бытьтак называемый стратегический треугольник «фирма — клиент — конкурент». С точкизрения развития фирмы ценовая стратегия должна учитывать поддержание еефинансового здоровья, степень чувствительности к финансовым рискам, связанным сценообразованием, обеспечение интересов собственников фирмы. С позиции клиентовразрабатываются проблемы уровней и сегментирования цен с целью учетапредпочтений покупателей, решения этих проблем. В отношении основныхконкурентов принимаются решения о степени агрессивности ценового давления в связис задачами достижения собственной стратегической позиции на рынке.

Оперативно-тактическиеинструменты ценообразования — это большая группа средств ценовой политики,позволяющая решать краткосрочные задачи и оперативно реагировать на неожиданныеизменения различных факторов ценообразования или агрессивную ценовую политикуконкурентов. К таким инструментам относят краткосрочное изменение цен, ценовуюдифференциацию для разных потребителей, ценовые вариации по периодам времени,ценовые линии (границы, группы).

Важную роль в процессеценообразования играют организационные решения, касающиеся этапов и форморганизации процесса ценообразования.

**12. Прогнозированиеконъюнктуры рынка и финансовая стратегия предприятия. Основные аспектымаркетинга на предприятии**

Оценка конъюнктуры рынкаКонъюнктура рынка характеризуется определенным соотношением спроса ипредложения на товары данного типа, а также соотношением цен. Основной цельюизучения товарного рынка это установление, в какой мере деятельностьпромышленности и торговли влияет на составление рынка, на его развитие вближайшем будущем. Результаты изучения конъюнктуры рынка предназначены дляпринятия оперативного решения по управлению производством и сбытом товаров.Сбор информации является важнейшим этапом изучения конъюнктуры рынка. Приисследовании, используются различные виды информации, полученной из различныхисточников. Различают общую, коммерческую и специальную информацию. Общаявключает в себя данные хар-ые рыночной ситуации в целом, в увязке с развитиемотрасли или данного производства. Источником информации служат данныегосударственной и отраслевой статистики. А также официальные формы учета иотчетности. Коммерческая информация это данные извлекаемые из деловойдокументации предприятия по вопросам сбыта продукции и полученной от партнеровв порядке инф-го обмена. К ним относятся: заявки и заказы, торговые органи-ии,и учреждения торговли (материалы о движении товаров в оптовых и розничныхорганизациях). Также используются конъюнктурные обзоры. Специальная инфапредставляет собой данные, полученные в рез-те специальных мероприятий поизучению рынка (опросы населения, покупателей, специалистов торговли,выставок-продаж, конъюнктурных совещаний), а также материалынаучно-исследовательских работ. К спец. инфе относится инфа, которую нельзяполучить иным путем. Главной целью информационного обеспечения исследованийконъюнктуры рынка это создание системы показателей, которые позволяют получитьколичественную и качественную характеристики по конкретным видам товарногопредложения (произ-во товаров в ассортименте). Обновление товарногоассортимента обеспечивается материалом и сырьем, производственным мощностями,запасы товаров.

Финансовая стратегиялюбого предприятия определяется стратегическими целями, стоящими передпредприятием, а также целями самого финансового менеджмента. Как известно,главная цель финансового менеджмента — обеспечение роста благосостояниясобственников, максимизация рыночной стоимости компании. Следовательно,финансовая стратегия компании — это генеральный план действий по своевременномуобеспечению предприятия финансовыми ресурсами (денежными средствами) и по ихэффективному использованию с целью капитализации компании.

Разработка финансовойстратегии предприятия состоит из нескольких этапов. С самого начала необходимоопределить, на какой срок формируется финансовая стратегия. В зависимости отсрока стратегии зависят и цели финансовой деятельности, и степень проработкифинансовых планов. Долгосрочная финансовая стратегия описывает принципыобразования и использования доходов, потребности в финансовых ресурсах иисточниках их формирования. Краткосрочная финансовая стратегия разрабатываетсяв рамках долгосрочной финансовой стратегии, детализирует ее и описывает текущееуправление финансовыми ресурсами. Долгосрочные и среднесрочные финансовыестратегические планы на 3-5 лет формируются в укрупненном виде, а краткосрочныефинансовые планы на год прорабатываются с большой степенью детализации.

Следующим этапомразработки финансовой стратегии следует определить цели финансовойдеятельности. Финансовая стратегия является функциональной по отношению ккорпоративной стратегии компании, следовательно, она должна быть включена вструктуру общих стратегических целей компании. Как известно, главная финансоваяцель — максимизация рыночной стоимости при минимизации риска. Такая цель можетопределяться как в абсолютных, так и в относительных показателях. Главная цельдостигается, если у предприятия достаточно финансовых ресурсов, оптимальнаярентабельность собственного капитала, сбалансированная структура собственного изаемного капитала. Главная финансовая цель детализируется на финансовыеподцели, например:

Прибыль

Величина собственногокапитала

Рентабельностьсобственного капитала

Структура активов

Финансовые риски

Каждая цель должна бытьчетко сформулирована и выражена в конкретных показателях, например:

Рентабельность продаж

Финансовый рычаг(соотношение собственного и заемного капитала)

Уровеньплатежеспособности

Уровень ликвидности

Разработка финансовойстратегии подразумевает разработку не только целей, но и разработку планадействий по достижению этих целей. Руководство компании должно знать, кактекущая ситуация соотносится со стратегическими целями компании. Необходиморегулярно контролировать достижение стратегических целей. Для контроляосуществления стратегии стратегические цели разбиваются на конкретныестратегические задачи, решить которые нужно в определенный период времени.Контроль достижения стратегических целей осуществляется путем решениятактических задач. Установленные финансовые цели группируются по направлениям,образуя финансовую политику предприятия.

Наличие финансовойстратегии делает компанию более управляемой для менеджмента и прозрачной длясобственников.

Управление экономикой ифинансами предприятия невозможно без хорошо работающих маркетинговых служб.Необходимо всегда держать руку на пульсе рынка. Надо всегда знать какиесоотношения цены, качества, сервиса и объема продаж существуют на рынке, каковыего тенденции и объемы, что предпринимают конкуренты, в чем они сильнее илислабее. Перед тем, как тратить немалые деньги на рекламу, неплохо бы понять, абудет ли эффект от нее. Если предприятие собирается расширяться в регионы, тонеобходимо всегда знать положение в каждом из них.

