**Базовые (общепрофессиональные) дисциплины**

**«Микроэкономика»**

***Рыночная система и рыночный механизм****.* **Рыночная система** – общественная форма организации экономики, основанная на товарном производстве и обеспечивающая взаимодействие между производством и потреблением через куплю-продажу.

**Рынок** – это система экономических отношений по поводу купли-продажи товаров и услуг между отдельными самостоятельными хозяйственными субъектами.

Основными элементами рыночного механизма являются спрос, предложение, цена и конкуренция.

**Условия возникновения рыночной системы:**

- общественное разделение труда и специализация как следствие ограниченности ресурсов и производственных возможностей че­ловека.

Четыре разделения труда:

1. Отделение земледелия от скотоводства;

2. Отделение ремесле от земледелия;

3. Обособление торговли;

4. Обособление науки.

Механизм формирования рынка — это процесс взаимодействия субъектов рынка по поводу формирования цен, распределения ресурсов, установления объема и структуры производства.

Основными элементами рыночного механизма являются цены, спрос и предложение, конкуренция. ***Основные законы развития***:

1. закон предложения – при прочих равных условиях предложение изменяется в прямой зависимости от цены.

2. Закон спроса – при прочих равных условиях спрос на товары в количественном выражении изменяется в обратной зависимости от цены.

3. Закон спроса и предложения – приспособление производства и предложения по объему и структуре к совокупному спросу в результате взаимодействия предложения и спроса с ценами.

4. Закон обмена эквивалентами

5. Закон конкуренции – конкуренция как обязательная форма взаимодействия.

Взаимодействие спроса и предложения, их координация осуществляется на основе ценового механизма и конкуренции. Это приводит к образованию рыночного равновесия и равновесной цены.

Рыночное равновесие – это положение на рынке, при котором спрос на товар равен его предложению. Только при рыночном равновесии продавцы и покупатели готовы продавать и покупать одинаковое количество товара по одной и той же цене.

Равновесная цена (Рe) – цена, уравновешивающая спрос и предложение в результате действия конкурентных сил.

Предполагается, что рыночное равновесие максимизирует общественное богатство. При равновесной цене продается максимальное количество товара. Однако рынок не всегда работает, оптимально распределяя ресурсы.

Рыночное равновесие изображается с помощью кривых спроса и предложения.

Pe = PD = PS – равновесная цена;

Qe = QD = QS - равновесный объем производства.

Предполагается, что рынок сам по себе стремится к равновесию и что рыночное равновесие устойчиво. При любом отклонении рынок стремится вернуться в состояние равновесия. Ив ситуации неудовлетворенного спроса (дефицита) и ситуации избыточного предложения спрос и предложение, взаимодействуя друг с другом, приводят рынок к равновесию.

Если на рынке избыток предложения (при цене Р1), то в результате конкуренции продавцов происходит понижение цены до Рe и избыток исчезает.

Существует два подхода к анализу установления равновесной цены: Леона Вальраса и Альфреда Маршалла.

Главным в подходе Л. Вальраса является разница в объемах спроса и предложения.

Если же существует избыток спроса или дефицит (при цене Р2), конкуренция покупателей повышает цены и приводит к исчезновению избытка.

Главным в подходе А.Маршалла является разность цен Р1 и Р2.

Маршалл исходит из того, что продавцы прежде всего реагируют на разность цены спроса и цены предложения. Чем больше этот разрыв, тем больше стимулов для роста (или сокращения) предложения. Увеличение (или сокращение) объема предложения уменьшает эту разницу и тем самым способствует достижению равновесной цены.

***Эластичность спроса и предложения.*** Спрос и предложение зависят от многих факторов. Их изменение влечет соответствующее изменение спроса и предложения. С этим и связано понятие эластичности.

Эластичность - мера реакции одной экономической переменной на изменение другой.

Эластичность – это степень чувствительности спроса и предложения к различным факторам.

Эластичность спроса на товар- это процентное соотношение между изменением в цене или доходе и изменением спроса.

1. Эластичность спроса по цене показывает, в какой мере потребитель реагирует на изменение цен.

где Ed – эластичность спроса по цене; Q/Q – относительное изменение спроса; P/P – относительное изменение цены.



Рис. 5. Графики спроса с различной эластичностью по цене

E > 1 - эластичный спрос (на товары роскоши);

E < 1 - неэластичный спрос (на предметы первой необходимости);

E = 1- спрос с единичной эластичностью (зависит от индивидуального выбора);

E = 0 - совершенно неэластичный спрос (соль, медикаменты);

E - совершенно эластичный спрос (в условиях совершенного рынка).

Факторы ценовой эластичности спроса:

1. Заменяемость. Чем больше хороших заменителей данного продукта предлагается потребителю, тем эластичнее бывает спрос на него.

2. Удельный вес в доходе потребителя. Чем большее место занимает продукт в бюджете потребителя, при прочих равных условиях, тем выше будет эластичность спроса на него.

3. Предметы роскоши и предметы необходимости. Спрос на предметы первой необходимости обычно является неэластичным; спрос на предметы роскоши обычно эластичен.

4. Фактор времени. Спрос на продукт обычно тем эластичнее, чем длиннее период времени для принятия решений.

2. Эластичность спроса по доходу показывает, какова реакция потребителя на изменения в его доходах  при неизменности цен.

Для нормальных товаров повышение дохода вызывает повышение спроса. Для товаров низшего качества увеличение дохода вызывает уменьшение спроса. На отдельные группы товаров (соль, спички) спрос не увеличивается при увеличении дохода, эластичность является нулевой.

3. Перекрестная эластичность.

Она характеризует чувствительность спроса на один товар при изменении цен на другой.

Эластичность предложения товара (по цене) - это процентное соотношение между изменением в цене и изменением предложения.

Факторы ценовой эластичности предложения:

1. Мобильность производственных систем, в т.ч. факторов производства, т.е. легкость с которой необходимые факторы производства могут быть привлечены из других отраслей.

2. Стоимость и доступность ресурсов.

3. Время.

***Поведение потребителя в рыночной экономике.*** Поведение потребителя (покупателя) в рыночной экономике базируется на теории спроса (теории поведения потребителей), которая основана на том, как и каким образом наши потребности превращаются в определенную величину спроса; как из множества благ мы выбираем то, что нас удовлетворяет.

Поведение потребителя – это процесс формирования рыночного спроса покупателей, осуществляющих выбор благ с учетом существующих цен.

Выбор потребителя зависит прежде всего от его потребностей и вкусов, привычек, традиций, т. е. от предпочтений потребителя, которые основаны на признании преимуществ одних благ перед другими. Выбор потребителя определяется не только его предпочтениями, но и ценой выбираемых продуктов, а также его ограниченными доходами и возможностями. Практическая неограниченность потребностей потребителя и ограниченность его ресурсов приводят к необходимости выбора определенных видов благ.

 В основе потребительского выбора (поведения потребителя на рынке) лежит функция полезности. Функция полезности объясняет, каким образом потребителям следует распределять свой ограниченный денежный доход между различными товарами и услугами, которые они могут купить. Функция полезности — функция, показывающая убывание предельной полезности блага с ростом его количества.

Основные факторы потребительского выбора.

1. Разумность поведения среднего потребителя, который стремится так распределить свой денежный доход, чтобы извлечь из него максимум полезности (удовлетворения). 2. Потребитель располагает свои потребности в соответствии с собственными предпочтениями и вкусами. 3. Ограниченность дохода потребителя (бюджетное сдерживание).4. Господствующие на рынке цены товаров ограничивают доступное для потребителя пространство выбора.

Потребитель должен выбирать между альтернативными продуктами, чтобы при ограниченности денежных ресурсов получить в свое распоряжение наиболее удовлетворительный, с его точки зрения, набор товаров и услуг. Совершая покупку одного товара, он сравнивает данный вариант расходования своих ограниченных средств с альтернативными вариантами, пока не убедится, что он принесет ему не меньше полезности, чем другие. Если бы потребитель использовал только два блага: Х и Y, то предельную полезность единицы благаХ надо было бы оценивать количество мединиц блага Y, от которых он готово отказаться ради приобретения единицы блага Х.

Но так как рынок предполагает многообразие товаров, то необходимо определить, от скольких единиц других благ (Y, Z, …, N) покупатель готов отказаться ради приобретения одной единицы блага Х. Это условие называется правилом максимизации полезности: потребитель будет предъявлять спрос на товар до тех пор, пока предельная полезность в расчете на одну денежную единицу, потраченную на данный товар, станет равна предельной полезности на денежную единицу, израсходованную на другой товар.

Таким образом, потребитель старается так распределить свой бюджет, чтобы уравнять средневзвешенные предельные полезности приобретаемых товаров. При этом он достигает максимума благосостояния (или равновесия).

***Издержки и прибыль фирмы.*** Экономический интерес фирмы, как элемента экономической системы, состоит в долгосрочной максимизации прибыли. Прибыль *(profit, π)* - это превышение доходов, полученных от реализации товаров и услуг над затратами на производство и продажу этих товаров и услуг. В самом общем виде прибыль определяется как разность между совокупными доходами (совокупной выручкой) (*total revenue*) и совокупными издержками (*total cost*): π*= TR-TC.*

Совокупный доход *(total revenue, TR) -* это сумма дохода, получаемого фирмой от продажи определенного количества блага по определенным ценам: *TR = Р · Q*. Средний доход *(average revenue, AR) –* это сумма дохода, приходящаяся на единицу проданного блага: . В условиях совершенной конкуренции средний доход равен рыночной цене. Предельный доход *(marginal revenue, MR) –* это приращение совокупного дохода, вызванное реализацией одной дополнительной единицы продукции:

или *MR = TR'(Q)*

В условиях совершенной конкуренции каждая дополнительная единица продукции продается по сложившейся равновесной рыночной цене, поэтому предельный доход производителя также равен рыночной цене.

Издержки *(cost)* – это затраты ресурсов для достижения поставленной цели. Ценность использованных в производстве ресурсов может быть выражена ценой, по которой фирма приобрела их на рынке. Такой способ оценки издержек называется бухгалтерским. Бухгалтерские (явные, внешние) издержки – это денежные выплаты поставщикам факторов производства.

Сталкиваясь с ограниченностью ресурсов при принятии экономических решений, хозяйствующий субъект должен сделать выбор между альтернативными способами их использования. Следовательно, он жертвует ценностью альтернативных возможностей. Альтернативные (неявные, внутренние) издержки– это стоимость других благ, которые можно было бы получить при наиболее выгодном из всех доступных альтернативных способов использования данного ресурса.

В процессе принятия экономических решений предприниматель учитывает и бухгалтерские, и альтернативные издержки, оперируя категорией экономических издержек. Экономические издержки – это сумма бухгалтерских и альтернативных издержек.

Различия в концепциях затрат обусловливают и различия в концепциях прибыли.Бухгалтерская прибыльизмеряется разницей между совокуп­ными доходами фирмы и ее фактическими бухгалтерскими затратами. Экономическая прибыльизмеряется разницей между совокупными доходами фирмы и ее экономическими издержками. Составной частью экономических издержек является нор­мальная прибыль-доход от использования предпринимательского таланта. Эта прибыль появляется в том случае, когда совокупный доход фирмы равен совокупным экономическим из­держкам. В указанных условиях экономическая прибыль фирмы равна нулю. Нормальная прибыль необходима для того, чтобы удержать предпринимателя в данной сфере деятельности. Таким образом, экономическая прибыль– это вся прибыль, полученная сверх нормального уровня. Наличие в отрасли положительной эко­номической прибыли стимулирует приток в отрасль новых фирм и повышение уровня конкуренции. Отрицательная эко­номическая прибыль стимулирует отток фирм в другие сферы дея­тельности.

Таким образом, прибыль как финансовый результат деятельности фирм за определенный период, определяет конкурентную среду и рыночную динамику, способствует функционированию механизма рыночного саморегулирования.

***Поведение фирмы в условиях совершенной конкуренции.*** Конкуренция – элемент рыночного механизма, обеспечивающий взаимодействие рыночных субъектов хозяйствования в процессе производства и сбыта продукции, а также в сфере приложения капитала.

Рыночная структура, организованная на основах чистой конкуренции, имеет ряд неоспоримых преимуществ по сравнению с другими моделями рынка. Это позволяет экономистам рассматривать совершенную рыночную конкуренцию как наиболее эффективную систему распределения и использования ограниченных ресурсов.

К числу преимуществ совершенной конкуренции относят способность к саморегулированию, в силу чего не требуется государственное вмешательство в хозяйственную жизнь, экономятся общественные издержки управления. Рынок совершенной конкуренции является достаточно гибким, обладает высокой адаптивной способностью, развивает в обществе инициативу, ответственность, предпринимательскую активность.

Для рынка совершенной конкуренции характерно:

* на совершенном рынке продукцию предлагают множество производителей;
* все производители предлагают одинаковый товар;
* доступ на рынок абсолютно свободен.

Рынок является совершенно конкурентным, если выполняются следующие основные условия:

1. каждый участник мал относительно размеров рынка; никто не может оказать влияние на рыночную цену своими индивидуальными действиями;
2. продаваемые каждым производителем продукты однородны;
3. покупатели хорошо информированы о ценах. Соблюдение 2-го и 3-го условий означает, что покупателям безразлично, у какого производителя покупать товар. И если последний поднимет цену, то потеряет своих покупателей;
4. продавцы действуют независимо друг от друга. Они не вступают в сговор между собой по поводу цен. Каждый производитель выбирает лучший для себя объём производства;
5. фирмы-производители могут свободно покидать отрасль или входить в неё, что позволяет фирме выбрать наиболее эффективный вид деятельности, поддерживает «конкурентное давление в отрасли».

В условиях совершенной конкуренции спрос на продукцию одной фирмы будет эластичен, т.к. доля каждой фирмы на рынке незначительна, что она не может повлиять ни на рыночную цену, ни на рыночный объем производства, следовательно, кривая спроса на продукцию фирмы будет горизонтален.

Предложение фирмы будет представлено кривой предельных издержек, а т.к. в условиях совершенной конкуренции цена, средний и предельный доход равны, то можно вывести условия, на которые ориентируются фирма при выборе объема производства. В условиях краткосрочного равновесия конкурентная фирма может иметь прибыль или убытки.

Рынок не всегда поощряет технические и технологические новшества. Т.к. достигаемый в результате нововведений экономический и конкурентный выигрыш является временным, появляется стремление «заморозить» нововведение, не дать ему распространиться среди конкурентов, монополизировать его использование.

Модель совершенной конкуренции предполагает стандартизированную продукцию. Тем самым снижаются возможности дифференциации продукта (услуги), ограничиваются возможности удовлетворения самых широких и разнообразных потребностей общества.

***Поведение фирмы в условиях несовершенной конкуренции.*** Несовершенная конкуренция – конкуренция в условиях, когда отдельные производители имеют возможность контролировать цены на продукцию, которую они производят.

Ограниченность совершенной конкуренции приводит к тому, что большинство реальных рынков – это рынки несовершенной конкуренции. Свое название они получили потому, что конкуренция, а, следовательно, и механизм рыночного саморегулирования, действуют на них несовершенно.

Самым общим показателем существования на рынке несовершенной конкуренции является несоблюдение хотя бы одного из признаков совершенной конкуренции. Исходя из этого, предпосылками несовершенной конкуренции являются:

* значительная доля продаж на рынке у отдельных производителей;
* неоднородность продукта;
* наличие барьеров для входа в отрасль;
* несовершенство информации;
* участник конкуренции в состоянии оказать непосредственное влияние на решение другого неэкономическими методами;
* производители имеют возможность контролировать цены на продукцию, которую они производят;
* присутствие монополии (наличие одного производителя) или монопсонии (наличие одного покупателя); вмешательство государства в функционирование рынка.

Каждый из этих факторов в отдельности, или все они вместе, способствуют нарушению рыночного саморегулирования. Отдельные фирмы приобретают рыночную власть – могут влиять на уровень цен и объем предложения на рынке. Если на рынке совершенной конкуренции объем выпуска продукции фирмы не влияет на уровень рыночных цен, то на рынке несовершенной конкуренции такое влияние существует – поведение фирмы становится значимым в масштабах отрасли.

***Рынки факторов производства и формирование факторных доходов.* Рынки факторов производства** — это рынки труда, капитала, земли, полезных ископаемых, информации, знаний, интеллектуальных способностей, предпринимательского таланта. Важную роль играет использование первичных ресурсов — труда, капитала и земли. Рынки факторов производства имеют свои особенности, которые необходимо учитывать. Все факторы производства, используемые в хозяйственной деятельности, можно разделить на две группы:

1) материальные, к которым относятся капитал и земля;

2) социальные, в составе которых выделяют труд и предпринимательский талант.

Владельцы ресурсов получают соответствующие доходы: за труд- зарплату, за деньги – процент, за землю и природные ресурсы - ренту, за предпринимательский талант- прибыль.

а) *Заработная плата - плата за труд*. Заработная плата бывает номинальная (w), которая показывает количество денег, полученное за труд и реальная (w/p) - показывает количество товаров и услуг, которые можно приобрести за номинальную зарплату (зависит от уровня цен, т.е. чем выше цены, тем меньше товаров можно приобрести за ту же зарплату). Поэтому реальная зарплата при повышении цен снижается.