Но помимо внешнейинформации необходимо иметь и сведения о ситуации на предприятии. Как тратятсяденьги на производственный и коммерческий цикл? Какое из подразделений наиболеерентабельно? У какого вида продукции наибольшая рентабельность, самый маленькийсрок оборачиваемости? Как построить систему управления и оплаты по результатам?Эти и многие другие вопросы решаются планово-экономическими или финансовымиподразделениями. Данная информация является основой для управления издержками исебестоимостью. На основании ее служба маркетинга может разработать гибкуюсистему оптовых скидок и политику ценообразования.

**13. Кривые спроса ипредложения**

финансовыйполитика организация учётный

В экономике, криваяспроса — это график, иллюстрирующий связь между ценой определенного товара илиуслуги и количеством его потребителей, желающих его купить по данной цене.Является графическим представлением графика спроса[1].

Кривая спроса суммарнодля всех потребителей является результирующей кривых спроса для каждого потребителяв отдельности. Несмотря на своё название, кривая спроса не всегдапредставляется собственно кривой, иногда это может быть график прямой линии, взависимости от сложности сценария.

Кривые спросаиспользуются для оценки поведения агентов конкурентных рынков и очень часторассматриваются комплексно с кривыми предложения для оценки сбалансированнойили равновесной цены (цены по которой все продавцы готовы продать и всепокупатели готовы купить, также известной, как термин цена рыночного клиринга)и равновесного количества (объёма товаров или услуг, которые будут произведеныи проданы без избыточного увеличения предложения или избыточного сокращенияспроса) на рынке[2]. На монополистическом рынке, кривая спроса представленатолько кривой спроса на продукцию монополиста и не требует созданиярезультирующей функции.

КРИВАЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ[supply curve] — графическое представление соотношения между предложениемтовара (обычно откладывается на оси абсцисс) и его ценой (по оси ординат).Стандарт ее обозначения на графиках — буква S (от слова supply). Показываетколичество предлагаемого товара при каждом уровне его цены; другие факторы,воздействующие на предложение, принимаются постоянными. Как правило, чем вышецена, тем больше предложение.

Строго говоря, такаязависимость действительна в двух случаях: или в условиях такого рынка, гдеданная фирма не в состоянии влиять на цены (при монополии фирмы она сама можетих диктовать), или в условиях централизованного, директивного установления цен.

Долгосрочная К. п. фирмыобычно представляет зависимость предложения от цены в условиях, когда фирмаимеет достаточно времени, чтобы полностью приспособиться к изменению уровняцен.

**14. Чистая конкуренция**

Совершенная, свободнаяили чистая конкуренция — экономическая модель, идеализированное состояниерынка, когда отдельные покупатели и продавцы не могут влиять на цену, ноформируют её своим вкладом спроса и предложения. Другими словами это такой типрыночной структуры, где рыночное поведение продавцов и покупателей заключаетсяв приспособлении к равновесному состоянию рыночных условий.

Признаки совершеннойконкуренции:

бесконечное множестворавноценных продавцов и покупателей

однородность и делимостьпродаваемой продукции

отсутствие барьеров длявхода или выхода с рынка

высокая мобильностьфакторов производства

равный и полный доступвсех участников к информации (цены товаров)

В случае, когда хотя быодин признак отсутствует, конкуренция называется несовершенной. В случае, когдаэти признаки искусственно удаляются с целью занятия монопольного положения нарынке, ситуацию именуют недобросовестная конкуренция.

В некоторых странах однимиз широко используемых видов недобросовестной конкуренции является дача взятокв явном и неявном виде различным представителям государства в обмен наразличного рода преференции.

Давид Рикардо выявилзакономерную в условиях свободной конкуренции тенденцию нормы прибыли кпонижению.

В реальной экономикебиржевой рынок наиболее походит на рынок совершенной конкуренции. В ходенаблюдения за явлениями экономических кризисов был сделан вывод, что подобнаяформа конкуренции обычно терпит фиаско, выйти из которого может лишь благодарявнешнему вмешательству.

**15. Ценовыекорректировки: скидки, надбавки, зачеты**

Скидка — сумма, накоторую снижается продажная цена товара, реализуемого покупателю, привыполнении им определенных условий.

Исторически скидкипоявились и стали использоваться в условиях уличной торговли товарами, когдапродавец в результате торга предоставлял скидку тому покупателю, которыйприобретает больше товаров.

В настоящее времяпрактика предоставления скидок используется крупными и средними компаниями,организациями малого бизнеса и индивидуальными предпринимателями

НАДБАВКИ — 1)дополнительные выплаты работникам (надбавка к заработной плате) за особосложные условия труда или высокое качество работы; 2) наценка, дополнительнаяоплата товара, добавка к его номинальной цене, обусловленная особымикачествами, изготовлением по заказу со специальными требованиями. Выделяютследующие виды надбавок: надбавка за пакет акций — надбавка к курсу акций,получаемая продавцом пакета за увеличение управленческих полномочий покупателяпакета; надбавка к государственному налогу — устанавливаемый в определеннойдоле к государственному налогу дополнительный налог, поступающий в местныйбюджет; надбавка к таможенной пошлине — повышение таможенных пошлин вэкономических и политических целях; надбавка к заработной плате —дополнительные денежные выплаты за сверхплановую, сверхурочную, особо важную,аккордную работу; надбавка к цене — увеличение прейскурантной цены за услуги,оказанные покупателю.

ЗАЧЕТ — 1) погашениевзаимных обязательств, платежей двух или нескольких юридических и физическихлиц в пределах равных сумм, величин взаимного долга. См. также ВЗАИМОЗАЧЕТ; 2)денежная компенсация, косвенная оплата участия в осуществлении программ иливыполнении услуг; реализуется посредством вычета оплаты за участие из цены приобретаемогоучастником товара либо иными видами зачета.

**16. Государственнаяполитика регулирования цен**

Государственноерегулирование рынка и цен — это совокупность мер, принимаемых правительством впроцессе участия в системе товарно-денежных отношений и направленных наосуществление регулирования цен в различных сферах народного хозяйства иконтроля за ними. Таким образом, государственное регулирование цен можнопредставить как попытку государства с помощью законодательных, административныхи бюджетно-финансовых мероприятий воздействовать на рынок и цены таким образом,чтобы способствовать стабильному развитию экономики в целом.

Необходимостьгосударственного вмешательства в процессы ценообразования обусловлена тем, чтосвободно функционирующий рынок не обязательно гарантирует высокую эффективностьэкономической деятельности. В ряде случаев несовершенство рынка, нестабильностьравновесия требует определенного вмешательства государства. Роль государствазаключается главным образом в обеспечении развития экономики в направлении нетолько роста производства и повышения качества продукции, но и достиженияполной занятости, справедливого распределения доходов и стабилизации уровняцен.

Используя для решенияэкономических задач регулирующую функцию цены, государство принимает участие вперераспределении чистого дохода между отраслями и секторами народного хозяйства,отдельными регионами, предприятиями и группами населения. Государство такжедолжно участвовать в процессе ценообразования (прямо или косвенно) для защитыинтересов национальных товаропроизводителей, не способных пока на равныхпротивостоять экспансии на рынок зарубежных производителей аналогичнойпродукции.

Государственноерегулирование цен можно рассматривать как одно из направлениймакроэкономического регулирования экономики, особое значение которогопроявляется по следующим направлениям:

• поддержание на рынкеконкурентной среды и предотвращение монополизации;

• борьба с инфляцией иобеспечение стабильности цен;

• проведение социальноориентированной политики цен;

• обеспечениеоптимального соотношения внешнеторговых и внутренних цен.

Таким образом, намакроэкономическом уровне вырабатываются исходные принципы и концепции политикицен, а также законодательного и нормативного их обеспечения.

Наряду смакроэкономическим воздействием государства на цены существует и ихрегулирование на микроэкономическом уровне. Микроэкономические меры воздействиягосударства на цены включают в себя: контроль за уровнем цен на продукцию иуслуги естественных монополий, предприятий, занимающих монопольное идоминирующее положение на рынке; установление цен на товары и услуги, имеющиеособую социальную значимость; установление акцизов и субсидирование отдельныхтоваропроизводителей; установление торговых надбавок на некоторые видыпродукции; регулирование цен и таможенных тарифов во внешнеэкономическойдеятельности.

Государственноерегулирование цен осуществляется с помощью сочетания прямых и косвенных форм иметодов.

**17. Переменные ипостоянные издержки**

Издержки производства —затраты, связанные с производством и обращением произведенных товаров. Вбухгалтерской и статистической отчетности отражаются в виде себестоимости.Включают в себя: материальные затраты, расходы на оплату труда, проценты закредиты, расходы, связанные с продвижением товара на рынок и его продажей.

Экономические издержкипринято делить на совокупные, средние, маржинальные (их называют ещёпредельными издержками) или замыкающие, а также на постоянные и переменные.

Переме́нные затраты— виды расходов, величина которых изменяется пропорционально изменению объемовпродукции. Противопоставляются постоянным затратам, с которыми в суммесоставляют общие затраты. Основным признаком, по которому можно определить,являются ли затраты переменными, является их исчезновение при остановкепроизводства

Постоянные издержкивозникают, когда объём применения одного (или обоих) факторов, вводимых впроцесс трансформации, не может изменяться. Таким образом переменные издержкивозникают, когда фирма имеет дело с факторами, вводимыми в процесстрансформации, объём применения которых ничем не ограничен.

Поскольку величинапостоянных издержек обязательно перестаёт зависеть от объёмов выпуска, частоопределение искажают, говоря о постоянных издержках как о независящих от объёмавыпуска, а то и просто указывая некий перечень статей калькуляциисебестоимости, который якобы при любых обстоятельствах описывает постоянныеиздержки. Например, жалование конторских работников, амортизация, реклама и т.п. Соответственно переменными начинают считать издержки, величина которыхнепосредственно зависит от изменения объема выпуска (сырьё, материалы,заработная плата непосредственно производственных рабочих и т. п.). Такое«внедрение» положений о бухгалтерском учёте в экономику как науку не простонеправомерно, но прямо вредоносно.

**18. Порогрентабельности, понятие и графический метод его определения**

Порог рентабельности —это объем продаж при котором предприятие может покрыть все свои расходы, неполучая прибыли. Часто используется термин точка безубыточности. В своюочередь, как с изменением выручки растет прибыль показывает Операционный рычаг(операционный леверидж).

См. также

Финансовые коэффициентыдля оценки финансового состояния предприятия

Экспресс анализфинансового состояния предприятия

Для расчета порогарентабельности принято делить издержки на две составляющие:

Переменные затраты —возрастают пропорционально увеличению объему производства (реализации товаров).

Постоянные затраты — независят от количества произведенной продукции (реализованных товаров) и оттого, растет или падает объем операций.

Значение порога рентабельностипредставляет большой интерес для кредитора, поскольку его интересует вопросустойчивости компании и ее способности выплачивать проценты за кредит иосновной долг. Устойчивость предприятия определяет запас финансовой прочности —степень превышения объемов продаж над порогом рентабельности.

Введем обозначения: В          —      выручка.

Рн     —      объемреализации в натуральном выражении.

Зпер  —      переменныезатраты.

Зпост          —      постоянныезатраты.

Ц       —      Цена,выручка на единицу продукции,

ЗСпер        —      средниепеременные затраты (на единицу продукции).

ПРд  —      порогрентабельности в денежном выражении.

ПРн  —      порогрентабельности в натуральном выражении.

Формула расчета порогарентабельности в денежном выражении:

ПРд = В\*Зпост/(В — Зпер)

Формула расчета порогарентабельности в натуральном выражении (в штуках продукции или товара):

ПРн = Зпост / (Ц — ЗСпер)

На приведенном нижерисунке постоянные затраты 300, переменные затраты на единицу продукции 10,цена 25, порог рентабельности (точка безубыточности) ПРн = 20 штук.

/>

При достижении порогарентабельности линия доходов пересекает и идет выше линии общих (валовых)затрат, линия прибыли пересекает 0 — переходит из зоны убытков в зону прибыли.

Рентабельность этоотносительный показатель доходности и обычно выражается в процентах или вприбыли на единицу вложенных средств. В связи с этим интересно посмотреть каквыглядят линии доходности и затрат при пересчете на единицу продукции.

Как и на предыдущемрисунке постоянные затраты 300, переменные затраты на единицу продукции 10,цена 25, порог рентабельности (точка безубыточности) ПРн = 20 штук.

/>

При пересчете на единицупродукции видим, что некоторые постоянные величины превратились в переменные инаоборот. Некоторые прямые линии превратились в кривые.

На графике видно, что:

С ростом объемаприходится все меньшая доля постоянных затрат на единицу продукции. Поэтомулиния постоянных затрат идет вниз.

Доля переменных затратпостоянна для каждой единицы продукции.

Общие затраты на единицупродукции (себестоимость) убывают.