б) *Процент* - цена за пользование деньгами (M). Процент также бывает номинальным (i), т.е. по текущему курсу, без учета инфляции и реальным (r) - с учетом инфляции. Реальный процент определяется как разность номинального процента и темпа инфляции.

в) *Рента* (R) является ценой за пользование землей и другими ограниченными, данными природой ресурсами. Это могут быть земля и ее недра, талант, принадлежность к знаменитой фамилии и т.д.

г) Спецификой *предпринимательского таланта* является то, что это людской ресурс, склонный к лидерству, инновациям, риску. *Прибыль* является платой за предпринимательство.

***Формирование спроса фирмы на факторы производства.*** Спрос на факторы производства — понятие производное от величины спроса на товары, изготовляемые с помощью данного ресурса. Если производимый продукт пользуется спросом, будет высоким спрос и на факторы производства и, наоборот, ограниченный спрос на произведенный продукт вызовет падение спроса на ресурс.

В этом заключена специфика формирования спроса на ресурсы. Кроме сказанного, следует учитывать, что факторы производства подвержены общей концепции соотношения спроса и предложения. Факторы производства — это товар и ничто как товару им не чуждо. Здесь действуют те же факторы, которые свойственны спросу на товар вообще. Вместе с тем имеется и особенность, но она в большей степени касается предложения на ресурсы: они часто бывают ограниченными и производству приходится действовать в условиях выбора с учетом ограниченности ресурсов.

Вовлечение в производство ресурсов зависит от производительной их отдачи, которая подвержена действию закона убывающей отдачи факторов производства, вследствие чего ресурсы будут вовлекаться до тех пор, пока каждый дополнительный ресурс будет обеспечивать увеличение дохода в большей степени, чем будут возрастать издержки.

Спрос на факторы производства определяется рядом обстоятельств. Поскольку факторы произвосдва входят в издержки производства, фирма стремится максимизировать прибыль с учетом оптимального их сочетания или взаимозамены. Если технология известна, величина ресурсов и их сочетание определяются уровнем цен. В качестве основных видов ресурсов при этом выступают труд, капитал и предпринимательские способности. В ряде отраслей экономики (сельское хозяйство, добывающая промышленность) очень важным ресурсом является земля.

К числу факторов, определяющих спрос на ресурсы, относятся денежные доходы, характер их распределения по отраслям, социальные и этические подходы к использованию. Расходы на ресурсы производятся за счет доходов домохозяйств. Поэтому последние выступают основным фактором формирования спроса на ресурсы. Что касается распределения факторов производства, характер этого процесса во многом определяется уровнем цен на них.

С точки зрения производства важное значение имеет устойчивость спроса на тот или иной ресурс, которая зависит от производительной силы ресурса и от величины спроса на товар, произведенный с помощью этого ресурса. Если речь вести о труде, то спрос на него будет тем выше, чем производительнее он функционирует в производстве.

**«Макроэкономика». «Макроэкономическое планирование и прогнозирование»**

***Макроэкономическое равновесие и его модели.*** Состояние национальной экономики, при котором существует совокупная пропорциональность между: ресурсами и их использованием; производством и потреблением; материальными и финансовыми потоками, – характеризует *общее (или макроэкономическое) экономическое равновесие*(ОЭР). Другими словами, это оптимальная реализация совокупных экономических интересов в обществе. Идея такого равновесия очевидна и желаема всем обществом, поскольку означает полное удовлетворение потребностей без излишне затраченных ресурсов и нереализованного продукта. Рыночная экономика, построенная на принципах свободной конкуренции, обладает экономическими механизмами саморегуляции и способностью достижения равновесного состояния за счет гибких цен, особенно в условиях, близких к совершенной конкуренции, а также в долгосрочном периоде.

Графически макроэкономическое равновесие будет означать совмещение на одном рисунке кривых *AD*и *AS*и пересечение их в некоторой точке. Соотношение совокупного спроса и совокупного предложения *(AD – AS)*дает характеристику величины национального дохода при данном уровне цен, а в целом – равновесие на уровне общества, т. е. когда объем произведенной продукции равен совокупному спросу на нее. Эта модель макроэкономического равновесия базовая. Кривая *AD*может пересечь кривую *AS*на разных участках: горизонтальном, промежуточном или вертикальном. Поэтому различают три варианта возможного макроэкономического равновесия (рис. 12.5).



Рис. 12.5. Макроэкономическое равновесие: модель AD – AS.

Точка *Е3 –*это равновесие при неполной занятости без повышения уровня цен, т. е. без инфляции. Точка *Е1 –*это равновесие при небольшом повышении уровня цен и состоянии, близком к полной занятости. Точка *Е2 –*это равновесие в условиях полной занятости, но с инфляцией.

Рассмотрим изменение равновесного состояния экономики раздельно под воздействием совокупного спроса и совокупного предложения. При неизменном совокупном предложении смещение кривой совокупного спроса вправо приводит к различным последствиям в зависимости от того, на каком участке кривой совокупного предложения оно происходит (рис. 12.7).



Рис. 12.7. Последствия увеличения совокупного спроса.

На кейнсианском отрезке (рис. 12.7 а), отличающемся высоким уровнем безработицы и большим количеством неиспользованных производственных мощностей, расширение совокупного спроса (от *AD1*до *AD2)*приведет к увеличению реального объема национального производства (от *Y1* к *Y2)*и занятости без повышения уровня цен (*Р1*). На промежуточном отрезке (рис. 12.7 б) расширение совокупного спроса (от *AD3*до *AD4)*приведет к увеличению реального объема национального производства (от *Y3*к *Y4)*и к повышению уровня цен (от *Р3*до *Р4).*

На классическом отрезке (рис. 12.7 в) рабочая сила и капитал используются полностью, и расширение совокупного спроса (от *AD5*до *AD6*) приведет к повышению уровня цен (от *Р5*до *Р6*) а реальный объем производства останется без изменения, т. е. не выйдет за пределы своего уровня при полной занятости.

При обратном смещении кривой совокупного спроса происходит так называемый *эффект храповика*(«храповик» – это механизм, который позволяет крутить колесо вперед, но не назад). Суть его заключается в том, что цены легко повышаются, но не проявляют тенденции к снижению при уменьшении совокупного спроса. Это происходит, во-первых, из-за неэластичности заработной платы, которая не имеет тенденции к понижению по крайней мере в течение какого-то периода времени, и, во-вторых, многие фирмы обладают достаточной монопольной властью, чтобы противостоять снижению цен в период снижения спроса. Действие этого эффекта покажем на рис. 12.8, где для простоты опустим промежуточный отрезок кривой совокупного предложения.



Рис. 12.8. Эффект храповика.

При увеличении совокупного спроса от *AD1*до *AD2*равновесное положение сместится от *Е1*до *Е2,*причем реальный объем производства возрастет от *Y1*к *Y2,*а уровень цен – от *Р1*до *Р2.*Если совокупный спрос будет двигаться в обратном направлении и уменьшится от *AD2*до *AD1*экономика не возвратится в свое первоначальное равновесное положение в точку *Е1*а возникнет новое равновесие *(Е3),*при котором уровень цен сохранится *Р2.*Объем производства упадет ниже своего первоначального уровня до *Y3.*Эффект храповика приводит к смещению кривой совокупного предложения от *P1aAS*до *P2E2AS.*

***Рынок денег. Совместное равновесие на рынках благ и денег (модель IS-LM).*** Модель IS-LM – теоретическое построение, объединяющее товарный (реальный) и денежный секторы экономики. Она включает в себя элементы «кейнсианского креста» и [теории предпочтения ликвидности](http://www.ekonomika-st.ru/ekonomika/ekon-teorija/ekon-teorija-70.html) Дж. М. Кейнса. Данная модель получила широкое распространение после выхода в свет книги А. Хансена «Денежная теория и фискальная политика» (1949).

Две части модели IS-LM – это кривая IS – «инвестиции» («сбережения») и кривая LM – «ликвидность» («деньги»). Эти две части модели связывает процентная ставка, равновесная величина которой отражает динамику экономических процессов, происходящих на денежном и товарном рынках.

|  |
| --- |
| рисунок |
| Рисунок 1 - Построение кривой IS |

В краткосрочном периоде при фиксированном уровне цен номинальные и реальные значения всех переменных совпадают[[1]](http://www.ekonomika-st.ru/ekonomika/ekon-teorija/ekon-teorija-73.html#1), величины совокупного дохода (Y) и ставки процента (R) подвижны.

Построение кривой IS представлено на рисунке 1.

В квадранте А изображена функция инвестиций. Поскольку ставка процента – это издержки получения кредита для финансирования инвестиционных проектов, то рост ставки процента уменьшает планируемые инвестиции, то есть рост ставки процента от R1 до R2 уменьшает планируемые инвестиции с I(R1) до I(R2).

В квадранте В изображен «кейнсианский крест»: уменьшение планируемых инвестиций c I(R1) до I(R2) сокращает доход с Y1 до Y2.

В квадранте С изображена кривая IS как результат взаимодействия ставки процента и дохода.

|  |
| --- |
| рисунок |
| Рисунок 2 - Построение кривой LM |

Движение вдоль кривой IS показывает, как должен измениться уровень национального дохода при изменении уровня процентной ставки для того, чтобы на рынке благ сохранилось равновесие. Во всех точках, лежащих выше кривой IS, предложение больше спроса, то есть объем национального дохода больше запланированных расходов. Во всех точках ниже кривой IS наблюдается дефицит на рынке благ.

Построение кривой LM представлено на рисунке 2.

|  |
| --- |
| рисунок |
| Рисунок 3 - Совместное равновесие на рынках благ и денег |

В квадранте А показано, что рост дохода с Y1 до Y2 увеличивает спрос на деньги. В этом случае ставка процента растет с R1 до R2. Кривая спроса на деньги сдвигается вправо.

В квадранте В изображена кривая LM, которая характеризует множество состояний равновесия на рынке денег при различном сочетании уровня дохода и уровня процентной ставки.

Кривая LM делит экономическое пространство на две части: во всех точках выше кривой предложение денег больше спроса на них (М > L), во всех точках ниже линии предложение денег меньше спроса на них (М < L).

Совместное равновесие на рынках благ и денег (рисунок 3) достигается в точке (R0;Y0) - точке пересечения кривых IS и LM.

Величина совокупного спроса, соответствующая совместному равновесию на рынках благ, денег и ценных бумаг, называется эффективным спросом. Модель IS-LM используется для иллюстрации воздействия на национальный доход фискальной и денежно-кредитной (монетарной) политики.

Если точка пересечения IS и LM приходится на нижнюю часть кривой LM, оказывается, что увеличение денежной массы очень слабо повлияет на процентную ставку, а, следовательно, и на инвестиции, которые должны стать катализатором роста национального дохода. Такая ситуация называется ликвидной ловушкой, поскольку изменение ликвидности не изменяет национальный доход.

Увеличение денежной массы способно увеличить национальный доход только в том случае, если IS имеет отрицательный наклон. Если же линия IS вертикальна, тогда изменения денежной массы никак не могут повлиять на величину национального дохода, и говорят, что экономика попала в инвестиционную ловушку.

Таким образом, в условиях модели IS – LM у государства существует два основных инструмента стимулирования экономики: увеличение государственных расходов и увеличение денежной массы. При этом в некоторых ситуациях лучше работает увеличение расходов, а в других – увеличение денежной массы.

***Макроэкономическая нестабильность: безработица.*** Макроэкономическая нестабильность имеет два проявления: безработицу и инфляцию – два сложнейших объекта анализа и регулирования.

**Безработица** – явление, объективно присущее рыночной экономике. Поэтому надо учиться жить с ней и управлять ею.

**Фрикционная безработица** связана с реализацией индивидом неотъемлемого права на свободу выбора вида и места работы. К «фрикционным безработным» относят впервые ищущих работу, уволившихся с целью перемены работы, сезонников. Такие «ищущие» будут всегда – меняются люди, но сам тип безработицы остается. Фрикционная безработица экономистами оценивается положительно, так как это – потенциальный рост доходов работников, условие рационального распределения трудовых ресурсов, предпосылка прироста реального валового национального продукта (выигрывают индивид, экономика, общество).

**Структурная безработица**: если фрикционная безработица исходит от работника, то структурная появляется под влиянием макроэкономических факторов. Дело в том, что в структуре потребления и производства постоянно происходят изменения, которые вызывают соответствующие изменения в структуре спроса на рабочую силу: спрос на одни профессии растет, на другие – уменьшается. Это и есть структурная безработица, которая вызывает изменения не только в профессиональной, но и в пространственной структуре совокупного работника (так как изменяется размещение производства).

**Циклическая безработица** – та доля незанятости трудоспособного населения, которая вызвана «кризисной» фазой экономического цикла: совокупные расходы на товары и услуги сокращаются, а это, уменьшая объем производства, сокращает и занятость. Поэтому циклическая безработица есть следствие «дефицита совокупного спроса».

Уровень безработицы при полной занятости (циклическая безработица равна нулю) называется **«естественным уровнем безработицы»**.

Естественный уровень безработицы возникает при сбалансированности рынков труда, т. е. когда число ищущих работу равно числу свободных рабочих мест.

**Государственное регулирование занятости** населения сводится к следующим действиям:

программам по стимулированию роста занятости и увеличению числа рабочих мест;

программам, направленным на подготовку и переподготовку рабочей силы;

программам содействия найму рабочей силы;

программам по социальному страхованию безработицы, т.е. правительство выделяет средства на пособия безработным.

***Макроэкономическая нестабильность: инфляция.* Инфляция** – это обесценение денег, снижение их покупательной способности. Инфляция проявляется не только в повышении цен. Наряду с открытой, ценовой имеет место скрытая, или подавленная, инфляция, проявляющаяся, прежде всего, в дефиците товаров и услуг при неизменных ценах или невыплате заработной платы в срок, что означает ее последующую выплату обесцененными деньгами.

**Инфляция спроса** порождается избытком совокупного спроса, за которым по тем или иным причинам не успевает производство. Избыточный спрос приводит к взлету цен. Избыток денег образуется при дефиците товаров.

Развитие инфляции может иметь место и без дополнительного подстегивания спроса. Инфляционный рост цен происходит в условиях, когда спрос не растет, а падает. Причину следует искать со стороны предложения. Это другой вид инфляции – **инфляция издержек**. Механизм инфляции начинает раскручиваться в силу того, что растут издержки.

Различают также особый вид инфляции – **структурный**. Такое наименование получила инфляция, сочетающая элементы инфляции спроса и инфляции издержек. В ее основе находится процесс, связанный с изменением структуры спроса.

Сочетание инфляционных процессов с одновременным спадом производства называется **стагфляцией**.

Для изучения феномена инфляции нередко используется кривая Филлипса. Она указывает на наличие обратной связи между движением цен (и заработной платы) и уровнем безработицы. Эту связь впервые установил австралийский экономист А. Филлипс. Он обратил внимание на то, что в условиях депрессии, для которой характерно снижение или торможение цен, наблюдается рост безработицы. С наступлением подъема происходит рост цен (повышенный спрос на товары) и уровень безработицы снижается.

Модифицированная кривая Филлипса



где UN – естественный уровень безработицы;

PN – темп роста цен при этом уровне.

Данную связь можно прокомментировать следующим образом. Как известно, уровень заработной платы и уровень занятости взаимосвязаны. С повышением заработной платы занятость растет, а безработица снижается. Но повышение заработной платы означает рост издержек, а следовательно, и цен. Повышение же цен, как правило, означает снижение безработицы. Рост цен (т.е. инфляция) выступает в качестве платы за сокращение безработицы.

**Ползучая инфляция** характеризуется повышением цен не более чем на 3–5% в год. Подобный темп инфляции наблюдается во многих странах Запада. Ползучая инфляция не сопровождается кризисными потрясениями. Она стала привычным элементом рыночной экономики. Считается, что относительно невысокий, «трехпроцентный» темп инфляции может быть использован для стимулирования производства.

**Галопирующая инфляция** в отличие от ползучей трудно управляема. Среднегодовой рост цен – от 10 до 50% (или несколько выше). Подобный вид инфляции характерен для стран с переходной экономикой.

Наибольшую опасность представляет **гиперинфляция**. Ее условный рубеж – ежемесячный (в течение трех-четырех месяцев) рост цен свыше 50%, а годовой темп порой выражается четырехзначными цифрами. Особенность гиперинфляции состоит в том, что она становится практически неуправляемой; обычные функциональные взаимосвязи и привычные рычаги управления ценами не действуют.

***Макроэкономическая динамика: экономический рост и циклы****.* Экономическим ростом принято называть такое состояние национальной экономики, которое позволяет стране из года в год производить все больше по количеству и лучше по качеству товаров и услуг, что позволяет в большей степени по сравнению с предыдущим периодом удовлетворять имеющиеся в обществе потребности.

Перед обществом всегда есть два основных пути экономическо­го роста:

1) - увеличить количество применяемых ресурсов при не­изменной технологической эффективности их использования. Это означает, что надо нанять новых рабочих, построить новые цеха с теми же самыми станками и т.д. такой рост называется экстенсив­ным.

2) - повысить технологическую эффективность при неизменном количестве применяемых ресурсов, т.е. лучше обучить рабочих и организовать их труд, использовать более производи­тельные машины, экономить сырье и материалы. Такой рост назы­вается интенсивным.

Факторы экономического роста можно разделить на три группы: факторы предложения, факторы спроса и факторы распределения.

Факторы предложения делают рост производства физически возможным. Перечислим их:

1) количество и качество природных ресурсов;

2) количество и качество трудовых ресурсов;

3) объем основного капитала;

4) технологии.

Экономический цикл - это периодические волнообразные изменения характера экономической динамики, выражающиеся в переходе от роста основных макроэкономических показателей (реального объема выпуска, занятости, инфляции и др.) к их снижению, а затем вновь к повышению. Экономический цикл, с одной стороны, отражает неравномерность в развитии экономики, с другой, является причиной и следствием такого развития. Указанная особенность позволяет рассматривать цикл как постоянную динамическую характеристику экономического развития.

По мнению А. Бернса и У. Митчелла, цикл деловой активности представляет собой колебания (временные отклонения) вокруг возрастающего долговременного тренда (рис. 7.1). Тренд - это результат действия факторов, обусловливающих относительно стабильную динамику реального объема выпуска и занятости в долгосрочной перспективе. Факторы, определяющие цикл, не влияют или почти не влияют на формирование долгосрочного тренда. В дальнейшем ученые Р. Уолкс, Э. Дрескетт, Д. Кемпбелл, Г. Мэнкью выдвинули идею, согласно которой циклические колебания выпуска формируются под воздействием постоянных шоков, а не в результате временных отклонений от долговременного тренда. Они считают, что если под воздействием случайного шока выпуск увеличится в данном году, то и тренд будет выше в течение ряда последующих лет (рис. 7.2), что свидетельствует об устойчивости во времени последствий случайных шоков на выпуск.



Рис. 7.2. - Цикл деловой активности

В современной теории экономических циклов выделяют двух и четырехфазовые модели экономического цикла.

В двухфазовой модели цикла выделяют: I - повышательную (подъем, экспансия) и II - понижательную (спад, рецессия) фазы, а так же высшую (А) и низшую (В) поворотные точки, когда экономический цикл достигает своего пика или дна (рис. 7.3).



В четырехфазовой модели цикла выделяют фазы подъема - I, кризиса - II, депрессии - III и оживления - IV (рис. 7.4).

 **«Мировая экономика и международные экономические отношения»**

***Международная миграция. Виды и роль международной трудовой миграции. Миграционная политика.*** *Международная миграция рабочей силы* - представляет собой процесс перемещения трудовых ресурсов из одной страны в другую с целью трудоустройства на более выгодных условиях, чем в стране происхождения.

Помимо экономических мотивов процесс международной миграции обусловливается также соображениями политического, этнического, культурного, семейного и иного характера. Таким образом, международная миграция рабочей силы является частью широкого явления - международной миграции населения, когда данный процесс не связан прямо с трудоустройством. Международная миграция включает две основные составляющие: эмиграцию и иммиграцию. Под эмиграцией - понимается выезд из страны на постоянное место жительства, под иммиграцией - въезд, в страну на постоянное место жительства. Международная миграция включает также процесс репатриации - возвращение в страну происхождения ранее выехавших из нее граждан.

1) - В зависимости от географических направлений различают: внешнюю и внутреннюю миграцию населения. Под внутренней понимается перемещение населения между городами и регионами одной страны, а под внешней - из одной страны в другую. В свою очередь внешняя миграция делится на:

· межконтинентальную;

· внутриконтинентальную.

2) - В зависимости от долговременности каждого перемещения, миграция населения делится на:

· постоянную, или безвозвратную( имеет характер межконтинентальная миграция и миграция из села в город);

· временную, как правило, внутриконтинентальную;

· сезонную, связанную с ежегодными поездками на зароботки или кочевники;

· маятниковую, предусматривающую ежедневные поездки к месту роботы за пределы своего населенного пункта.

3) - В зависимости от правового статуса миграция может быть - легальной и нелегальной.

**Государственная миграционная политика**– это целенаправленная деятельность государства по регулированию процессов экспорта и импорта рабочей силы в данную страну или из нее с целью защитить интересы трудящихся-мигрантов, национальных кадров, а также обеспечить взаимную защиту интересов самих стран-доноров и стран-реципиентов. Виды: эмиграционная, иммиграционная, политика реэмиграции.

***Международные корпорации в мировой экономике.*** Преимущества международного разделения труда, прежде всего основанного на подетальной и технологической специализации, не могли не использовать крупные фирмы, действующие на мировом рынке. В 60-70-е гг. XX в. появились международные компании, хозяйственная деятельность которых осуществлялась не только в своей стране, но и за рубежом, куда выносилась сначала производственная, а затем и финансовая деятельность. Первоначально ориентированные на поиск новых рынков и расширение сбыта за рубежом, эти компании постепенно дополняли традиционный экспорт новыми формами международной деятельности - экспортом лицензий, торговой марки, прямыми зарубежными инвестициями. Сложилось такое понятие, как транснациональная корпорация (ТНК).

Транснациональные корпорации (transnational corporation) - это корпорации, головная компания которых принадлежит капиталу одной страны, называемой страной базирования, а филиалы находятся в других странах. Их разновидностью являются многонациональные корпорации (multinational corporation), при этом разница заключается только в том, что головная компания принадлежит капиталу двух и более стран. Обе эти формы основаны на осуществляемых под контролем головной фирмы технологических и финансовых связях между предприятиями, находящимися в разных странах. Их главным качественным признаком является интернациональный характер деятельности компаний.

ТНК усиливают процесс интернационализации мировой экономики, активно используют МРТ и способствуют установлению новых схем во всемирном разделении труда. В настоящее время ТНК представляют собой крупные промышленно-финансовые объединения, интернациональные по своим интересам и своей деятельности, активно участвующие в процессах мировой торговли, инвестирования капитала, обмена технологиями, производственного и научно-технического сотрудничества, миграции рабочей силы.

***Мировая валютная система и формы ее организации.* Валютная система** - совокупность экономических отношений, связанных с функционированием валюты, исторически сложившихся на основе интернационализации хозяйственных связей. Различают национальную, мировую и региональную валютные системы. Национальная валютная система сформировалась в рамках национальной денежной системы, которая регламентировала порядок денежных расчетов данной страны с другими государствами. Постепенно она обособилась от денежной системы.

Основные элементы национальной валютной системы:

1. национальная валюта;
2. национальное регулирование международной валютной ликвидности;
3. режим курса национальной валюты;
4. национальное регулирование валютных ограничений и условий конвертируемости национальной валюты;
5. режим национальных рынков валюты и золота;
6. национальные органы, осуществляющие валютное регулирование.

Национальная валютная система базируется на национальной валюте.

По мере интернационализации хозяйственных связей на основе национальных валютных систем формируются механизмы межгосударственного регулирования международных и валютных отношений – мировая (МВС) и региональная валютные системы.

Основные элементы мировой и региональной валютных систем:

1. международные платежные средства, выполняющие роль мировых денег;
2. условия и режимы обратимости валют;
3. механизм и режим валютных курсов;
4. формы международных расчетов;
5. кредитные орудия обращения и порядок их использования в международных расчетах;
6. международные ликвидные активы и порядок их регулирования;
7. режим международных валютных и золотых рынков и межгосударственные институты, регулирующие валютные отношения.

Эволюция мировой валютной системы выражается в смене ее основных типов, к которым относятся Парижский, Генуэзский, Бреттон-Вудский, Ямайский, Европейский.

#### Парижская валютная система. Основана на золотомонетном стандарте и юридически закреплена межгосударственным соглашением в 1867 г. на конференции промышленно развитых стран в Париже. Для нее характерны фиксированное золотое содержание национальных валют и фиксированные валютные курсы.

*Генуэзская валютная система.*Оформлена в 1922 г. на Генуэзской международной экономической конференции; была основана на золотодевизном стандарте. Английский фунт стерлингов и американский доллар конкурировали за лидерство на мировом валютном рынке в качестве резервной валюты. Валютные курсы могли колебаться вокруг монетного паритета в рамках золотых точек на размер стоимости пересылки золота, эквивалента одной единицы иностранной валюты, между денежными центрами Великобритании и США.

*Бреттон-Вудская валютная система.*Оформлена соглашением стран на конференции по валютным и финансовым вопросам, которая состоялась в июле 1944 г. в г. Бреттон-Вудс (штат Ныо-Хэмпшир, США). Бреттон-Вудская система была зол ото девизной системой с фиксированными валютными курсами. США брали на себя обязательство по первому требованию обменивать доллары в золото без каких-либо ограничений, а остальные страны должны были зафиксировать курс своей валюты к доллару.

*Ямайская валютная система* — современный международный валютный механизм. Эта система оформлена соглашением стран — членов МВФ в январе 1976 г. в г. Кингстон на Ямайке, в котором формулировались основные принципы новой валютно-финансовой системы, закрепленные в апреле 1978 г. во второй поправке к Соглашениям МВФ.

**Европейская валютная система.** Единая европейская валюта стала важным фактором стабильности ЕС, облегчив борьбу с инфляцией, повысив конкурентоспособность товаров и услуг государств ЕС. Введение евро привело к тому, что рынок этой валюты стал важнейшим сегментом мирового валютного рынка. В настоящее время единая европейская валюта на равных соперничает с долларом и иеной. Новая денежная единица позволила также ликвидировать значительные расходы, связанные с переводом одной валюты в другую между странами Европы.

**Современная валютная структура экономических отношений.** Параллельное существование двух [международных валютных систем](http://www.grandars.ru/student/mirovaya-ekonomika/m-valyutnaya-sistema.html) — [Ямайской](http://www.grandars.ru/student/mirovaya-ekonomika/yamayskaya-valyutnaya-sistema.html) и [Европейской](http://www.grandars.ru/student/mirovaya-ekonomika/evropeyskaya-vs.html) — обусловило изменение валютной структуры экономических отношений. Структурные сдвиги затронули такие сегменты, как валютные инвестиции, вложения в долговые и производные ценные бумаги, иностранные банковские пассивы, внешнеторговые расчеты, официальные золотовалютные резервы и др.

 **«Бухгалтерский учет и анализ»**

***Нормативное регулирование бухгалтерского учета в РФ.***В России ведется постоянная работа по совершенствованию системы правового и методологического регулирования бухгалтерского учета, базирующаяся на четырехуровневой системе нормативно- правовых актов.

**Первый уровень -** законы, указы Президента РФ, постановления Правительства РФ, устанавливающие единые правовые и методологические нормы организации и ведения бухгалтерского учета в России. Нормы, содержащиеся в других федеральных законах и затрагивающие вопросы бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности, должны соответствовать Федеральному закону «О бухгалтерском учете».

**Второй уровень** — Положения по бухгалтерскому учету (российские стандарты), утверждаемые федеральными органами исполнительной власти, Правительством РФ. В настоящее время издано 22 Положения (стандарты) по бухгалтерскому учету.

**Третий уровень -** методические указания, инструкции, рекомендации и иные анаюгичные документы. Подготавливаются и утверждаются они федеральными органами, министерствами, другими органами исполнительной власти, профессиональным объединением бухгалтеров на основе и в развитие документов первого и второго уровней. Сюда относятся Планы счетов бухгалтерского учета финан- сово-хозяйственной деятельности организаций и инструкции по их применению.

**Четвертый уровень** — документы по организации и ведению бухгалтерского учета по отдельным видам имущества, обязательствам и хозяйственным операциям, которые носят обязательный характер для конкретных организаций. Это рабочие документы организаций, предназначенные для внутреннего пользования, утверждаемые руководителем организации в рамках принятой учетной политики. Указанные документы, их содержание и статус, принципы построения и взаимодействия между собой, а также порядок подготовки и утверждения определяются руководителем организации.

В последние годы система нормативного регулирования и ведения бухгалтерского учета в России подверглась значительным изменениям, дополнениям и уточнениям. Поэтому при разработке учетной политики организации должны исходить из Федерального закона о бухгалтерском учете, иных федеральных законов, указов Президента РФ, постановлений Правительства РФ и положений, приказов, Плана счетов бухгалтерского учета, инструкций и писем Министерства финансов РФ и других нормативных документов.

***Классификация счетов бухгалтерского учета по назначению и структуре.***Классификация счетов по назначению и структуре органически связана с классификацией по экономическому содержанию, ибо эконо­мическое содержание счета определяет его назначение и структуру.

Классификация счетов по назначению и структуре показывает как выполняется регистрация фактов финансово-хозяйственной дея­тельности, для получения каких показателей предназначены те или иные счета и как они строятся, т.е. каково содержание их дебета и кредита, характер сальдо. Например, счет 90 "Продажи" предназна­чен для обобщения информации о доходах и расходах, связанных с обычными видами деятельности, а также для определения финансового результата по ним. Дебетовое сальдо по этому счету показывает сумму убытка, а кредитовое - сумму прибыли.

Классификация счетов по назначению и структуре позволяет изучить особенности счетов, применяемых в бухгалтерском учете, выяснить, какими свойствами обладают их отдельные виды.

По назначению и структуре синтетические счета можно разде­лить на три группы: основные, регулирующие и операционные (в тео­рии бухгалтерского учета встречается и иная структурная классифи­кация счетов). Рассмотрим каждую из групп классификации по поряд­ку.

***Показатели в экономическом анализе, их систематизация и классификация.***Система показателей экономического анализа хозяйственной деятельности включает восемь групп показателей:

1. Показатели исходных условий деятельности предприятия, отражающие:
* наличие необходимых материальных и финансовых ресурсов для нормального функционирования предприятия и выполнения его производственной программы;
* организационно-технический уровень предприятия;
* уровень маркетинговой деятельности по изучению спроса на продукцию, конкурентоспособности продукции, рынков сбыта, организации торговли и рекламы.
1. Показатели использования средств производства:
* фонды рентабельности, фонды отдачи, фондоемкость, среднегодовая стоимость основных средств производства, нематериальные активы
1. Показатели использования предметов труда:
* материалоемкость, материалоотдача, стоимость использованных предметов труда
1. Показатели использования трудовых ресурсов:
* показатели обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами, эффективность использования фонда рабочего времени, фонда заработанной платы, производительность труда, фондовооруженность;
* прибыль на одного работника и на рубль заработанной платы.
1. Показатели производства и сбыта продукции:
* объемы валовой, товарной и реализованной продукции в стоимостном, натуральном и
* условнонатуральном измерении;
* структура и качество продукции;
* ритмичность производства и реализации;
* объемы отгрузки и реализации продукции;
* остатки готовой продукции на складе.
1. Показатели себестоимости продукции:
* затраты по элементам, статьям затрат, видам продукции;
* по центрам ответственности;
* на рубль произведенной и реализованной продукции;
* себестоимость отдельных видов продукции.
1. Показатели прибыли и рентабельности:
* прибыль от реализации продукции;
* чистая (нераспределенная) прибыль;
* рентабельность производственной деятельности;
* рентабельность продаж, капитала.
1. Показатели финансового состояния предприятия:
* показатели, характеризующие наличие и структуру капитала предприятия по составу его источников и формам размещения (баланс);
* эффективность и интенсивность использования собственных и заемных средств;
* объем и эффективность инвестиционной деятельности;
* показатели платежеспособности, кредитоспособности и инвестиционной привлекательности предприятия.

**Классификация показателей экономического анализа:**

1. По содержанию: количественные и качественные. 2. По отраслевому признаку: общие и специфические. 3. По степени синтеза: обобщающие, частные и косвенные. 4. По способу выражения: абсолютные, условные, натуральные, условно-натуральные, стоимостные и относительные. 5. По выражению причинно-следственных связей: факторные и результативные. 6. По способу формирования: нормативные, плановые, учетные, отчетные и аналитические (оценочные).

 **«Деньги, кредит, банки»**

Денежный оборот, его организация и регулирование*.* Денежный оборот - процесс непрерывного движения денег в наличной и безналичной формах.

Современный денежный оборот совершается с помощью денежных единиц, не обладающих стоимостью, равной их номиналу. Поэтому стоимостным сейчас можно считать только товарный оборот.

Система рыночных отношений распадается на две сферы: денежно-товарных и денежно-нетоварных отношений. Особенностью денежно-товарных отношений является то, что происходит не только денежный, но и товарный (стоимостной) обороты, поскольку движение денег здесь всегда связано со встречным движением товаров. При денежно-нетоварных отношениях стоимостного оборота не происходит, меняются только владельцы денег.

Весь безналичный оборот – платежный ибо предполагает разрыв во времени движения товара в различных его разновидностях и денежных средств, т.е. функционирование денег в качестве средства платежа. Безналичный платежный оборот, являясь преобладающим (до 90% всего денежного оборота) осуществляется в виде записей по счетам плательщиков и получателей денежных средств в кредитных учреждениях, путем зачетов взаимных требований и передачи оборотных документов (векселей, варрантов и т.п.). все безналичные расчеты осуществляются через банк, поэтому деньги в безналичном обороте трудно скрыть от контроля и обложения налогами.

Закон денежного обращения. Количество денег необходимых для обращения в стране = сумма реализуемых товаров – сумма цен товаров проданных в кредит +сумма платежей по обязательствам – сумма взаимопогашающихся платежей /среднее число оборотов денег как средства обращения и средства платежа.