При объеме выпуска 20 шт.линия себестоимости пересекает линию цены (себестоимость равна цене) и идетниже ее.

Соответственно линияприбыли переходит через 0, прибыль становится положительной.

Линия постоянных затратпересекает линию маржинальной прибыли (маржинального дохода), т.е. маржинальныйдоход равен постоянным затратам. Далее линия маржинальной прибыли идет вышелинии постоянных затрат — образуется прибыль.

Для быстрого расчетавариантов и оценки влияния различных соотношений затрат и цен удобноиспользовать электронные таблицы Excel.

**19. Оборотные активыорганизации: понятие и виды**

Ключевую роль в реализации краткосрочной финансовойполитики предприятия занимают проблемы достаточности оборотных активов,источники их финансирования и эффективность использования. Управление оборотнымкапиталом предприятия – это ежедневная работа, обеспечивающая фирме достаточныересурсы для осуществления ее деятельности и избежания дорогостоящих простоев.Без эффективного управления оборотными активами невозможно реализоватьдолгосрочные финансовые стратегии предприятия.

Оборотные активы — характеризуют совокупностьимущественных ценностей предприятия, обслуживающих текущуюпроизводственно-коммерческую (операционную) деятельность и полностьюпотребляемых в течение одного производственно-коммерческого цикла.

Оборотный капитал можно подразделить по следующимосновным признакам:

По видам оборотные активы можно подразделить:

- оборотныепроизводственные активы. К ним относятся сырье, основные материалы иполуфабрикаты, вспомогательные материалы, топливо, тара, запасные части и др.,а также незавершенное производство и расходы будущих периодов;

- оборотныеактивы в обращении… Это средства предприятия, вложенные в запасы готовойпродукции, товары отгруженные, но не оплаченные (дебиторская задолженность) атакже денежные средства в кассе и на счетах (см. рис. 1)

По степени ликвидности выделяют:

- абсолютноликвидные активы. К ним относятся оборотные активы, не требующие реализации ипредставляющие собой готовые средства платежа: денежные средства;

- высоколиквидныеактивы. Характеризуют группу активов, которые могут быть быстро обращены вденежные средства (как правило, в течение месяца), без ощутимых потерь своейрыночной стоимости: краткосрочные финансовые вложения, краткосрочнаядебиторская задолженность;

- среднеликвидныеактивы. К этому виду относятся оборотные активы, которые могут бытьконвертированы в денежную форму без ощутимых потерь своей текущей рыночнойстоимости в срок от одного до шести месяцев: дебиторская задолженность (кромекраткосрочной), запасы готовой продукции;

- слаболикивдныеактивы. К ним относятся оборотные активы предприятия, которые могут бытьобращены в денежную форму без потерь своей текущей рыночной стоимости лишь поистечении значительного периода времени (от полугода и выше): запасы сырья иполуфабрикатов, незавершенное производство;

- неликвидныеактивы. Активы, которые самостоятельно не могут быть обращены в денежныесредства. Они могут быть реализованы лишь в составе имущественного комплекса:безнадежная дебиторская задолженность, расходы будущих периодов.

По характеру финансовых источников формирования:

- валовыеоборотные активы. Характеризуют общий объем оборотных активов, сформированныйза счет собственного и заемного капитала;

- чистыеоборотные активы. Это оборотные активы, которые сформированы за счетсобственного и долгосрочного заемного капитала. Рассчитывается как разницамежду оборотными активами и краткосрочными пассивами:

ЧОА = ОА – КФО;

где

ЧОА – чистые оборотные активы;

ОА – оборотные активы;

КФО – краткосрочные текущие финансовыеобязательства.

- собственныеоборотные активы. Характеризуют ту часть оборотных активов, которыесформированы за счет собственного капитала. Для расчета необходимо из величинычистых оборотных активов вычесть долгосрочный заемный капитал, направленный наформирование оборотных активов:

СОА = ЧОА – ДЗК;

или

СОА= ОА – ДЗК – КФО;

где

СОА – сумма собственных оборотных активовпредприятия;

ДЗК – долгосрочный заемный капитал.

Если предприятие не использует долгосрочный заемныйкапитал для финансирования оборотных средств, то суммы собственных и чистыхоборотных активов совпадают.

По характеру участия в операционном процессе:

- оборотныеактивы, обслуживающие производственный цикл: сырье, материалы, незавершенноепроизводство, готовая продукция;

- оборотныеактивы, обслуживающие финансовый цикл: денежные средства, дебиторскаязадолженность.

По периоду функционирования оборотных активов

- постоянныеоборотные активы. Представляет собой неизменную часть оборотных активов,которая не зависит от сезонных и других колебаний операционной деятельности,т.е. является неснижаемым минимумом оборотных активов для поддержанияоперационного цикла;

переменные оборотныеактивы. Это варьирующая часть оборотных активов, которая связана с возрастаниемпроизводства и реализации продукции, необходимостью формирования запасовсезонного хранения, долгосрочного завоза, целевого назначения.

**20. Показателиэффективности использования оборотных активов организации**

К числу показателейэффективности использования оборотных средств можно отнести следующие.

1. Длительность одногооборота (До) определяется по формуле:

/>

где Со — остаткиоборотных средств за период;

Тпер — число дней впериоде;

Vреал — суммареализованной продукции.

2. Коэффициентоборачиваемости показывает количество оборотов, совершаемых за определенныйпериод. Он определяется по формуле:

/>

3. Коэффициент загрузкиОБС характеризует величину оборотных средств, приходящихся на 1 руб.реализованной продукции:

/>

4. Рентабельностьоборотных средств исчисляется как отношение прибыли предприятия к среднегодовойстоимости оборотных средств.

В результате ускоренияоборачиваемости (интенсивности использования ОС) определенная сумма ОСвысвобождается

Абсолютное высвобождениеотражает прямое уменьшение потребности в оборотных средствах. Абсолютноевысвобождение происходит, если

Со.факт < Со.план, Vреал= const ,

где Со.факт — фактическиеостатки ОС;

Со.план — планируемыеостатки ОС;

Vреал — объем реализации.

Абсолютное высвобождениеопределяется по формуле:

АВ = Со.факт — Со.план.

Относительноевысвобождение ОБС происходит при ускорении оборачиваемости с ростом объемапроизводства. В отличие от абсолютного высвобождения, высвобожденные при этомсредства не могут быть изъяты из оборота без сохранения непрерывностипроизводства.