На количество денег необходимых для обращения влияют следующие факторы: количество товаров, уровень цен, степень развития кредита, развитие безналичных расчетов, скорость обращения денег. Одним из важнейших показателей денежного обращения явл денежная масса.

Денежная масса – это совокупный общем наличных денег и денег безналичного оборота. Денежная масса характеризуется величиной денежных агрегатов набор и состав которых устанавливается ЦБРФ: М0 – наличные деньги в обращении; М1 – М0 + деньги безналичного оборота: остатки на расчетных и текущих счетах; М2 – М1 + срочные и сберегательные депозиты; М2х – М2 + все депозиты в иностранной валюте.

Основными показателями характеризующими скорость оборота денег явл: 1)показатель скорости обращения денег = ВНП/Денежная масса; 2) Показатель оборачиваемости денег в платежном обороте – определяется как отношение суммы переведенных средств по банковским текущим счетам к средней величине денежной массы; 3) Коэффициент монетизации = М2/ВВП.

***Инфляция: сущность, виды, методы антиинфляционного воздействия.*** Инфляция – это процесс обесценивания денег, который проявляется в росте общего уровня цен. Другими словами –это процесс восстановления равновесия между товарным обеспечением, которое определяет товарное обращение, и денежным обращением, неизбежным проявлением которого является рост общего уровня цен.

Различают следующие виды инфляции:

* По степени проявления и темпам наращивания инфляционных процессов выделяют:
1. ползучую(умеренную) инфляцию, которая проявляется в длительном постепенном росте цен. Для такой инфляции характерны невысокие темпы роста цен примерно до 10% в год. Это низкий темп инфляции, при котором обесценивание денег настолько незначительно, что сделки заключаются в номинальных ценах, инфляция не сопровождается кризисными потрясениями.
2. галопирующую(«латинскую») инфляцию в виде скачкообразного роста цен от 10 до 100% в год. Подобный вид инфляции характерен для стран с переходной экономикой.
3. гиперинфляцию, которая представляет наибольшую опасность для экономики. Рост цен при гиперинфляции в странах с развитой рыночной экономикой определяется темпами свыше 100% в год. Особенностью этого вида инфляции является её неуправляемость: обесценивание денежных средств происходит настолько стремительно, что цены могут пересчитываться ежедневно и даже несколько раз в день.

Важнейшей целью антиинфляционной политики является управление инфляционным процессом таким образом, чтобы сделать инфляцию предсказуемой, а её уровень – умеренным.

Методы борьбы с инфляцией зависят от её характера, т.е. от причин её возникновения и темпов роста цен.

К основным инструментам антиинфляционной политики относятся:

* преодоление бюджетного дефицита;
* регулирование государственного долга;
* денежная и кредитная политика;
* планы стабилизации;
* внешнеэкономическая политика;
* антимонопольная политика.

Таким образом, основной принцип борьбы с инфляцией – ликвидация причин её возникновения. Наиболее реалистичной целью антиинфляционной политики является не абсолютное уничтожение инфляции, а снижение инфляционного накала и поддержание её темпов на стабильно низком и предсказуемом уровне.

***Валютные отношения и валютная система.*****Международные валютные отношения** – совокупность общественных отношений, складывающихся при функционировании валюты в мировом хозяйстве. Они обслуживают взаимный обмен результатами деятельности национальных хозяйств. Состояние валютных отношений зависит от процесса воспроизводства и, в свою очередь, оказывает на него обратное влияние в зависимости от степени их устойчивости.

По мере развития внешнеэкономических связей создавалась **валютная система** – государственно-правовая форма организации валютных отношений, регулируемая национальным законодательством или межгосударственным соглашением. Вначале сложилась **национальная валютная система.** Ее характеризуют следующие элементы:

– национальная валюта;

– условия конвертируемости национальной валюты, т. е. ее обмена на иностранные валюты;

– режим валютного паритета – соотношение между двумя валютами;

– режим валютного курса (фиксированного или плавающего);

– наличие или отсутствие валютных ограничений;

– регулирование международной валютной ликвидности страны, включающей четыре компонента (официальные золотые и валютные резервы стран, счета СДР, резервную позицию в МВФ) и отражающей способность страны погашать ее внешний долг;

– регламентация использования международных кредитных средств обращения и форм международных расчетов;

– режимы валютного рынка и рынка золота;

– статус национальных органов, регулирующих валютные отношения.

По мере развития мировых хозяйственных связей **у** создавалась **мировая валютная система,** которая преследует глобальные цели мирового сообщества, призвана обеспечить интересы стран-участниц, имеет особый механизм регулирования и функционирования.

Исторически существовало четыре МВС. Первая была создана в 1867 г. Парижским соглашением, вторая МВС явилась результатом соглашения 30 стран на Генуэзской международной экономической конференции 1922 г., третья МВС была оформлена в результате Брет-тон-Вудских соглашений 1944 г. Ныне действует четвертая МВС, основы которой были заложены в 1976 г.

Основные элементы мировой валютной системы:

– международные платежные средства, выполняющие роль мировых денег;

– условия и режимы обратимости валют;

– механизм и режим валютных курсов;

– формы международных расчетов;

– кредитные орудия обращения и порядок их использования в международных расчетах;

– международные ликвидные активы и порядок их регулирования;

– режим международных валютных и золотых рынков и межгосударственные институты, регулирующие валютные отношения.

Основной элемент любой валютной системы – международные платежные средства, выполняющие в рамках данной системы роль мировых денег. В условиях господства неразменных кредитных отношений роль мировых денег берут на себя **резервные валюты** – **полностью конвертируемые,** валюты стран, в которых практически отсутствуют валютные ограничения по всем видам операций для всех держателей валюты.

Помимо полностью конвертируемой валюты, различают **частично конвертируемые** (в странах, где сохраняются ограничения по отдельным видам операций и для отдельных держателей валюты)и **неконвертируемые** (в странах, где действуют практически все виды ограничений, прежде всего запрет на покупку-продажу иностранной валюты, ее хранение, вывоз и ввоз) валюты.

***Сущность и виды кредита. Кредитная система государства.* Кредит - движение ссудного капитала, т.е. денежного капитала предоставляемого в ссуду на условиях возврата за плату в виде процента.** Это самое простое определение. Здесь очень кратко дано определение кредита, раскрыта его сущность, но ничего не сказано о предназначении, участниках кредитно-финансовых отношений и о сроках возврата. Следующее определение обладает некоторой новизной по сравнению с этим определением.

Коммерческие банки представляют своим клиентам разнообразные виды кредитов, которые можно классифицировать по различным признакам. Прежде всего, кредит классифицируется **по основным групп заемщиков**. Кредит может быть выдан хозяйству, населению, государственным органам власти.

В зависимости **от назначения или направления** кредит различают: потребительский, промышленный, торговый, сельскохозяйственный, инвестиционный, бюджетный.

Банковский кредит различают в зависимости **от срочности кредитования**.

При такой классификации выделяют краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные ссуды.

**По размерам** различают кредиты крупные, средние и мелкие.

**По обеспечению**- необеспеченные (бланковые) кредиты и обеспеченные, которые, в свою очередь, по характеру обеспечения подразделяются на залоговые, гарантированные и застрахованные.

**По способу выдачи** банковские ссуды разграничиваются на ссуды компенсационные и платежные. В первом случае кредит направляется на расчетный счет заемщика для возмещения последнему его собственных средств, вложенных либо в товарно-материальные ценности, либо в затраты. Во втором случае банковская ссуда направляется непосредственно на оплату расчетно-денежных документов, предъявляемых заемщику к оплате по кредитуемым мероприятиям.

**По методам погашения** различают банковские ссуды, погашаемые в рассрочку (частями, долями), и ссуды, погашаемые единовременно, на определенную дату.

Кредит классифицируется по видам **в зависимости от платности его использования**. Здесь выделяют платный и бесплатный, дорогой и дешевый кредиты. За основу такого деления берется размер процентной ставки, установленной за пользование ссудой.

**Кредитная система** может быть охарактеризована в соответствии с тремя аспектами: **сущностным**, **институциональным** и **функциональным**.

В **сущностном** аспекте кредитная система представляет собой систему кредитно-финансовых отношений, возникающих в связи с предоставлением, использованием и погашением ссуд на условиях возвратности, платности и срочности.

С **институциональной** точки зрения — это система кредитно-финансовых учреждений, обслуживающих кредитные отношения (банки, финансовые компании, фондовые и валютные биржи, страховые компании и т. п.).

С **функциональных** позиций кредитная система − это совокупность **видов** и **форм** **кредита**.

**«Финансы»**

Финансы как экономическая категория*.* **Финансы**как экономическая категория представляют собой часть денежных отношений, которые опосредуют неэквивалентное движение денег, возникают на стадии перераспределения созданного продукта и связаны с наличием государства как органа управления.

Такой подход отражен и в самом термине «финансы» (finances — денежные средства).

В современном понимании финансы представляют собой систему денежных отношений по поводу формирования, распределения и использования централизованных денежных средств государства в целях выполнения его функций, а также децентрализованных средств хозяйствующих субъектов и домашних хозяйств с целью обеспечения условий их расширенного воспроизводства.

При этом необходимо иметь в виду следующие обстоятельства.

**Первое.**Уровень и состояние финансов во многом определяются тем, как обстоят дела в реальном секторе производства. Это обусловлено производным характером финансов и тем обстоятельством, что финансы — это лишь часть денежных отношений, возникающих на стадии перераспределения созданного продукта. Поэтому от того, каков объем созданного в обществе продукта, зависит и объем финансовых средств, которым реально могут располагать государство, хозяйствующие субъекты и граждане.

**Второе.**Финансы, будучи категорией перераспределения, существенно отличаются от других стоимостных категорий, которые в условиях рыночного хозяйства также выполняют функции перераспределения (цена, кредит). Если такие денежные категории, как цена, заработная плата, прибыль, кредит, обусловлены системой экономических отношений и наличием товарного производства, то финансы как категория перераспределения, порождена самим фактом наличия государства.

**Третье.**Хотя финансы связаны с перераспределением созданного продукта, они оказывают свое влияние на весь ход воспроизводственного процесса, главным образом через налоги и государственное финансирование.

***Финансовая система РФ.***Финансовая система РФ — совокупность различных сфер финансовых отношений, каждая из которых характеризуется особенностями в формировании и использовании фондов денежных средств, различной ролью в общественном воспроизводстве.

совокупность различных финансовых отношений, в процессе которых разными методами распределяются фонды денежных средств, хозяйствующих субъектов, домохозяйств и государства

Механизм финансовой системы РФ включает в себя планирование финансов, организацию выполнения финансовых планов, стимулирование их выполнения и финансовый контроль.

 Финансовая система РФ включает в себя:

- Государственную бюджетную систему;

-Внебюджетные специальные фонды;

-Государственный и банковский кредит ;

-Фонды страхования (имущественного и личного);

-Финансы хозяйствующих субъектов и отраслей, относящиеся к децентрализованным финансам, которые используются для регулирования и стимулирования экономики и социальных отношений на микроуровне.

Финансовая система РФ имеет целый ряд экономических особенностей по сравнению с другими экономическими принципами (отношениями):

•  денежные отношения;

•  распределительные отношения;

• связаны с формированием и использованием фондов денежных средств государства и хозяйствующих субъектов.

Эти особенности финансовой системы РФ позволили выделить финансовые отношения из общей массы экономических отношений.

Денежные фонды формируются на макро и микро-уровнях.

 На макро уровне к ним относятся государственный бюджет, государственные внебюджетные фонды, государственные фонды страхования, которые представляют собой систему денежных отношений между государством, с одной стороны, и юридическими и физическими лицами — с другой.

 На микро-уровне — это фонды собственных, заемных и привлеченных средств. В свою очередь в состав собственных средств предприятий входят уставный, добавочный и резервный капиталы; фонды накопления, потребления и социальной сферы; нераспределенная прибыль. К заемным средствам в финансовой системе РФ относятся кредиты и займы, к привлеченным — кредиторская задолженность. Денежные отношения на микро уровне включают в себя отношения между поставщиком и потребителем, между предприятием и его структурными подразделениями, между администрацией предприятия и его работниками, между предприятиями и финансово-кредитной системой и т. д.

В финансовой системе РФ финансы выполняют две функции: распределительную и контрольную.

Распределительная функция финансов означает участие финансов в распределении и перераспределении ВВП и национального дохода. Через бюджет перераспределяется более половины национального дохода. Перераспределение денежных средств осуществляется между сферами материального и нематериального производства, между отраслями, регионами и т. д. Можно привести много примеров такого перераспределения.

***Система управления финансами, её функциональные элементы.***Управление финансами – это деятельность по обеспечению развития финансовой системы государства или конкретного субъекта хозяйствования в соответствии с заданными количественными и качественными параметрами.

Объекты управления финансами:

• финансовая деятельность государства и конкретного предприятия;

• выделенные субъектом управления направления финансовой политики;

• укрупненные финансовые категории и результаты деятельности (оборотные и основные средства, затраты, прибыль, обязательства, риски и т.п.);

• конкретные финансовые показатели (рентабельность, фондоемкость и фондоотдача);

• органы (службы) управления финансами и их персонал.

Управление финансами осуществляется специальным финансовым аппаратом, состоящим из финансовых служб предприятий (отдел внутреннего и внешнего аудита) и государства (налоговые органы, Счетная палата).

В управлении финансами выделяют несколько функциональных элементов:

• Финансовое планирование – это финансовая деятельность субъектов хозяйствования и государства, а итоговым результатом является составление финансовых планов, начиная от бизнес-плана и заканчивая государственным бюджетом.

• Оперативное управление – это комплекс мер, разрабатываемых на основе оперативного анализа складывающейся финансовой ситуации и преследующих цель получения максимального эффекта при минимуме затрат с помощью перераспределения финансовых ресурсов.

• Финансовый контроль – осуществляется и в процессе планирования, и на стадии оперативного управления. Используется для сопоставления фактических результатов от использования финансовых ресурсов с плановыми, для выявления резервов роста финансовых ресурсов и путей более эффективного хозяйствования.

При выработке управленческих решений финансового характера, оформляемых в юридических законах, финансовых прогнозах и планах, постановлениях и др. следует учитывать:

• требования экономических и юридических законов;

• результаты экономического анализа не только итогов прошлого хозяйственного периода, но и перспективы;

• экономико-математические методы и автоматизированные системы управления финансами;

• рациональное сочетание экономических и административных методов управления.

***Финансы хозяйствующих субъектов как основное звено финансовой системы.***Финансы хозяйствующих субъектов представляют собой экономические отношения, возникающие в процессе формирования, структуризации, использования их денежных фондов; являясь ведущим звеном всей финансовой системы общества, они формируют основной массив его финансовых ресурсов. Финансы предприятий тесно взаимосвязаны с финансовым положением государства и состоянием денежных доходов населения. Финансы хозяйствующих субъектов включают в себя отношения, связанные с формированием и движением:

* фондов собственных средств (уставного, резервного, добавочного капитала, нераспределенной прибыли и пр.);
* фондов заемных средств (банковских кредитов, ссуд, бюджетных кредитов, облигационных займов и др.);
* фондов привлеченных средств (фондов потребления, расчетов по дивидендам).

В составе финансов также можно выделить формирование и движение производственных фондов денежных средств; обращение денежной части фондов и фондов, образованных в ходе распределения доходов между предприятием, органами власти и работниками. К основным функциям финансов хозяйствующего субъекта относятся:

1. аккумулирующая (мобилизация доходов, финансовых ресурсов, формирование капитала);
2. распределительная (оптимизация финансовых пропорций, надлежащее осуществление расходов, превращение финансовых ресурсов в целевые фонды денежных средств);
3. аналитико-контролирующая;
4. коммуникационная (финансовые отношения с контрагентами, государством и пр.).

Финансовые ресурсы предприятия - это часть денежных средств в форме доходов и внешних поступлений, предназначенных для выполнения финансовых обязательств и осуществления затрат по обеспечению расширенного воспроизводства.

Из определения финансовых ресурсов следует, что по происхождению они разделяются на внутренние (собственные) и внешние (привлеченные). В свою очередь, внутренние ресурсы представлены в стандартной отчетности в виде чистой прибыли и амортизации, а в превращенной форме - в виде обязательств. Чистая прибыль представляет собой часть доходов, которая образуется после вычета из общей суммы доходов обязательных платежей - налогов, сборов, штрафов, пени, неустоек, части процентов и других обязательных выплат. Чистая прибыль находится в распоряжении организации и распределяется по решениям ее руководящих органов. Внешние финансовые ресурсы делятся также на две группы: собственные и заемные. Такое деление обусловлено формой капитала, в которой он вкладывается внешними участниками в развитие данной организации: как предпринимательский или как ссудный капитал. Соответственно результатом вложений предпринимательского капитала является образование привлеченных собственных финансовых ресурсов, результатом вложений ссудного капитала - заемных средств. Все финансовые ресурсы, как внутренние, так и внешние, в зависимости от времени, в течение которого они находятся в распоряжении предприятия, делятся на краткосрочные (до одного года) и долгосрочные (свыше одного года).

**Вариативные (профильные) дисциплины**

**«Внутрифирменное планирование»**

Концепция внутрифирменного планирования*.* В зависимости от направленности и характера решаемых задач различают три уровня планирования:

- стратегическое

- среднесрочное

- тактическое

Стратегическое планирование заключается в основном в определении главных целей деятельности фирмы и ориентированного на определение намечаемых результатов с учетом средств и способов достижения поставленных целей и обеспечения необходимыми ресурсами (10-15 лет, основываются на огромных ресурсах).

Тактическое планирование заключается в определении промежуточных целей на пути достижения стратегических целей и задач (10-15 лет, основывается на огромных ресурсах). Цель – дать комплексное научное обоснование проблемы, с которой может столкнуться фирма в предстоящем периоде.

Среднесрочное планирование охватывает пятилетний срок как наиболее соответствующий периоду обновления производственного аппарата и ассортимента продукции. В нём формируются основные задачи на установленный период.

Тактическое планирование осуществляется путём детальной разработки оперативных планов для организации в целом и её отдельных подразделений в международном масштабе, в частности, программ маркетинга, планов по научным исследованиям, планов по производству, материально-техническому снабжению.

***Прогнозирование деятельности фирмы.*** **Прогнозирование** — деятельность, направленная на выявление и изучение возможных альтернатив будущего развития фирмы. Главная роль здесь отводится прогнозированию сбыта продукции. Основная цель прогноза — определить тенденции факторов, воздействующих на конъюнктуру рынка.

При прогнозировании обычно выделяют прогнозы краткосрочные — на 1 — 1,5 года, среднесрочные — на 4-6 лет и долгосрочные — на 10-15 лет.

Главный акцент при **краткосрочном прогнозировании** делается на количественной и качественной оценке изменений объема производства, спроса и предложения, уровня [конкурентоспособности товара](http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/konkurentosposobnost-tovara.html) и индексов цен, [валютных курсов](http://www.grandars.ru/student/finansy/valyutnyy-kurs.html), соотношений валют и кредитных условий. Учитываются также временные, случайные факторы.

**Среднесрочное** и **долгосрочное прогнозирование** основывается на системе прогнозов — [конъюнктуры рынка](http://www.grandars.ru/student/nac-ekonomika/konyunktura-rynka.html), соотношения спроса и предложения, ограничений по защите окружающей среды, международной торговли.

Важнейшими прогнозами в деятельности фирм являются прогнозы сбыта, при разработке которых могут быть использованы следующие основные методы:

* **опрос группы руководителей различных служб и отделов фирмы,** а также **обобщение оценок отдельных торговых агентов предприятия и руководителей его сбытовых подразделений**;
* **прогнозирование на базе прошлого оборота**;
* **анализ тенденций, циклов и факторов, влияющих на объем сбыта**;
* **корреляционный анализ**;
* **прогнозирование на основе «доли рынка» сбыта фирмы**;
* **анализ конечного использования**;
* **анализ ассортимента товаров** — прогнозы сбыта по отдельным видам изделий сводятся воедино и образуют плановый оборот фирмы. Метод подходит для диверсифицированных фирм; его точность зависит от детального исследования рынка каждого вида изделий;
* **пробный маркетинг -** один из самых точных подходов к прогнозированию сбыта. Новый продукт и система его продвижения на рынке (цены, виды рекламы, каналы сбыта, тип упаковки) проходят апробацию на небольшом региональном рынке, а затем информация об объеме продаж на нем распространяется на весь рынок сбыта фирмы;
* **методы стандартного распределения вероятностей**

***Стратегическое планирование в организации.*** **Стратегическое планирование** - это одна из функций [стратегического управления](http://www.stplan.ru/articles/theory/strman.htm), которая представляет собой процесс выбора целей организации и путей их достижения.

Стратегическое планирование обеспечивает основу для всех управленческих решений. Функции организации, мотивации и контроля ориентированы на выработку стратегических планов. Не используя преимущества стратегического планирования, организации в целом и отдельные люди будут лишены четкого способа оценки цели и направления корпоративного предприятия. Процесс стратегического планирования обеспечивает основу для управления членами организации.

**Этапы процесса  стратегического планирования**

1. Миссия организации.

2. Цели и ценности организации.

3. Оценка и анализ внешней среды.

4. Управленческое обследование сильных и слабых сторон.

5. Анализ стратегических альтернатив.

6. Выбор стратегии.

7. Реализация стратегии.

8. Оценка стратегии.



**Рис. 2  Процесс стратегического планирования**

1. Миссия организации. Первым и самым существенным решением при планировании будет выбор *целей* организации - ее миссии и конкретных целей.
Основная общая цель организации, т.е. четко выраженная причина ее существования – обозначается как ее  миссия. Цели вырабатываются для осуществления этой миссии.

2. Ценности и цели высшего руководства. Ценности формируются нашим опытом, образованием и социально-экономическим фоном. Ценности, или то относительное значение, которое мы придаем вещам и явлениям, направляют и ориентируют руководителей, когда они сталкиваются с необходимостью принятия критических решений.

3. Оценка и анализ внешней среды. Руководители оценивают внешнюю среду по трем параметрам:

* Оценить изменения, которые воздействуют на разные аспекты текущей стратегии.
* Определить, какие факторы представляют угрозу текущей стратегии.
* Определить, какие факторы представляют больше возможностей для достижения общефирменной цели путем корректировки плана.

 ***Маркетинговое планирование в организации.*** Под планированием маркетинга понимается логическая последовательность отдельных видов деятельности и процедур по постановке целей маркетинга, выбору стратегий маркетинга и разработке мероприятий по их достижению за определенный период исходя из предположений о будущих вероятных условиях выполнения плана, т.е. это деятельность по разработке различных видов плана маркетинга. Эта деятельность является элементом более общего понятия — системы планирования маркетинга, включающей помимо разработки плана маркетинга также его реализацию и контроль.

**Планирование в маркетинге направлено на решение следующих главных проблем:**

* определение целей (например, дифференциация товаров с учетом выбранных сегментов рынка, освоение новых товаров или рынков, решение проблемы конкурентоспособности и др.), а также основных принципов и критериев оценки самого процесса планирования;
* формирование структуры и резервов частных планов, характера их взаимной связи (например, увязка планов реализации товаров на отдельных сегментах рынка, сбытовой и производственной деятельности зарубежных отделений и филиалов и т. д.);
* определение характера исходных данных, необходимых для планирования (состояние и перспективы рынка, текущие и предполагаемые в перспективе потребности конечных пользователей продукции предприятия, прогнозные данные об изменении товарной структуры внешних рынков и т. п.);
* определение общей организации процесса и рамок планирования (уровни компетенции и ответственности управляющих, права и обязанности организационно-структурных подразделений предприятия и т. п.).



Рис. 1. Основные этапы маркетингового планирования

***Планирование производства продукции.*** План производства и реализации продукции должен удовлетворять конкретные потребности покупателей (потребителей) и быть тесно связан с разрабатываемой общей стратегией развития предприятия, проектированием конкурентоспособной продукции, организацией ее производства и реализации, а также с выполнением других функций и видов внутрихозяйственной деятельности.

В годовом плане производства каждого предприятия содержится  взаимосвязанная система следующих плановых показателей:

-  основная цель производственной деятельности предприятия и ее отдельных подразделений на плановый период;

-  объем и сроки производства продукции, работ и услуг с указанием конкретных количественных и качественных показателей по всей номенклатуре товаров;

-  расчет производственной мощности предприятия, цехов и участков, подтверждающих ее сбалансированность с годовыми объемами производства, равновесия спроса и предложения;

-  определение потребности ресурсов на выполнение годовой производственной программы предприятия и его подразделений, расчет баланса полуфабрикатов и комплектующих;

-  распределение планируемых работ по основным цехам, а также сроком изготовления и поставок продукции на рынок;

-  выбор средств и методов достижения запланированных показателей, расчет объемов незавершенного производства, коэффициентов загрузки технологического оборудования и производственных площадей;

-  обоснование методов и форм организации производства запланированных товаров, работ и услуг, контроля выполнения планов производства и реализации продукции.

В планах производства устанавливаются основные источники и размеры финансирования по каждому виду деятельности предприятия, предельно-допустимые затраты по этапу и виду работ, конечные результаты по отдельным подразделениям, видам потоков и сроком поступления денежных средств. В ходе внутрипроизводственного планирования каждое структурное подразделение, цех или отдел разрабатывают свои планы производственной деятельности, которые затем увязываются с общим планом предприятия.\

***Планирование материальных ресурсов.*** Для эффективного использования материальных ресурсов важен процесс их планирования. Правильная система планирования основана на 3 аспектах: объект планирования, требуемые ресурсы, наличие ресурсов. Для правильного планирования материальных ресурсов необходимо, правильно изучить рынок сбыта и выявить необходимые рынку товары. Но важно отметить наличие равенства между возможностями организации и потребностями рынка. Для этого необходимо разработать план уравновешивания рыночного спроса с имеющимися производственными ресурсами, запасами и производительностью.

Для наиболее эффективного планирования на предприятии должна быть разработана система планирования и контроля. Данная система может быть представлена из пяти уровней:

* стратегический бизнес-план;
* план производства (план продаж и операций);
* главный календарный план производства;
* план потребности в ресурсах;
* закупки и контроль над производственной деятельностью.

Потребность в материальных ресурсах определяется в трех оценках:

* в натуральных единицах измерения, что необходимо для установления потребности в складских помещениях;
* по стоимости - для выявления потребности в оборотных средствах;
* в днях обеспеченности - в целях планирования и контроля за выполнением графика поставки.

***Планирование труда и заработной платы.*** Основой планирования труда и заработной платы является учет всех ресурсов и факторов роста производительности труда, определение оптимальной численности и структуры персонала, обоснованный расчет фонда заработной платы.

Исходными данными для составления плана по труду и заработной плате являются:

1)  Задания по росту производительности труда, по численности работающих, задание по сокращению ручного труда, фонд заработной платы и норматив заработной платы на один рубль продукции.

2)  План производства и реализации продукции.

3)  Плановые нормы затрат труда.

4)  Расчетные условия по заработной плате.

5)  Отчетные данные о выполнении плана его труду.

6)  Нормативные и справочные материалы.

Производительность труда может быть выражена в абсолютном значении в виде показателя уровня производительности труда и в относительном – в виде процента роста ее к предыдущему периоду.

Уровень производительности труда характеризуют показателями:

1)  товарной (иногда валовой) продукции приходящейся на одного среднесписочного работающего за единицу времени (год);

2)  трудоемкостью единицы продукции;

3)  объемом нормативно-чистой продукции, приходящейся на одного среднесписочного работающего.

***Бюджетирование как метод внутрифирменного планирования.*** Бюджетирование как методология включает принципы, логику, методы обоснования бюджетов в системе управления предприятием по структурным подразделениям, видам деятельности с последовательной их ориентацией на получение высоких конечные результатов (при этом оценка вида деятельности или подразделения осуществляется по вкладу в достижение общих целей, прибыльности).

При рассмотрении [бюджетирования](http://www.cis2000.ru/Budgeting/) как процесса необходимо выделить три его основных элемента:

·     организационное обеспечение касается вопросов внутрифирменной организации подразделений и служб предприятия, которые несут ответственность за обеспечение и поддержание самого процесса [бюджетирования](http://www.cis2000.ru/Budgeting/), а также предусматривает выбор лица, отвечающего за правильное и своевременное выполнение процесса.

·     процесс [бюджетирования](http://www.cis2000.ru/Budgeting/), который разбивается на отдельные процедуры: планирование, исполнение бюджетов, сбор и анализ фактических данных и т.д.- при этом должен быть разработан и утвержден регламент, с помощью которого контролируется выполнение всех указанных процедур.

·     технология [бюджетирования](http://www.cis2000.ru/Budgeting/) включает в себя формирование и консолидацию [бюджетов предприятия](http://www.cis2000.ru/Budgeting/BudgetEnterprise.shtml). Для этого разрабатывается финансовая структура предприятия, представляющая собой совокупность центров ответственности. Для каждого из них отдельно формируются соответствующие бюджеты.

**Бюджет продаж** – операционный бюджет, содержащий информациюозапланированном объеме продаж, цене и ожидаемом доходе от реализации каждого вида товара. Роль этого бюджета настолько велика, что приводит к необходимости создания отдельного подразделения со своей инфраструктурой, качественно и постоянно занимающегося изучением рынка, анализом портфеля товаров и т.д. Как правило, это отдел маркетинга. Качество составления бюджета продаж непосредственным образом влияет на процесс бюджетирования и успешную работу организации.

**«Национальная экономика»**

***Особенности современного состояния экономики России.*** ВВП России сократился в 2015 г. на 3,7% после роста на 0,7% в 2014 г., уточнил Росстат. Объем ВВП составил в 2015 г. 80 трлн 412,5 млрд руб. против 77 трлн 893,1 млрд руб. в 2014 г.

Индекс промышленного производства за пять месяцев упал на 2,3%. Падение в мае оказалось еще более существенным, достигнув 5,5%. Обрабатывающая промышленность демонстрирует худшие показатели из всех видов промышленного производства. Ее сокращение за 5 месяцев достигло 4,1%.

Динамика снижения промышленного производства указывает на то, что признаков оживления в экономике нет и, напротив, спад ускоряется. Промышленность сокращается на фоне роста издержек (удорожание кредитов, комплектующих из-за девальвации), дефицита инвестиций (дорогие кредитные деньги), низкого платежеспособного спроса в результате резкого сокращения заработных плат. По ряду отраслей падение за период январь-май 2015 года превышает 10%.

Инвестиции в основной капитал демонстрируют тенденцию на дальнейшее снижение. И это  главный фактор для прогнозирования динамики экономики (лаг 0,5 – 1 год). +

За период январь-май 2016 года  падение составило 4,8%. Оно было вызвано сокращением привлеченных средств, что прямо сопряжено с удорожанием кредитов, импортной продукции машин и оборудования в результате девальвации рубля. Падение инвестиций  - длительное явление, которое идет  с 2013 года. Сокращение инвестиций связано с уменьшением объемов государственной поддержки и объема привлеченных средств в результате снижения доходности бизнеса.

Май 2015 года показал худшие показатели социально-экономического развития с начала 2015 года, обнаруживая тенденцию нарастания динамики кризисных явлений. Это, прежде всего, говорит о неэффективности антикризисной практики правительства.  В течение 5 месяцев наблюдался неуклонный спад. Признаков оживления экономика не демонстрирует. Факторы экономического оживления  в виде инвестиций в основной капитал, потребительского спроса, состояния денежно-кредитной политики демонстрируют негативные тенденции. Это указывает на дальнейший спад.

Экономика находится в рецессии, уровень жизни населения продолжает сокращаться, объемы промышленного производства падают, что доказывает, что кризис не преодолен.

***Программы развития национальной экономики.*** Повышение национальной конкурентоспособности России

Повышение национальной конкурентоспособности является комплексной задачей, успех которой определяется развитием человеческого капитала, экономических институтов, реализацией и укреплением уже имеющихся конкурентных преимуществ России в энергосырьевых отраслях и транспортной инфраструктуре и созданием новых конкурентных преимуществ, связанных с диверсификацией экономики и формированием мощного научно-технологического комплекса и экономики знаний.

Развитие науки, национальной инновационной системы и технологий в России

Для создания эффективной национальной инновационной системынеобходимо:

1. повысить спрос на инновации со стороны большей части отраслей экономики (сейчас технологическое обновление производства опирается преимущественно на импорт технологий, а не на российские разработки);
2. повысить эффективность сектора генерации знаний (фундаментальной и прикладной науки);
3. преодолеть фрагментарность созданной инновационной инфраструктуры, поскольку многие ее элементы созданы, но не поддерживают инновационный процесс на протяжении всего процесса генерации, коммерциализации и внедрения инноваций.

Авиационная промышленность и двигателестроение в России

Цель: достижение 10-15 процентного уровня мирового рынка продаж гражданской авиационной техники в 2020-2025 годах.

Приоритетные направления развития авиационной промышленности.

Приоритетными направлениями развития базовых отраслей промышленности являются выравнивание условий конкуренции российских и иностранных производителей на российском рынке и поддержка экспорта российской промышленной продукции.

***Региональная экономическая политика.*** Региональная экономическая политика является базисной, основополагающей в системе всех политических решений. От действенности и эффективности её проведения зависит уровень национального богатства всей страны и каждого региона, условия и качество жизни населения. Экономическая политика выполняет дирижирующую роль во всей управленческой деятельности.
Региональная экономическая политика в Российской Федерации находится в сложном положении, о чём свидетельствует современное состояние национальной и региональных экономик.
 Объём российского валового внутреннего продукта составляет всего лишь 2%, против 23% США, 12% Китая, 21% ЕС. Относительно слабая сырьевая экономика в определённой мере есть результат бессистемной экономической политики.
Подобное состояние обусловлено историческим наследием ХХ столетия и современными ошибками переходного периода.
Региональная экономика советского государства развивалась на основе монопольной собственности, жёсткого директивного планирования и ведомственно-отраслевого диктата. В процессе функционирования в ней проявились следующие негативные тенденции:

1. Деформация структуры экономики регионов в сторону военно-промышленного и горно-добывающего комплексов.
2. Гигантизм во всех сферах экономики, сопровождающийся чрезмерной заводской и территориальной концентрацией производства. Примерами могут служить гиганты Урала – Уралмашзавод, Южуралмаш, Магнитогорский металлургический комбинат, Уралвагонзавод и т.д.
3. Застой в сельскохозяйственном производстве, господство колхозно-совхозной (по существу, государственной) собственности и как результат импорт зерна и продовольствия.
4. Чрезмерная трудозатратность, повышенная сырьевая и энергетическая ёмкость экономики, низкое качество продукции.
5. Отсутствие конкуренции между товаропроизводителями.
6. Административные методы управления региональной экономикой.