Относительноевысвобождение отражает как изменение величины оборотных средств, так иизменение объема реализованной продукции. Чтобы определить его, нужно исчислитьпотребность в оборотных средствах за отчетный год, исходя из фактическогооборота по реализации продукции за этот период и оборачиваемости в днях запредыдущий год. Разность даст сумму высвобождения средств.

При анализе работы промышленногопредприятия применяются различные показатели полезного использованияматериальных ресурсов:

— показатель(коэффициент) выхода готовой продукции из единицы сырья;

— показатель расходасырья на единицу готовой продукции;

— коэффициент использованияматериалов (отношение чистого веса или массы изделия к нормативному илифактическому расходу конструкционного материала);

— коэффициентиспользования площади или объема материалов;

— уровень отходов(потерь) и др.

Пути повышенияэффективности использования оборотных средств: оптимизация запасов ресурсов инезавершенного производства; сокращение длительности производственного цикла;улучшение организации материально-технического обеспечения; ускорениереализации товарной продукции и др.

Общими источникамиэкономии материальных ресурсов являются: снижение удельного расхода материалов;уменьшение веса изделий; снижение потерь и отходов материальных ресурсов;использование отходов и побочных продуктов; утилизация отходов; заменанатурального сырья и материалов искусственными и др.

**21. Факторинг**

Факторинг (англ.factoring от англ. factor — посредник, торговый агент) — это комплекс услуг дляпроизводителей и поставщиков, ведущих торговую деятельность на условияхотсрочки платежа.

В операции факторингаобычно участвуют три лица: фактор (факторинговая компания или банк) —покупатель требования, поставщик товара (кредитор) и покупатель товара(дебитор). Основной деятельностью факторинговой компании является кредитованиепоставщиков путём выкупа краткосрочной дебиторской задолженности, как правило,не превышающей 180 дней. Между факторинговой компанией и поставщиком товаразаключается договор о том, что ей по мере возникновения требований по оплатепоставок продукции предъявляются счета-фактуры или другие платёжные документы.Факторинговая компания осуществляет дисконтирование этих документов путёмвыплаты клиенту 60−90 % стоимости требований. После оплаты продукциипокупателем факторинговая компания доплачивает остаток суммы поставщику,удерживая процент с него за предоставленный кредит и комиссионные платежи заоказанные услуги[1].

Существует большоеколичество разновидностей факторинговых услуг, отличающихся друг от другапрежде всего степенью риска, который принимает на себя факторинговая компания.

Факторинг с регрессом(англ. recourse factoring) — вид факторинга, при котором фактор приобретает уклиента право на все суммы, причитающиеся от должника. Однако в случаеневозможности взыскания с должника сумм в полном объёме клиент, переуступившийдолг, обязан возместить фактору недостающие денежные средства[2].

Факторинг без регресса(англ. non recourse factoring) — вид факторинга, при котором фактор приобретаету клиента право на все суммы, причитающиеся от должника. При невозможностивзыскания с должника сумм в полном объёме факторинговая компания потерпитубытки (правда, в рамках выплаченного финансирования клиенту)[2].

Факторинг бывает открытым(с уведомлением дебитора об уступке) и закрытым (без уведомления). Также онбывает реальным (денежное требование существует на момент подписания договора)и консесуальным (денежное требование возникнет в будущем).[3]

При участии одногоФактора в сделке факторинг называется прямым, при наличии двух Факторов —взаимным.[3]

При классификации видовфакторинга стоит обратить внимание на инвойс-дискаунтинг, хотя он и имеет рядсущественных отличий, несмотря на то, что в нем присутствуют черты регрессногозакрытого факторинга.

**22.Управлениеденежными активами организации**

Управление денежнымиактивами или остатком денежных средств, постоянно находящимся в распоряжениипредприятия, составляет неотъемлемую часть функций общего управления оборотнымиактивами. Размер остатка денежных активов, которым оперирует предприятие впроцессе хозяйственной деятельности, определяет уровень его абсолютнойплатежеспособности (готовность предприятия немедленно рассчитаться по всемсвоим неотложным финансовым обязательствам), влияет на продолжительностьоперационного цикла (а следовательно и на размер финансовых средств,инвестируемых в-обо-ротные активы), а также характеризует в определенной мереего инвестиционные возможности (инвестиционный потенциал осуществленияпредприятием краткосрочных финансовых вложений).

Формирование предприятиемденежных авуаров вызывается рядом причин, которые положены в основусоответствующей классификации остатков его денежных средств.

Операционный (илитрансакционный) остаток денежных активов формируется с целью обеспечениятекущих платежей, связанных с производственно-коммерческой (операционной)деятельностью предприятия: по закупке сырья, материалов и полуфабрикатов;оплате труда; уплате налогов; оплате услуг сторонних организаций и т.п. Этотвид остатка денежных средств является основным в составе совокупных денежныхактивов предприятия.

Страховой (или резервный)остаток денежных активов формируется для страхования риска несвоевременногопоступления денежных средств от операционной деятельности в связи с ухудшениемконъюнктуры на рынке готовой продукции, замедлением платежного оборота и подругим причинам. Необходимость формирования этого вида остатка обусловленатребованиями поддержания постоянной платежеспособности предприятия понеотложным финансовым обязательствам. На размер этого вида остатка денежныхактивов в значительной мере влияет доступность получения предприятиемкраткосрочных финансовых кредитов.

Инвестиционный (илиспекулятивный) остаток денежных активов формируется с целью осуществленияэффективных краткосрочных финансовых вложений при благоприятной конъюнктуре вотдельных сегментах рынка денег. Этот вид остатка может целенаправленноформироваться только в том случае, если полностью удовлетворена потребность вформировании денежных авуаров других видов. На современном этапе экономическогоразвития страны подавляющее число предприятий не имеет возможности формироватьэтот вид денежных активов.

Компенсационный остатокденежных активов формируется в основном по требованию банка, осуществляющегорасчетное обслуживание предприятия и оказывающего ему другие виды финансовыхуслуг. Он представляет собой неснижаемую сумму денежных активов, которуюпредприятие в соответствии с условиями соглашения о банковском обслуживаниидолжно постоянно хранить на своем расчетном счете. Формирование такого остаткаденежных активов является одним из условий выдачи предприятию бланкового(необеспеченного) кредита и предоставления ему широкого спектра банковскихуслуг.