Региональная экономическая политика была сфокусирована в центре и часто проводилась без учёта местной специфики, особенностей формирования территориально-производственных комплексов. В политике превалировали такие принимаемые решения, которые несли черты стандартизации для всех регионов страны и игнорирования специфики каждой территории.

***Тюменская область в экономике России.*** Тюменская область без входящих в нее Ханты-Мансийского и Ямало-Ненецкого автономных округов является крупной составной частью Уральского федерального округа и Российской Федерации в целом. По размерам территории (161,8 тыс. кв. км) Юг области находится на 27 месте среди регионов страны, по численности населения (1,34 млн. чел.) - на 41 месте, объему промышленного производства в 2001 г. - на 52 месте, валовому сбору зерна - на 16 месте, производству мяса скота и птицы - на 22 месте, вводу жилых домов - на 26 месте, объемам розничного товарооборота - 25 месте, платных услуг - 28 месте, доходам населения - на 18 месте.

Предприятия Юга области поставляют на Север разнообразную продукцию производственного и потребительского назначения. Главным ресурсом, поступающим в обратном направлении, является природный газ. Для Юга Тюменской области характерен сравнительно узкий набор полезных ископаемых, в настоящее время используются пески, глины и подземные воды. В перспективе может быть организована добыча йода и брома, которые в основном используются в медицине и нефтехимии. Самым ценным минеральным ресурсом является нефть, запасы которой сосредоточены в северной части Юга области, главным образом в Уватском районе.

Вклад в ВВП страны. По производству валового регионального продукта, объему инвестиций в основной капитал, наличию основных фондов отраслей экономики в расчете на душу населения показатели Юга области соответствуют среднероссийскому уровню.

***Конкурентоспособность национальной экономики.***  Конкурентоспособность национальной экономики является определяющим фактором формирования и развития внешней торговли страны. Рост инернационализации хозяйственной жизни существенно усложнил взаимосвязи конкурирующих между собой компаний и особенно отдельных стран, что потребовало анализа проблем, связанных с раскрытием понятия конкурентоспособности национальной экономики. В этой связи особенно важным представляется выяснение методологических проблем, связанных с оценкой конкурентоспособности национальной экономики. Конкурентоспособность формируется на четырех уровнях: - конкурентоспособность товаров (микроконкурентоспособность); - конкурентоспособность фирм национального базирования (мезоконку- рентоспособность); - конкурентоспособность функционирования всей совокупности государственных, частных и общественных институтов (макроконкурентоспо- собностъ); - конкурентоспособность интеграционных объединений нескольких стран, которые договариваются проводить согласованную экономическую политику, то есть создают совокупные конкурентные преимущества на международном уровне.

Рейтинг конкурентоспособности 47 стран определяется на основе многофакторных моделей, в которых около 300 показателей сгруп­пированы в восемь агрегированных факторов:

1) экономический потенциал и темпы роста экономики;

2) эффективность промышленного производства;

3) уровень развития науки и техники, темпы освоения научно-технических достижений;

4) участие в международном разделении труда;

5) динамичность и емкость внутреннего рынка;

6) гибкость финансовой системы;

7) воздействие государственного регулирования экономики;

8) уровень квалификации трудовых ресурсов;

9) обеспеченность трудовыми ресурсами;

10) социально-экономическая и внутриполитическая ситуация

Около 2/3 критериев рассчитывается на базе статистических дан­ных, 1/3 получается по оценкам аналитиков, экспертов и опросам руководителей крупных корпораций.

***Инвестиционная деятельность в национальной экономике.***Инвестиции – это денежные средства, целевые банковские вклады, акции и другие ценные бумаги, технологии, машины, оборудование, лицензии, в том числе товарные знаки, кредиты, любое другое имущество или имущественные права, интеллектуальные ценности, вкладываемые в объекты предпринимательской деятельности и других видов деятельности в целях получения доходов (прибыли) и достижения положительного социального эффекта.

Инвестиционная деятельность представляет собой вложение инвестиций (инвестирование) и совокупность практических действий по реализации инвестиций.

В условиях рыночной экономики категория «инвестиционная деятельность» характеризуется следующими чертами:

- связью инвестиций с получением дохода как мотива инвестиционной деятельности;

- подходу к инвестициям как единству двух сторон: ресурсов (капитальные ценности) и вложений (затрат);

- рассмотрение инвестиций в динамике, что позволяет объединить ресурсы, вложения и отдачу вложенных средств как мотива данного объединения;

- включение в состав объектов инвестирования любых вложений, дающих экономический (социальный) эффект.

Инвестиции определяются так же как процесс, в ходе которого осуществляется преобразование ресурсов в затраты с учетом целевых установок инвесторов – получения дохода (эффекта).

В процессе воспроизводства осуществляется постоянная трансформация объекта инвестиций, отражающая его двойственную структуру: ресурсы преобразуются во вложения, в результате использования вложений формируется доход, являющийся источником инвестиционных ресурсов следующего цикла.

Субъектами инвестиционной деятельности являются инвесторы, заказчики, исполнители работ, пользователи объектов инвестиционной деятельности, а также поставщики, юридические лица (банковские, страховые, посреднические организации, инвестиционные фонды) и другие участники инвестиционного процесса.

Объектами инвестиционной деятельности в Российской Федерации являются:

-вновь создаваемые и модернизируемые основные фонды и оборотные средства во всех отраслях народного хозяйства;

-ценные бумаги (акции, облигации и др.);

-целевые денежные вклады;

-научно-техническая продукция и другие объекты собственности;

-имущественные права и права на интеллектуальную собственность.

***Национальный рынок труда.*** Экономически активное население— это часть населения, которая предлагает свой труд для производства товаров и услуг. Уровень экономической активности населения — доля экономически активного населения в общей численности населения. В международных статистических стандартах говорится о том, что термин «экономически активное население» может иметь два значения в зависимости от продолжительности периода, к которому оно применяется. Если определяется экономически активное население за короткий период, равный неделе или дню, то подразумевается население, активное в данный период, к которому применяется также термин «рабочая сила», если за длительный период — то подразумевается обычно активное население.

Уровень безработицы— это удельный вес безработных в численности экономически активного населения.

В настоящее время в мировой практике применяются два основных метода измерения безработицы:

1. на основеданных соответствующих служб о зарегистрированных безра­ботных
2. общенациональных выборочных обследований домохозяйств.

В экономической теории выделяют пять основных причин безработицы:

- структурные сдвиги в экономике, выражающиеся в том, что внедрение новых технологий, оборудования приводит к сокращению излишней рабочей силы;

- экономический спад или депрессия, которые вынуждают работодателей снижать потребность во всех ресурсах, в том числе и трудовых;

- политика правительства и профсоюзов в области оплаты труда:

повышение минимального размера заработной платы увеличивает издержки производства и тем самым снижает спрос на рабочую силу;

- сезонные изменения в уровне производства в отдельных отраслях экономики;

- изменения в демографической структуре населения, в частности рост численности населения в трудоспособном возрасте увеличивает спрос на труд и, возрастает вероятность безработицы.

***Теневая экономика.*** Теневая экономика — деятельность субъектов хозяйствования, которая развивается вне государственного учета и контроля.

Это сложное социально-экономическое явление, охватывающее всю систему общественно-экономических отношений, и прежде всего — неконтролируемый обществом сектор воспроизводства, где производство, распределение, обмен и потребление экономических благ и предпринимательских способностей скрываются от органов государственного управления.

Существуют разнообразные виды деятельности, которые противостоят полезному развитию экономики, наносят вред обществу и создают теневую экономику — экономику деформирующую и общественно опасную. Выявление подобных негативных образований, их блокирование и преодоление — непременное условие полноценного развития общества.

Понимание сущности теневой экономики как общественно вредной деятельности позволяет в полном объеме выявить данный сектор, увидеть внутренние связи и взаимообусловленность соответствующих явлений, что дает возможность вскрыть условия, причины и механизмы возникновения и распространения теневого сектора экономики как социально-экономического явления, присущего любой общественной формации.

Типологизация разновидностей теневой экономики по трем критериям — их связь с «белой» («первой», официальной) экономикой, а также субъекты и объекты экономической деятельности — выделяет следующие секторы теневой экономики:

* «вторая» («беловоротничковая») - это запрещенная законом скрываемая экономическая деятельность работников «белой» экономики на их рабочих местах, приводящая к скрытому перераспределению ранее созданного национального дохода. В основном подобной деятельностью занимаются «респектабельные люди» из руководящего персонала («белые воротнички»), поэтому эту разновидность теневой экономики также называют «беловоротничковой»;
* «серая» («неформальная») - разрешенная законом, но не регистрируемая экономическая деятельность (преимущественно мелкий бизнес) по производству и реализации обычных товаров и услуг. Это самый обширный сектор теневой экономики. В отличие от «второй» экономики, которая неразрывно связана с «белой» экономикой и паразитирует на ней, «серая» функционирует более автономно.;
* «черная» («подпольная») теневая экономика - запрещенная законом экономическая деятельность, связанная с производством и реализацией запрещенных товаров и услуг. Это все виды деятельности профессиональных преступников, полностью исключенные из нормальной экономической жизни, поскольку они считаются несовместимыми с ней, разрушающими ее. Это не только основанное на насилии перераспределение — кражи, грабежи, вымогательство, но и производство товаров и услуг, разрушающих общество, например наркобизнес и рэкет.

***ТЭК как основа экономики России.*** Топливно-энергетический комплекс (ТЭК) — один из межотраслевых комплексов национальной экономики, представляющий совокупность тесно связанных и взаимозависимых отраслей топливной промышленности и электроэнергетики, действующий как единое целое для удовлетворения потребностей народного хозяйства и населения страны в топливно-энергетических ресурсах.

В ТЭК входят следующие отрасли:

* + газовая —газовый комплекс, включающая в себя предприятия по геологоразведке, добыче, транспортировке и хранению запасов природного газа, попутного газа нефтедобычи, производству сжиженного газа;
	+ нефтяная —нефтяной комплекс, включающая в себя предприятия по геологоразведке, добыче, транспортировке и хранению запасов сырой нефти и нефтепродуктов, а также нефтеперерабатывающие предприятия.

По производству энергетических ресурсов топливно-энергетический комплекс России занимает 2-е место в мире (после США), а по их внутреннему потреблению — 3-е (после США и Китая). Россия не только полностью обеспечивает себя топливно-энергетическими ресурсами, но и экспортирует их в значительных количествах.

Россия занимает первое место в мире по запасам природного газа (23% мировых запасов) и по объемам его ежегодной добычи, обеспечивая 25% в мировой торговли этим энергоносителем, доминируя как на европейском газовом рынке, так и на рынке стран СНГ. В общем объеме потребления газа в странах зарубежной Европы (включая Турцию, но, не учитывая страны СНГ) на российский газ приходится около 30%. Обладая уникальной газотранспортной системой, Россия также играет важную роль в обеспечении поставок центральноазиатского газа в Европу и страны Содружества Независимых Государств.

**«Отраслевые и региональные рынки»**

***Информация и структура отраслевого рынка.*** Экономическая информация производится путем взаимодействия экономических агентов. Действия каждой стороны модифицируют функцию спроса или функцию предложения. Равновесная цена рынка изменяется, рождая, в свою очередь, новую информацию относительно основных потребительских свойств товара. Как только действие произошло, информация, которую оно генерировало, распространяется далее по рынку. И уже невозможно аннулировать эту информацию даже путем противодействия, которое только добавит новую информацию.

Кроме того, информация системы цен, если она одна и та же для всех, не будет получена всеми агентами одинаковым способом. И особенно важно, что реакция экономических агентов на эту информацию неизвестна. Имеется в виду информация о поведении в будущем. В итоге из неизвестности результатов поведения фирмы, которому она может решить следовать, может возникнуть ограниченность информации. Если фирма выбирает какую-либо стратегию действий, результат будет зависеть от стратегических решений конкурентов. Однако она не может оценить стратегию, которую выберет конкурент, из-за ограниченности информации. Если экономические агенты не располагают одинаковой информацией о состоянии продукта, равновесие между предложением и спросом нестабильно. Вообще это равновесие в условиях ограниченности информации может определяться как неоптимальное, неэффективное, или как провал рынка. Иными словами, предоставляемая системой цен информация менее эффективна, но в течение длительного периода времени она способствует использованию метода проб и ошибок.

Особый тип ограниченности информации — ее асимметрия, т.е. такая ситуация, когда одни экономические агенты информированы лучше других. В основе этого явления лежит целый ряд причин, среди которых можно отметить следующие:

степень точности и надежности информации из разных источников различна. Кроме того, информация имеет свойство устаревать и терять свою актуальность. Получение информации влечет за собой определенные расходы. В связи с этим потребителю невыгодно искать или получать информацию, если предельные издержки на ее получение превышают предельные выгоды от ее применения;

способности к восприятию и использованию информации с целью принятия решений ограничены, что объясняет стремление получить и выделить наиболее важную информацию, что непросто. Процесс обработки информации также требует определенных издержек. В связи с этим разумный экономический агент будет обрабатывать информацию до тех пор, пока предельные издержки на ее обработку не сравняются с предельными выгодами от нее. Такое поведение называется ограниченной рациональностью;

корректное использование информации. Необходимо обладать или определенными знаниями, или соответствующими инструментами и уметь их применять для правильной оценки использования полученной информации. В связи с представляется важным четко определить, что конкретно ограничивает информацию о качестве товаров на рынке, о структуре цен.

***Рыночная концентрация: монопольная власть и доминирующее положение фирмы.*** Рыночная концентрация – это степень преобладания одного или нескольких независимых хозяйствующих субъектов в системе реализации взаимозаменяемых товаров на одном отраслевом рынке.

Расчет степени концентрации рынка и доли фирм необходим:

· для определения доминирующего положения;

· для включения в Реестр хозяйствующих субъектов с долей рынка более 35%;

· с целью выявления согласованных действий фирм, ограничивающих конкуренцию;

· с целью выявления злоупотреблений доминирующим положением фирм, которые преследуются законом;

· для разработки политики демонополизации на отраслевом рынке и поддержке малого предпринимательства;

· для государственного контроля за созданием, реорганизацией, ликвидацией коммерческих организаций и их объединений;

· для государственного контроля за соблюдением антимонопольного законодательства при приобретении акций (долей) в уставном капитале коммерческих организаций.

Показатели концентрации характеризуют степень неравномерности распределения объемов производства или продаж товара между фирмами, а также возможность воздействия каждого из них на общие условия обращения товаров на отраслевом рынке. Уровень концентрации тем выше, чем меньше число фирм, функционирующих на данном рынке. Если на рынках действует одинаковое число фирм, то рынок будет характеризоваться большей концентрацией с фирмами в большей степени отличающихся друг от друга по размеру. Чем меньше фирм действует на рынке, тем легче им осознать взаимную зависимость друг от друга, и тем скорее пойдут они на сотрудничество или сговор. Поэтому можно предположить, что чем выше уровень концентрации, тем менее конкурентным будет рынок.

***Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения: стратегическое взаимодействие крупных фирм на отраслевом рынке.*** Вертикальная интеграция играет ведущую роль в организации деятельности современных рыночных структур. Эффективность деятельности отраслевого рынка во многом зависит от наличия полноты информации и возможности грамотно реализовать экономическую политику, этим определяется четкость действий фирм. Данные детерминанты и приводят к вертикальной интеграции рыночных элементов.

Вертикальные ограничения в отношениях между производителями и дистрибьюторами возникают для решения таких проблем, как:

* проблема «двойной надбавки» (аналогично рассмотренной выше);
* проблема «дистрибьюторов-безбилетников»;
* проблема «производителей-безбилетников»;
* проблема избыточной конкуренции между дистрибьюторами

Вертикальная интеграция, как метод решения проблемы **«двойной надбавки»**, используется широко, однако, она сопряжена со слишком высокими издержками. Создание собственной сбытовой сети или поглощение существующей требует необратимых издержек, дестимулирующих проникновение производителя на новые товарные рынки. Альтернативой вертикальной интеграции служит использование системы вертикальных ограничений.

Покупка компании представляет собой не что иное, как приобретение активов в виде готовой фирмы. Но свершившаяся сделка влечет за собой, прежде всего смену собственника. Интегрировать активы так, чтобы установить контроль над собственностью, достаточно сложно. Однако это еще не означает, что интеграционный процесс завершился. Далее необходимо из двух компаний создать единую организационную структуру, которая будет соответствовать характеристикам активной фирмы.

Другой важный вопрос — осуществление эффективного управления подразделениями объединенных фирм. Рост размеров фирмы за счет слияния влияет и на концентрацию на отраслевом рынке, и на степень рыночной власти вновь образованной организационной структуры, которая расширила властные, внутрифирменные отношения до пределов объединения ранее независимых фирм.