Рассмотренные видыостатков денежных активов характеризуют лишь экономические мотивы формированияпредприятием своих денежных авуаров, однако четкое их разграничение в практическихусловиях является довольно проблематичным. Так, страховой остаток денежныхактивов в период его невостребованности может использоваться в инвестиционныхцелях или рассматриваться параллельно как компенсационный остаток предприятия.Аналогичным образом инвестиционный остаток денежных активов в период егоневостребованности представляет собой страховой или компенсационный остатокэтих активов. Однако при формировании размера совокупного остатка денежныхактивов должен быть учтен каждый из перечисленных мотивов.

Основной цельюфинансового менеджмента в процессе управления денежными активами являетсяобеспечение постоянной платежеспособности предприятия. В этом получает своюреализацию функция денежных активов как средства платежа, обеспечивающая реализациюцелей формирования их операционного, страхового и компенсационного остатков.Приоритетность этой цели определяется тем, что ни большой размер оборотныхактивов и собственного капитала, ни высокий уровень рентабельностихозяйственной деятельности не могут застраховать предприятие от возбужденияпротив него иска о банкротстве, если в предусмотренные сроки из-за нехваткиденежных активов оно не может рассчитаться по своим неотложным финансовымобязательствам. Поэтому в практике финансового менеджмента управление денежнымиактивами часто отождествляется с управлением платежеспособностью (илиуправлением ликвидностью).

Наряду с этой основнойцелью важной задачей финансового менеджмента в процессе управления денежнымиактивами является обеспечение эффективного использования временно свободныхденежных средств, а также сформированного инвестиционного их остатка.

С позиций форм накопленияденежных авуаров и управления платежеспособностью предприятия его денежныеактивы подразделяются на следующие элементы:

• денежные активы внациональной валюте;

• денежные активы виностранной валюте;

• резервные (с позицииобеспечения платежеспособности) денежные активы в форме высоколиквидныхкраткосрочных финансовых вложений.

• резервные (с позицииобеспечения платежеспособности) денежные активы в форме высоколиквидныхкраткосрочных финансовых вложений.

Характеризуя составденежных активов предприятия с позиций финансового менеджмента, следуетотметить, что здесь их трактовка шире, чем в бухгалтерском учете, гдекраткосрочные финансовые вложения рассматриваются как самостоятельный объектучета и отчетности в составе оборотных активов. Финансовый менеджментрассматривает краткосрочные финансовые вложения как форму резервного размещениясвободного остатка денежных активов, которые в любой момент могут бытьвостребованы для обеспечения неотложных финансовых обязательств предприятия.

С учетом основной целифинансового менеджмента в процессе осуществления управления денежными активамиформируется соответствующая политика этого управления. В процессе формированияэтой политики следует учесть, что требования обеспечения постояннойплатежеспособности предприятия определяют необходимость создания высокогоразмера денежных активов, т.е. преследуют цели максимизации их среднего остаткав рамках финансовых возможностей предприятия. С другой стороны, следует учесть,что денежные активы предприятия в национальной валюте при их хранении взначительной степени подвержены потере реальной стоимости от инфляции; крометого, денежные активы в национальной и иностранной валюте при хранении теряютсвою стоимость во времени, что определяет необходимость минимизации их среднегоостатка. Эти противоречивые требования должны быть учтены при разработкеполитики управления денежными активами, которая в связи с этим приобретаетоптимизационный характер.

Политика управленияденежными активами представляет собой часть общей политики управленияоборотными активами предприятия, заключающуюся в оптимизации совокупногоразмера их остатка с целью обеспечения постоянной платежеспособности иэффективного использования в процессе хранения.

Потребность вкомпенсационном остатке денежных активов планируется в размере, определенномсоглашением о банковском обслуживании. Если соглашение с банком, осуществляющимрасчетное обслуживание предприятия, такое требование не содержит, этот видостатка денежных активов на предприятии не планируется. Потребность винвестиционном (спекулятивном) остатке денежных активов планируется исходя изфинансовых возможностей предприятия только после того, как полностью обеспеченапотребность в других видах остатков денежных активов. Так как эта частьденежных активов не теряет своей стоимости в процессе хранения (приформировании эффективного портфеля краткосрочных финансовых инвестиций), их суммаверхним пределом не ограничивается. Критерием формирования этой части денежныхактивов выступает необходимость обеспечения более высокого коэффициентарентабельности краткосрочных инвестиций в сравнении с коэффициентомрентабельности операционных активов.

Учитывая, что остаткиденежных активов трех последних видов являются в определенной степенивзаимозаменяемыми, общая потребность в них при ограниченных финансовыхвозможностях предприятия может быть соответственно сокращена.

В практике зарубежногофинансового менеджмента применяются и более сложные модели определения среднегоостатка денежных активов.

Наиболее широкоиспользуемой в этих целях является Модель Баумоля, который первыйтрансформировал для планирования остатка денежных средств ранее рассмотреннуюМодель EOQ. Исходными положениями Модели Баумоля является постоянство потокарасходования денежных средств, хранение всех резервов денежных активов в формекраткосрочных финансовых вложений и изменение остатка денежных активов от ихмаксимума до минимума, равного нулю.

Исходя из представленногографика, можно увидеть, что если бы пополнение остатков денежных средств засчет продажи части краткосрочных финансовых вложений или краткосрочных кредитовбанка осуществлялось в два раза чаще, то размер максимального и среднегоостатков денежных средств на предприятии был бы в два раза меньше. Однакокаждая операция по продаже краткосрочных активов или получению кредита связанадля предприятия с определенными расходами, размер которых возрастает сувеличением частоты (или сокращением периода) пополнения денежных средств.Обозначим этот вид расходов индексом «Ро» (расходы по обслуживаниюодной операции пополнения денежных расходов).

Модель Миллера—Оррапредставляет собой еще более сложный алгоритм определения оптимального размераостатков денежных активов. Исходные положения этой модели предусматриваютналичие определенного размера страхового запаса и определенную неравномерностьв поступлении и расходовании денежных средств, а соответственно и остаткаденежных активов. Минимальный предел формирования остатка денежных активовпринимается на уровне страхового остатка, а максимальный — на уровнетрехкратного размера страхового остатка.

Несмотря на четкийматематический аппарат расчетов оптимальных сумм остатков денежных активов обеприведенные модели (Модель Баумоля и Модель Миллера—Орра) пока еще сложноиспользовать в отечественной практике финансового менеджмента по следующимпричинам:

• хроническая нехваткаоборотных активов не позволяет предприятиям формировать остаток денежныхсредств в необходимых размерах с учетом их резерва;

• замедление платежногооборота вызывает значительные (иногда непредсказуемые) колебания в размерахденежных поступлений, что соответственно отражается и на сумме остатка денежныхактивов;

• ограниченный переченьобращающихся краткосрочных фондовых инструментов и низкая их ликвидностьзатрудняют использование в расчетах показателей, связанных с краткосрочнымифинансовыми вложениями.

3. Дифференциациясреднего остатка денежных активов в разрезе национальной и иностранной валюты.Такая дифференциация осуществляется только на тех предприятиях, которые ведутвнешнеэкономическую деятельность. Цель такой дифференциации заключается в том,чтобы из общей оптимизированной потребности в денежных активах выделитьвалютную их часть с тем, чтобы обеспечить формирование необходимых предприятиювалютных фондов. Основой осуществления такой дифференциации являетсяпланируемый объем расходования денежных средств в разрезе внутренних ивнешнеэкономических операций в процессе осуществления операционнойдеятельности. При расчетах используются формулы определения потребности воперационном и страховом остатках денежных активов с их дифференциацией повидам валют.

4. Выбор эффективных формрегулирования среднего остатка денежных активов. Такое регулирование проводитсяс целью обеспечения постоянной платежеспособности предприятия, а также с цельюуменьшения расчетной максимальной и средней потребности в остатках денежныхактивов.

В зарубежной практикефинансового менеджмента флоут является одним из эффективных инструментовуправления остатком денежных активов компаний и фирм;

• сокращение расчетовналичными деньгами. Наличные денежные расчеты увеличивают остаток денежныхактивов предприятия и сокращают период использования собственных денежныхактивов на срок прохождения платежных документов поставщиков;

• ускорение инкассациидебиторской задолженности, в первую очередь, за счет использования современныхформ ее рефинансирования (учета векселей, факторинга, форфейтинга и других);

• открытие«кредитной линии » в банке, обеспечивающее оперативное поступлениесредств краткосрочного кредита при необходимости срочного пополнения остаткаденежных активов;

• ускорение инкассацииденежных средств с целью их пополнения на расчетном счете для обеспечениясвоевременных расчетов предприятия в безналичной форме;

• использование вотдельные периоды практики частичной предоплаты поставляемой продукции, еслиэто не приводит к снижению объема ее реализации. Такая практика используетсяобычно при реалиизации продукции, имеющей высокий спрос на рынке.

5. Обеспечениерентабельного использования временно свободного остатка денежных активов. Наэтом этапе формирования политики управления денежных активов разрабатываетсясистема мероприятий по минимизации уровня потерь альтернативного дохода впроцессе их хранения и противоинфляционной защиты. К числу основных из такихмероприятий относятся:

• согласование с банком,осуществляющим расчетное обслуживание предприятия, условий текущего храненияостатка денежных активов с выплатой депозитного процента по средней сумме этогоостатка (например, путем открытия контокоррентного счета в банке);

• использованиекраткосрочных денежных инструментов инвестирования (в первую очередь,депозитных вкладов в банках) для временного хранения страхового иинвестиционного остатков денежных активов;

• использованиевысокодоходных фондовых инструментов для инвестирования резерва и свободногоостатка денежных активов (государственных краткосрочных облигаций;краткосрочных депозитных сертификатов банков и т. п.), но при условиидостаточной ликвидности этих инструментов на финансовом рынке.

6. Построение эффективныхсистем контроля за денежными активами предприятия. Объектом такого контроляявляются совокупный уровень остатка денежных активов, обеспечивающих текущуюплатежеспособность предприятия, а также уровень эффективности сформированногопортфеля краткосрочных финансовых вложений предприятия

Денежные активы играютактивную роль в процессе обеспечения платежеспособности по двум видам\*финансовых обязательств предприятия — неотложным (со сроком исполнения доодного месяца) и краткосрочным (со сроком исполнения до трех месяцев); текущиеобязательства со сроком исполнения до одного года обеспечиваютсяпреимущественно другими видами оборотных активов. Контроль за совокупнымуровнем остатка денежных активов при обеспечении платежеспособности предприятиядолжен исходить из следующих критериев:

Система контроля заденежными активами должна быть интегрирована в общую систему финансовогоконтроллинга предприятия.

**23. Финансоваястратегия и тактика, цели и основные направления**

Финансовая политика взависимости от продолжительности периода, на который она рассчитана, ихарактера задач, которые решаются, включает финансовую стратегию и финансовуютактику. Причем они тесно взаимосвязаны. Стратегия определяет сущность инаправления тактики. В свою очередь, тактические возможности ограничивают выборстратегии, ведь без толку определять стратегические цели и задачи, для решениякоторых недостаточно надлежащих тактических средств. Вместе с тем следуетподчеркнуть то, что финансовая политика, которая базируется на объединении ивзаимоувязке стратегии и тактики, их единстве и подчиненности, может бытьуспешной. Финансовая политика, не имеющая стратегических ориентиров, состоитлишь в решении тактических задач, имеет ограниченный характер и, как правило,малоэффективна.

Финансовая стратегия — это политика, рассчитанная на долгосрочную перспективу и решение глобальныхзадач социально-экономического развития. Направленность финансовой стратегииопределяется конкретными задачами развития общества на определенномисторическом этапе развития. В условиях экономического кризиса главной задачейявляется финансовое обеспечение макроэкономической стабилизации, в условияхэкономического развития — достижение оптимальных темпов роста ВВП. Вместе с темпри любых условиях основой финансовой стратегии является надежное обеспечениепотребностей экономики финансовыми ресурсами и создание достаточных стимуловдля эффективной деятельности субъектов хозяйствования. Финансовая стратегиясориентирована на определенную модель финансовых отношений в обществе.

Финансовая тактикапредставляет собой текущую политику, направленную на решение конкретных задачсоответствующего периода, вытекающих из разработанной финансовой стратегии. Онаосуществляется через переориентацию финансовых ресурсов и изменения ворганизации финансовой деятельности. Финансовая тактика более мобильна,поскольку состоит в своевременном реагировании на экономические проблемы идиспропорции, ее главная задача — достижение стратегических целей развития.

Финансовая политикареализуется по двум направлениям: регламентирование финансовых отношений вобществе и осуществление текущей финансовой деятельности. Регламентированиефинансовых отношений характеризует стратегию финансовой политики, а текущаяфинансовая деятельность — ее тактику. Базовым элементом являетсярегламентирование финансовых отношений, которое может осуществлятьсягосударством в законодательной и административной формах.