Таким образом, интеграция, осуществляющаяся в процессе приобретения одной фирмой другой, предполагает установление *полного контроля,* как над собственностью, так и за поведением. Следовательно, здесь мы имеем дело с интеграцией в*классическом представлении,* когда формируется новый субъект рынка.

Антиподом интеграции является процесс дезинтеграции компании. Отчасти *аутсорсинг* является процессом дезинтеграции. Компании прибегают к аутсорсингу в тех случаях, когда при наличии полного контроля над собственностью становится все труднее осуществлять эффективный контроль за управлением активами.

***Отраслевой рынок и дифференциация продукта.*** Дифференциация продукта на отраслевом рынке может быть реальной и фантомной. Первая предполагает действительное изменение внутренних свойств продукта. Фантомная же дифференциация затрагивает лишь внешние его характеристики: другой внешний вид, упаковку, что не отражается на внутренних свойствах продукта, и т.п.

В известной мере дифференциация продукта — субъективная характеристика, зависящая от поведения покупателя.

Измерение степени реальной дифференциации продукта осу­ществляется разными способами.

Прежде всего, ее определяют как долю продаваемых брендов на отраслевом рынке в общем объеме продаж данного изделия или как долю выпуска марочной продукции данным предприятием в общем объеме продаж конкретного изделия.

Другим методом измерения степени дифференциации может быть расчет перекрестной эластичности спроса, которая показывает, какова реакция спроса на данный продукт при изменении цены на другой бренд. Зависимость здесь такова: чем выше этот показатель, тем в большей степени в глазах потребителей разные бренды предстают в качестве субститутов.

Степень дифференциации продукта может быть косвенно оценена на основании издержек, связанных с рекламной деятельностью фирмы. Если исходить из того, что расходы на рекламу тесно связаны с дифференциацией продукта, то долю расходов на рекламу брендов в объеме их продаж также можно рассматривать в качестве показателя степени дифференциации продукта.

Индекс энтропии (Е) иногда также рассматривается в качестве показателя степени дифференциации продукта:

(3.1.)

где qi — число магазинов, в которых потребитель покупает продукт А;

п — количество покупаемого товара А.

Если энтропия стремится к единице, то потребители покупают продукт А в одном магазине. Следовательно, степень дифференциации продукта максимальна. Энтропия, стремящаяся к нулю, свидетельствует о том, что потребители покупают продукт А равномерно в разных магазинах.

Дифференциация продукта и градация отраслевых рынков

Специалистами Бостонской консультативной группы (BCG) предложена градация отраслевых рынков, различающая их в зависимости от количества и величины конкурентных преимуществ, в частности дифференциации продукта.

Любой отраслевой рынок не является однородным феноменом, а представляет собой сложное образование с определенной степенью дифференциации продукта. Поэтому отраслевые рынки подразделяются на такие, где имеют место высокая инизкая степени дифференциации продукта, а также объемные, ограниченные, специализированные и фрагментарные.

Объемный отраслевой рынок предполагает, что компания может за счет небольшого количества конкурентных преимуществ достичь заметной результативности. Уровень прибыльности напрямую зависит от размера и доли компании на рынке.

Ограниченный отраслевой рынок свидетельствует о том, что потенциальные возможности получения конкурентных преимуществ у фирмы незначительны. Производство меди, например, не предполагает сравнительно быстрого приобретения конкурентного преимущества. Результативность здесь практически не зависит от принадлежащей производителю доли рынка.

Специализированный отраслевой рынок открывает широкие воз­можности для фирмы по дифференцированию продукта. Например, создавая высокоспециализированное оборудование, фирма может предлагать самые различные его варианты.

Фрагментарный отраслевой рынок предполагает, что фирма обладает широкими возможностями по дифференцированию предложений, но они не могут составить основу для формирования решающего конкурентного преимущества. Норма прибыли у мелкой и у крупной консультационной компании не зависит от степени дифференциации услуг, и доля рынка вряд ли увеличится.

***Государственная отраслевая политика.*** Государственное регулирование экономики охватывает все стороны общественного воспроизводства. В период перехода к рыночным отношениям государственного регулирования особенно необходимо при проведении экономических реформ. Исключительно важна роль государственного регулирования в территориальном развитии, определении внутрирегиональных и межрегиональных пропорций, выравнивании уровней социально – экономического развития регионов, формировании региональных рынков. Государство должно регулировать природопользование, внешнеэкономические связи, структурную перестройку. Рыночный механизм нуждается в коррекции, которую способно осуществить только государство.

Государство применяет регуляторы, стабилизаторы, социальные компенсации. Данные инструменты государственного регулирования применяются в методах прямого и косвенного воздействия на экономику.

Государство воздействует на экономические отношения при помощи прямых и косвенных методов регулирования.

Прямые методы государственного воздействия основаны на вмешательстве в деятельность экономических агентов (используя государственную власть) и не содержат экономических стимулов. К ним следует отнести:

– разработку стратегических целей развития экономики страны и их дальнейшую детализацию в государственных планах и программах;

– составление государственных заказов и контрактов на поставку определенной продукции, выполнение работ, оказание услуг;

– государственную поддержку этих программ и заказов;

– законодательно закрепленные нормативные требования к качеству продукции и ее сертификации;

– составление перечня ограничений и запретов по выпуску определенных видов продукции;

– лицензирование внешнеторговых операций.

Косвенные методы государственного регулирования воздействуют на экономические интересы хозяйствующих субъектов, опираясь на товарно-денежные отношения. К косвенным методам относятся:

– система налогообложения, предоставление налоговых льгот;

– регулирование цен;

– объем платежей за используемые ресурсы;

– определение ставок процента за кредит, кредитные льготы;

– установление валютного курса и условий обмена валют;

– таможенное регулирование экспортно-импортных операций.

***Факторы, определяющие структуру рынка.*** Исследования экономистов показали, что в основу определения того, к какому типу относится та или иная рыночная структура, должны быть положены следующие критерии:
— количество фирм, представленных на рынке той продукции, которая выпускается данной отраслью;
— характер производимой продукции (стандартная или дифференцированная);
— наличие или отсутствие барьеров на пути вхождения фирм в данную отрасль или выхода из нее;
— степень доступности экономической информации.

По степени развития конкуренции экономическая теория выделяет следующие основные типы рынка: Рынок совершенной конкуренции,Рынок несовершенной конкуренции, которая разделяется на: монополистическую конкуренцию, олигополию, монополию.

***Виды рынков в регионе.*** Региональный рынок - рынки отдельного региона, отличающиеся как местоположением, так и видами представленных на них товаров, ценами, конъюнктурой, спросом и предложением товаров.

В систему региональных рынков входят:

- потребительский рынок (рынок благ);

- рынок земли и недвижимости;

- рынок труда;

- рынок капиталов (кредитный рынок и рынок ценных бумаг);

- рынок информации;

- рынок природных ресурсов;

- рынок культурных ценностей;

- рынок образовательных услуг и др.

***Фактор формирования спроса на региональных рынках.*** Денежный оборот предприятия— это совокупность всех его платежей и расчетов в наличной и безналичной формах за определенный период времени либо это реальное движение денег в процессе индивидуального кругооборота капитала предприятия.

По своей сущности денежный оборот — это процесс непрерывного движения денег в наличной и безналичной формах, отражающий закономерности движения денег и товаров. Его материальной основой является товарное обращение.

Денежный оборот организации по своей структуре подразделяется на две сферы: наличную и безналичную. Налично-денежный оборот включает платежи, производимые с использованием наличных денег. Безналичный денежный оборот— совокупность расчетов, совершаемых путем безналичных перечислений по счетам плательщиков и получателей средств, зачета взаимных требований, передачи оборотных документов.

 Инвестиционный спрос характеризуется высокой степенью подвижности и формируется под воздействием целого комплекса факторов, среди которых можно условно выделить макро- и микроэкономические факторы.

На макроэкономическом уровне факторами, определяющими инвестиционный спрос, являются: национальный объем производства, величина накоплений, денежных доходов населения, распределение получаемых доходов на потребление и сбережение, ожидаемый темп инфляции, ставка ссудного процента, налоговая политика государства, условия финансового рынка, обменный курс денежной единицы, воздействие иностранных инвесторов, изменение экономической и политической ситуации и др.

**«Стоимость бизнеса и методы его оценки»**

***Понятие, цели и принципы оценки бизнеса.*** Оценка стоимости предприятия (бизнеса) — это расчет и обоснование стоимости предприятия на определенную дату. Оценка стоимости бизнеса, как и любого другого объекта собственности, представляет собой целенаправленный упорядоченный процесс определения величины стоимости объекта в денежном выражении с учетом влияющих на нее факторов в конкретный момент времени в условиях конкретного рынка. Несколько громоздкое, на первый взгляд, определение сущности оценки стоимости раскрывает, тем не менее основные (сущностные) черты данного процесса. Давайте разберем каждую из них.

Целью оценки бизнеса является определение стоимости объекта в зависимости от тех целей, для которых проводится оценка.

Существуют следующие виды принципов оценки:

1) принципы пользователя;

2) принципы, связанные с оценкой отдельных видов имущества;

3) принципы, связанные с внешней средой.

Принципы пользователя включают в себя:

1) принцип полезности – любой объект обладает стоимостью только в том случае, если имеет полезность для владельца (получение дохода и тому подобное);

2) принцип замещения – разумный покупатель не заплатит за объект больше, чем наименьшая цена, за другой объект с такой же полезностью;

3) принцип ожидания – стоимость объекта определяется ожидаемой пользой, которую получит владелец объекта в будущем.

Принципы, связанные с оценкой отдельных объектов, включают в себя:

1) принцип остаточной продуктивности земельного участка – стоимость земельного участка определяется как остаточный доход после оплаты всех расходов на труд, капитал и управление;

2) принцип вклада – стоимость объекта увеличивается на величину любых улучшений или дополнений, повышающих полезность;

3) принцип возрастающей или уменьшающейся отдачи – по мере добавления одного из ресурсов доход будет сначала увеличиваться более высокими темпами, а затем все более замедленными;

4) принцип сбалансированности компании – для любого вида производства существует оптимальное сочетание факторов, при котором достигается максимальная прибыль;

5) принцип оптимального размера предприятия;

6) принцип экономического разделения и соединения прав собственности – любые объекты должны быть объединены или разделены таким образом, чтобы общая совокупная стоимость этих объектов была максимальной.

Принципы, связанные с рыночной (внешней) средой, включают в себя:

1) принцип зависимости – стоимость любого объекта зависит от большого числа факторов;

2) принцип соответствия стандартам;

3) принцип спроса и предложения;

4) принцип изменений – так как ситуация на рынке постоянно меняется, то стоимость объекта всегда определяется на какую-то дату;

5) принцип конкуренции – предприятия, работающие в монополизированных отраслях, приносят более высокую прибыль и имеют более высокую стоимость. По мере увеличения конкуренции в этих отраслях стоимость объектов будет снижаться.

***Доходный подход к оценке бизнеса.*** Каждый существующий подход дает возможность определять определенные факторы цены конкретной компании. Например, оценка с позиции доходного подхода, основным фактором которой является доход, определяющий цену данного объекта. Чем больше доход, который приносит компания, тем большей будет величина ее рыночной цены в прочих равных условиях. При этом оценщик учитывает сразу несколько обстоятельств:

* продолжительность получения возможной прибыли;
* степень риска;
* виды рисков, сопровождающих этот процесс.

Специалист должен внимательно изучить соответствующую информацию на рынке, пересчитать все выгоды и получить единую сумму текущей цены предприятия. Доходный подход к оценке бизнеса предполагает определение текущей стоимости всей будущей прибыли, которую, как ожидается, принесет использование и, возможно, дальнейшая продажа данной собственности. В этом случае применяется такой оценочный подход как принцип ожидания.

Вообще, доходный подход к оценке стоимости бизнеса как нельзя лучше подходит для большинства компаний. Однако, определяя цену конкретного предприятия на основании его будущей прибыли, важно учитывать некоторые нюансы. В частности, следует:

* четко определить срок прогноза;
* определить терминальную стоимость предприятия.
* выбрать правильный метод для расчета денежного потока;

Оценка бизнеса доходным подходом, как известно, состоит в том, что определить цену предприятия на основе тех будущих доходов, которые оно принесет своему владельцу. Что же касается конкретных методов оценки, то для этого используются следующие основные подходы, оперирующие сведениями о предстоящей прибыли предприятия:

* подход дисконтирования;
* капитализация денежных потоков.

***Метод капитализации доходов.*** Метод капитализации доходов основан на прямом преобразовании чистого операционного дохода (ЧОД) в стоимость путем деления его на коэффициент капитализации.

Коэффициент капитализации – это ставка, применяемая для приведения потока доходов к единой сумме стоимости.9О днако, на наш взгляд данное определение дает понимание математической сущности данного показателя. С экономической точки зрения, коэффициент капи тализации отражает норму доходности инвестора.

Метод капитализации доходов применяется если:

•      потоки доходов – стабильные положительные величины;

•      потоки доходов возрастают устойчивыми, умеренными темпами.

Данный метод не следует использовать, если:

•      потоки доходов нестабильны;

•      объект недвижимости находится в состоянии незавершенного строительства или требуется значительная реконструкция объекта;

• нет информации по реальным сделкам продажи и аренды объектов недвижимости, эксплуатационным расходам, и другой информации, которая затрудняет расчет чистого операционного дохода и ставки капитализации.

Базовая формула расчета имеет следующий вид:



*Основные этапы процедуры оценки методом капитализации:*

1)   определение ожидаемого годового (или среднегодового) дохода, в качестве дохода, генерируемого объектом недвижимости при его наи лучшем наиболее эффективном использовании;

2)   расчет ставки капитализации;

3)   определение стоимости объекта недвижимости на основе чисто го операционного дохода и коэффициента капитализации, путем деления ЧОД на коэффициент капитализации.

***Метод дисконтированных денежных потоков.*** Метод дисконтированных денежных потоков (ДДП) позволяет оценить объект в случае получения от него нестабильных денежных потоков, моделируя характерные черты их поступления. Данный метод является более универсальным, чем метод капитализации доходов. Применяется метод ДДП, когда:

-предполагается, что будущие денежные потоки будут существенно отличаться от текущих;

-существуют данные, позволяющие обосновать размер этих будущих потоков от недвижимости;

-потоки доходов и расходов носят сезонный характер;

-оцениваемая недвижимость – крупный многофункциональный коммерческий объект;

-объект недвижимости строится или только что построен и вводится (или введен в действие).

Метод дисконтированных денежных потоков позволяет оценить стоимость недвижимости на основе текущей стоимости дохода, состоящего из прогнозируемых денежных потоков и остаточной стоимости.

Для применения метода ДДП необходимы следующие данные:

-длительность прогнозного периода;

-прогнозные величины денежных потоков, включая остаточную стоимость (реверсию) – то есть выручку от продажи объекта недвижимости в конце срока владения;

-ставка дисконтирования;

Алгоритм расчета метода ДДП.

1. Определение прогнозного периода зависит от объема информации, достаточной для долгосрочных прогнозов. Тщательно выполненный прогноз позволяет предсказать характер изменения денежных потоков на более долгий срок.

В международной оценочной практике средняя величина прогнозного периода 5 – 10 лет, тогда как для российских условий типичной величиной будет период длительностью 3 – 5 лет. Это реальный срок, на который можно сделать обоснованный прогноз.

2. Прогнозирование величин денежных потоков, включая реверсию, требует:

а) тщательного анализа на основе финансовой отчетности, представляемой заказчиком о доходах и расходах от объекта недвижимости, ретроспективном периоде;

б) изучения текущего состояния рынка недвижимости и динамики изменения его основных характеристик;

в) прогноз доходов и расходов на основе реконструированного отчета о доходах.

При оценке недвижимости методом ДДП рассчитывается несколько уровней дохода от объекта (для каждого прогнозного года):

-потенциальный валовый доход;

-действительный валовый доход;

-чистый операционный доход;

-денежный поток до уплаты налогов;

-денежный поток после уплаты налогов.

Последний уровень дохода используется для оценки крайне редко, поскольку здесь речь идет о подоходном налоге собственника (или налоге на прибыль предприятия, если собственник – юридическое лицо), величина которого, и, соответственно, величина денежного потока зависит и от других источников дохода.

***Сравнительный подход к оценке бизнеса.*** Сравнительный (рыночный) подход в наибольшей степени основан на принципе замещения, согласно которому за объект заплатят не больше, чем стоит приобретение заменителя, обладающего эквивалентной полезностью. Следовательно, стоимость объекта сравнительным подходом определяется на основе цен, которые были уплачены за схожие объекты на соответствующем рынке. В этой связи главным условием использования сравнительного подхода является развитый рынок сделок по купле-продаже аналогичных объектов.

Процедура применения сравнительного подхода для оценки стоимости предприятия начинается с выбора предприятия, аналогичного оцениваемому, которое было недавно продано. Затем рассчитываются [оценочные мультипликаторы](http://www.vamocenka.ru/ocenochnye-multiplikatory-v-ocenke-biznesa/) - соотношения между ценой продажи и каким-либо финансовым показателем по предприятию-аналогу. Умножив величину мультипликатора на тот же финансовый показатель оцениваемого предприятия, получим его стоимость. При этом в оценке бизнеса по возможности используют несколько видов мультипликаторов с последующим согласованием полученных величин стоимости в процессе выведения итоговой величины стоимости предприятия по сравнительному подходу.