Законодательноерегламентирование состоит в принятии соответствующих законодательных актов,которые устанавливают субъектов финансовых отношений, их права и обязанности,порядок и методы осуществления финансовой деятельности и т.п. Административноерегламентирование предусматривает предоставление прав регулирования финансовыхотношений органам государственного управления. Главной формой разработкифинансовой политики является законодательное регламентирование финансовыхотношений, поскольку оно ставит финансовую деятельность на стабильную правовуюоснову, которая делает устойчивой и финансовую политику.

**24. финансовоепланирование на предприятии, принципы, содержание и задачи**

Управлять – значитпредвидеть, т.е. прогнозировать, планировать. Поэтому важнейшим элементомпредпринимательской хозяйственной деятельности и управления предприятиемявляется планирование, в том числе и финансовое.

Финансовое планирование — это планирование всех доходов и направлений расходования денежных средствпредприятия для обеспечения его развития. Финансовое планированиеосуществляется посредством составления финансовых планов разного содержания иназначения в зависимости от задач и объектов планирования. [27, с. 264]

Финансовое планированиеявляется важным элементом корпоративного планового процесса. Каждый менеджер,независимо от своих функциональных интересов, должен быть знаком с механикой исмыслом выполнения и контроля финансовых планов, по крайней мере настолько,насколько это касается его деятельности [10, с. 69].

Основные задачифинансового планирования:

обеспечение нормальноговоспроизводственного процесса необходимыми источниками финансирования. При этомогромное значение имеют целевые источники финансирования, их формирование ииспользование;

соблюдение интересовакционеров и других инвесторов. Бизнес-план, содержащий подобное обоснованиеинвестиционного проекта, является для инвесторов основным документом,стимулирующим вложение капитала;

гарантия выполненияобязательств предприятия перед бюджетом и внебюджетными фондами, банками идругими кредиторами. Оптимальная для данного предприятия структура капиталаприносит максимальную прибыль и максимизирует при заданных параметрах платежи вбюджет [21, с. 461];

выявление резервов имобилизация ресурсов в целях эффективного использования прибыли и другихдоходов, включая и внереализационные;

контроль рублём зафинансовым состоянием, платёжеспособностью и кредитоспособностью предприятия.[17, с. 234]

Цель финансовогопланирования состоит в увязке доходов с необходимыми расходами. При превышениидоходов над расходами сумма превышения направляется в резервный фонд. Припревышении расходов над доходами сумма недостатка финансовых средстввосполняется за счёт выпуска ценных бумаг, получения кредитов, полученияблаготворительных взносов и т.д. [13, с. 201]

Руководство любогопредприятия независимо от его вида и величины обязано знать, какие задания вобласти экономической деятельности оно может запланировать на следующий период.Группы заинтересованных в деятельности предприятия лиц предъявляют определенныеминимальные требования к результатам его работы. К тому же при планированиинекоторых видов деятельности необходимо знать, какие экономические ресурсытребуются для выполнения поставленных задач. Это относится, например, кпланированию в области привлечения капитала (приобретения кредитов, увеличениеакционерного капитала и т.п.) и определения объема инвестиций. [4, с. 59]

По мере реализациизаложенных в бюджете планов необходимо регистрировать фактические результатыдеятельности предприятия. Сравнивая фактические показатели с запланированными,можно осуществлять так называемый бюджетный контроль. В этом смысле основноевнимание уделяется показателям, которые отклоняются от плановых, ианализируются причины этих отклонений. Таким образом, пополняется информацияобо всех сторонах деятельности предприятия. Бюджетный контроль позволяет,например, выяснить, что в каких-либо областях деятельности предприятиянамеченные планы выполняются неудовлетворительно. Но можно, разумеется,предположить и такую ситуацию, когда окажется, что сам бюджет был составлен наоснове нереалистичных исходных положений. В обоих случаях руководствозаинтересовано в получении информации об этом, с тем чтобы предпринятьнеобходимые действия, т.е. изменить способ выполнения планов или ревизоватьположения, на которых основывается бюджет. Разрабатывая финансовый план наследующий период, необходимо принимать решения заблаговременно, до началадеятельности в этот период. В таком случае существует большая вероятность того,что разработчикам плана хватит времени для выдвижения и анализа альтернативныхпредложений, чем в той ситуации, когда решение принимается в самый последниймомент. [25, с. 27]

**25. Особенностиценовой политики предприятия**

Ценовая политика – общиепринципы, которых придерживается компания в сфере установления цен на своитовары или услуги. Это один из наиболее важных и гибких инструментовмаркетинга, определяющий объем продаж конкретного товара и формирующийпредставление о нем в глазах потребителей.

Основная задача ценовойполитики предприятия на выбранном рынке – обеспечение устойчивойзапланированной прибыли и устойчивой конкурентоспособности продукции. Однакоэта задача может варьироваться в зависимости от тех целей, которые стоят передпредприятием в конкретный момент времени и на конкретном рынке.

При разработке ценовойполитики на предприятии принимают во внимание следующие моменты:

какое место занимает ценасреди средств конкурентной борьбы на каждом рынке, где действует предприятие;

какой метод расчета ценыдолжен быть выбран; может ли выдержать предприятие роль «ценового лидера», т.е. выдержит ли оно «ценовую войну»;

какой должна быть ценоваяполитика в отношении новых товаров;

как должна изменитьсяцена в зависимости от жизненного цикла товара;

должна ли быть единаябазисная цена для всех сегментов, на которых ведется торговля, или возможныразные базисные цены;

существуют ли какие-либоорганизации, которые могут подвергнуть анализу соотношение «издержки – прибыль»вашего предприятия и сравнить результат с тем же показателем конкурентов.

Ценовая политика продавцазависит от типа рынка, на котором осуществляет свою деятельность предприятие.

Главным критериемклассификации типов рынков является характер и степень свободы конкуренции иценообразования. В зависимости от степени свободы конкуренции и образования ценразличают четыре основных типа рынков (таблица).

Разработка ценовойполитики включает следующие этапы:

1) выработка целейценообразования;

2) анализ ценообразующихфакторов;

3) выбор методаценообразования;

4) принятие решения обуровне цены.

**26.Финансовые ресурсы**

Финансовыми ресурсаминазывают денежные средства, предназначенные для финансирования развитияпредприятия в предстоящем периоде.

Источниками финансовых ресурсовявляются все денежные доходы и поступления, которыми располагает предприятие.Они направляются на осуществление расходов и отчислений, необходимых дляпроизводственного и социального развития:

инвестиции,

авансирование в текущиезатраты (себестоимость),

расходы и отчисления вспециальные фонды и бюджеты.

Это основные направления использования финансовых ресурсов.