При наличии развитого рынка сделок по купле-продаже аналогичных предприятий процедура применения сравнительного подхода близка к процедуре применения [метода капитализации доходов в оценке бизнеса](http://www.vamocenka.ru/metod-kapitalizacii-doxodov-v-ocenke-biznesa/). В обоих случаях оценщик определяет стоимость компании, опираясь на величину дохода кампании. Основное отличие заключается в способе преобразования величины дохода в стоимость компании. Метод капитализации предполагает деление величины дохода на коэффициент капитализации, рассчитанный по [методу рыночной экстракции](http://www.vamocenka.ru/metod-kapitalizacii-doxodov-v-ocenke-biznesa/#пять). Сравнительный подход также оперирует рыночной ценовой информацией в сопоставлении с достигнутым доходом; однако в данном случае доход умножается на величину соотношения (мультипликатора).

В зависимости от целей, объекта и конкретных условий оценки сравнительный подход предполагает использование трех основных методов: метода рынка капитала, метода сделок и метода отраслевых коэффициентов. В отдельных источниках также предлагается использование четвертого метода — метода статистического моделирования стоимости.
Метод рынка капитала (метод компании-аналога) основан на использовании цен, сформированных открытым фондовым рынком в отношении аналогичных компаний.
Метод сделок (метод продаж) как частный случай метода рынка капитала основан на анализе цен купли-продажи (предложения) аналогичных предприятий в целом или их контрольных пакетов – прежде всего на рынке слияний — поглощений.

Основными методами сравнительного подхода к оценке бизнеса являются [метод рынка капитала и метод сделок, этапы применения](http://www.vamocenka.ru/metod-rynka-kapitala-i-metod-sdelok-etapy-primeneniya/) которых схожи и охарактеризованы по указанной активной ссылке.

Метод отраслевых коэффициентов предполагает использование специальных формул, или показателей, которые отражают существующие на рынке соотношения между ценой компании и определенными финансовыми показателями.

***Затратный подход к оценке бизнеса.*** Затратный подход устанавливает стоимость предприятия исходя из величины расходов на ресурсы, необходимые для обеспечения полноценной деятельности компании, а также их воспроизведение. То есть **цена бизнеса рассчитывается с учётом объёма активов и пассивов, приобретённых организацией в ходе своей работы.**

Затратный подход основан на двух методах:

Чистых активов. Метод чистых активов, в мировой практике нередко называемый методом накопления активов, основан на определении рыночной стоимости всех активов объекта: материальных (земли, зданий, оборудования, товарно-материальных запасов), финансовых и нематериальных (торговая марка, ноу-хау, патенты, лицензии и т.п.). Он включает следующие основные этапы:

— оценка рыночной стоимости недвижимого имущества объекта;

— определение рыночной стоимости машин и оборудования;

— выявление и оценка нематериальных активов;

— определение рыночной стоимости финансовых вложений как долгосрочных, так и краткосрочных;

— перевод бухгалтерской стоимости товарно-материальных запасов в текущую стоимость;

— оценка дебиторской задолженности и расходов будущих периодов;

— перевод обязательств объекта в текущую стоимость;

— определение стоимости собственного капитала по базовой формуле.

Ликвидационной стоимости. Метод ликвидационной стоимости технологически аналогичен методу чистых активов. Его отличительная особенность заключена в том, что из стоимости собственного капитала, определенного по методу чистых активов, вычитают сумму текущих затрат, связанных с ликвидацией предприятия. К таким затратам относят оплату заказа на оценку активов, юридических услуг, связанных с ликвидацией предприятия, налогов и сборов, которые предусмотрены при продаже. К ним относят также расходы на сохранение товарно-материальных запасов и незавершенной продукции, оборудования, зданий и сооружений, административные расходы по поддержанию предприятия вплоть до завершения его ликвидации, выходные пособия и выплаты персоналу в связи с его увольнением. Полученную таким образом ликвидационную стоимость корректируют на величину прибыли (убытков), полученную от основной производственной деятельности в ликвидационный период.

При расчёте любым из этих способов нужно пользоваться данными [бухгалтерского баланса](http://znaydelo.ru/document/buhgalterskij-balans.html) фирмы. Оценщик выбирает один из них исходя из особенностей фирмы.

***Выведение итоговой величины стоимости предприятия.*** 1. Для получения итоговой величины стоимости в процессе оценки предприятия в зависимости от размера приобретаемого пакета акций и его ликвидности учитываются:

* премия за приобретение контрольного пакета,
* скидка за неконтрольный характер,
* скидка за недостаточную ликвидность.

2. Премия за контроль — имеющие стоимостные выражения преимущества, связанные с владением контрольным пакетом акций.
Скидка за неконтрольный характер — величина, на которую уменьшается стоимость оцениваемой доли с учетом неконтрольного характера оцениваемого пакета.

Скидка за недостаточную ликвидность — величина, на которую уменьшается стоимость оцениваемого пакета для отражения его недостаточной ликвидности.
3. Базовой величиной, из которой вычитается скидка за неконтрольный характер является пропорциональная данному пакету доля в общей стоимости предприятия.
Базовой величиной, из которой вычитается скидка за недостаточную ликвидности — стоимость высоколиквидного сопоставимого пакета.
4. Премия за контроль рассчитывается как процент превышения выкупной ценой рыночной цены акций продавца за два месяца до официального объявления о слиянии. Скидка за неконтрольный характер является производной от премии за контроль.
Скидка за недостаточную ликвидность оценивается как стоимость регистрации акций и брокерских комиссионных, взимаемых за продвижение акций компании на фондовый рынок.

***Оценка контрольного и неконтрольного пакетов акций.*** При нахождении стоимости владения контрольным пакетом используются методы: дисконтированных денежных потоков, капитализации доходов, сделок, стоимости чистых активов и ликвидационной стоимости.

Методы доходного подхода позволяют рассчитать стоимость контрольного пакета так:

• выражают цену, которую инвестор заплатил бы за владение предприятием;

• расчет денежных потоков базируется на контроле за решениями администрации относительно хозяйственной деятельности предприятия.

При расчете по методу сделок получают величину оценочной стоимости на уровне владения контрольным пакетом, так как этот метод основан на анализе цен контрольных пакетов акций сходных компаний.

С помощью метода рынка капитала определяется стоимость владения неконтрольным (миноритарным) пакетом. Если оценщику нужно получить стоимость на уровне контрольного пакета, то к стоимости, полученной методом рынка капитала, надо добавить премию за контроль. Для получения же стоимости миноритарного пакета из стоимости контрольного пакета, рассчитанной методами доходного, имущественного подходов, методом сделок, необходимо вычесть скидку за неконтрольный характер.

Существуют три основных подхода к оценке неконтрольных (миноритарных) пакетов.

Первый подход - «сверху-вниз». Он включает три этапа:

1. Методами дисконтированных денежных потоков, капитализации доходов, стоимости чистых активов, ликвидационной стоимости, а также методом сделок оценивается стоимость всего предприятия.

2. Рассчитывается пропорциональная неконтрольному пакету часть общей стоимости предприятия.

3. Определяется, а затем вычитается из пропорциональной доли скидка на неконтрольный характер.

Второй подход - «горизонтальный». При таком подходе необязательно определять стоимость всего предприятия. Данные для оценки стоимости неконтрольного пакета можно взять из данных по продаже сопоставимых неконтрольных пакетов открытых компаний и осуществить расчет методом рынка капитала. В связи с тем, что данные по этим сделкам относятся к открытым компаниям, когда речь идет о закрытых компаниях, необходимо вычесть скидку за недостаточную ликвидность для определения стоимости неконтрольного пакета.

Третий подход - «снизу-вверх». В двух предыдущих подходах оценщик начинает расчет с какой-то величины (стоимости всего предприятия или стоимости сопоставимых неконтрольных пакетов), а затем вычитает из нее требуемые скидки, как бы идет вниз. В третьем подходе оценщик, напротив, начинает снизу, суммируя все элементы стоимости неконтрольного пакета.

Скидка за неконтрольный характер пакета. Она является производной от премии за контроль. Эта тенденция основана на эмпирических данных. Скидка (в %) за неконтрольный характер (миноритарную долю)

 Пс = 1 - [1/(1+премя за контроль)]

**Скидка за недостаточную ликвидность** определяется как величина или доля (в %), на которую уменьшается стоимость оцениваемого пакета для отражения недостаточной ликвидности.

**«Управление затратами на предприятии»**

***Методы учета затрат на производство и калькулирования себестоимости продукции.*** *Метод учета затрат и калькулирования себестоимости -* это способ документирования, группировки и обработки информации о производственных затратах, обеспечивающих определение фактической себестоимости продукции. Другими словами, эта совокупность способов аналитического учета затрат на производство по калькуляционным объектам и приемов исчисления себестоимости калькуляционных единиц.

Немаловажное значение для классификации методов учета производственных затрат и калькулирования имеет выбор объектов учета затрат и объектов калькулирования.

Объект учета затрат – это признак, согласно которому производят группировку производственных расходов для целей управления себестоимостью. Номенклатура объектов учета затрат может включать: места возникновения затрат, центры ответственности, статьи издержек, виды или группы однородной продукции.

Объект калькулирования – это вид готовой продукции, полуфабрикатов, частичных продуктов разной степени готовности, работ и услуг определенной потребительной стоимости. Нередко объект калькулирования называют носителем затрат.

Не менее важным вопросом (при исчислении себестоимости продукции) является правильное установление калькуляционной единицы.

В коммерческих организациях для исчисления себестоимости продукции применяются следующие способы калькулирования:

– нормативный;

– прямого счета;

– суммирования затрат;

– исключения затрат на побочную продукцию;

– пропорционального распределения затрат;

– комбинированный.

***Анализ затрат при принятии управленческих решений.*** Все управленческие решения можно разделить на краткосрочные и долгосрочные. Известно, что в краткосрочном периоде одна часть факторов производства переменна, а другая постоянна.

Функция затрат в краткосрочном периоде выглядит следующим образом:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Зобщ | = | Зпост | + | *Зпер* |
| http://www.studfiles.ru/html/2706/8/html_vl7dCNa7pX.yGrd/htmlconvd-RV5o5t_html_431e91f2.gifhttp://www.studfiles.ru/html/2706/8/html_vl7dCNa7pX.yGrd/htmlconvd-RV5o5t_html_265f1d76.gifhttp://www.studfiles.ru/html/2706/8/html_vl7dCNa7pX.yGrd/htmlconvd-RV5o5t_html_7136c1d.gif |  |  |  |  |
| Общие затраты на производство |  | Постоянные затраты на производство |  | Переменные затраты на производство |

В той или иной отрасли существуют малые, средние и крупные предприятия, каждое из них рассчитано на определенный объем производства, повышение которого неминуемо повлечет ускоренный рост затрат по сравнению с ростом объема производства. Причем это определяется не только абсолютной величиной постоянных затрат, но и такими качественными параметрами, как используемая техника, технология и организация производства. Для каждого диапазона объемов производства они различны. Интервал, в котором функция затрат носит линейный характер, называется релевантным. Функция затрат может быть в этом интервале с достаточной степенью точности описана формулой

Зобщ = Зпост + V∙Зпер/ед

где *Зпер/ед*– переменные затраты на единицу продукции.

В целях изучения зависимости между изменениями объема производства, совокупного дохода от продаж, расходов и чистой прибыли проводят анализ безубыточности производства.

*Цель анализа безубыточности* состоит в том, чтобы установить, что произойдет с финансовыми результатами при изменении уровня производственной деятельности (деловой активности) организации.

*Анализ безубыточности* основан на зависимости между доходами от продаж, издержками и прибылью в течение краткосрочного периода.

***Операционный анализ затрат.*** Для выявления зависимости финансовых результатов деятельности предприятия от издержек и объёмов реализации используется операционный анализ.

Операционный анализ предприятия:

анализ результатов деятельности предприятия на основе соотношения объемов производства, прибыли и затрат, позволяющий определить взаимосвязи между издержками и доходами при разных объемах производства. Его задачей является нахождение наиболее выгодного сочетания переменных и постоянных издержек, цены и объёма реализации. Этот вид анализа считается одним из наиболее [эффективных средств планирования](http://afdanalyse.ru/publ/operacionnyj_analiz/teorija/ispolzovanie_marzhinalnogo_analiza/25-1-0-111) и прогнозирования деятельности предприятия.

Базовыми категориями операционного анализа являются:

1. [Маржинальный доход](http://afdanalyse.ru/publ/operacionnyj_analiz/teorija/operacionnyj_analiz/25-1-0-74#md)
2. [Точка безубыточности или порог рентабельности](http://afdanalyse.ru/publ/operacionnyj_analiz/teorija/operacionnyj_analiz/25-1-0-74#bep)
3. [Запас финансовой прочности](http://afdanalyse.ru/publ/operacionnyj_analiz/teorija/operacionnyj_analiz/25-1-0-74#ms)
4. [Производственный рычаг](http://afdanalyse.ru/publ/operacionnyj_analiz/teorija/operacionnyj_analiz/25-1-0-74#lev) (операционный леверидж)

Одним из показателей, используемых в рамках операционного анализа и характеризующих изменчивость прибыли, выступает операционный рычаг. Традиционно сила воздействия [операционного рычага](http://afdanalyse.ru/publ/operacionnyj_analiz/proizvodstvennyj_leveridzh/24) (показывает, во сколько раз изменится прибыль при изменении выручки от реализации на один процент и определяется как отношение валовой маржи к прибыли).

Чем больше удельный вес постоянных издержек в сумме операционных издержек, тем больше сила этого рычага.

***Системы управления затратами.*** Управление затратами — это процесс целенаправленного формирования затрат по их видам, местам и носителям при постоянном контроле и стимулировании их уменьшения. Оно является важной функцией экономического механизма любого предприятия.

Система управления затратами имеет функциональный и организационный аспекты. Она включает следующие функциональные подсистемы:

* + поиск и выявление факторов экономии ресурсов;
	+ нормирование затрат ресурсов;
	+ планирование затрат ресурсов по их видам;
	+ учет и анализ затрат ресурсов;
	+ стимулирование экономии и ресурсов и снижение их расхода.

Эти функции выполняют соответствующие структурные единицы предприятия в зависимости от размеров последнего (отделы, бюро, отдельные исполнители).

Выявление и использование факторов экономии ресурсов, является обязанностью каждого работника предприятия, прежде всего специалистов и руководителей всех уровней. В соответствии с определенными организационно-техническими условиями и принятыми решениями разрабатываются нормы расхода всех видов ресурсов: сырья, основных и вспомогательных материалов, энергии, трудовых ресурсов.

Установление норм расхода — это определение затрат отдельных видов ресурсов в данных организационно-технических условиях производства. Эти нормы являются важным фактором обеспечения режима экономии и соответственно конкурентоспособности предприятия. В процессе планирования устанавливаются предельные (допустимые) общие затраты в подразделениях и в целом по предприятию (сметы) и на единицу продукции. Фактический уровень затрат исчисляется по данным текущего учета.

Сравнивание фактических затрат с плановыми (нормативными) позволяет в процессе анализа оценивать работу подразделений по использованию ресурсов, выяснять причины отклонений фактических затрат от плановых и соответственно стимулировать работников предприятия в направлении их уменьшения.

Смысл системы стандарт-кост заключается в том, что в учете учитываются будущие хозяйственные факты и операции, а не свершившиеся; возникшие отклонения обособлено отражаются. В рамках этой системы учет ведется по принципу исключений, то есть учитываются лишь отклонения от стандартов.

Система «директ-костинг» (Direct costs) (калькулирование переменных расходов), как система исчисления переменных издержек возникла в США, во время Великой депрессии.

Часто директ-костинг представляется не просто как метод калькулирования себестоимости, а как особая система управленческого учета. В отечественной и особенно в зарубежной литературе, посвященной анализу и учету, встречаются также и такие названия метода, как «маржинал-костинг», «вэрибл-костинг» и т.п

Контроллинг — комплексная [система](https://ru.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%A1%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B0_%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0&action=edit&redlink=1) поддержки управления организацией, направленная на координацию взаимодействия [систем менеджмента](https://ru.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%A1%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B0_%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0&action=edit&redlink=1) и контроля их эффективности. Контроллинг может обеспечивать информационно-аналитическую поддержку процессов [принятия решений](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B5%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F_%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BD%D1%8F%D1%82%D0%B8%D1%8F_%D1%80%D0%B5%D1%88%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B9) при управлении организацией (предприятием, корпорацией, органом государственной власти) и может быть частью прописывающей принятие определённых решений в рамках определённых [систем менеджмента](https://ru.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%A1%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B0_%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0&action=edit&redlink=1).

***Управление затратами по центрам ответственности.*** Под *центром ответственности* принято понимать структурное подразделение, осуществляющее хозяйственную деятельность, во главе которого стоит руководитель (менеджер), оказывающий непосредственное воздействие на результаты этой деятельности и несущий за них ответственность.

Управление затратами по центрам ответственности можно рассматривать как способ внутрифирменного предпринимательства, так как их принципы схожи:

-  соответствие технико-технологическим особенностям конкретного строительного производства;

-  предоставление структурным подразделениям самостоятельности путем делегирования прав и ответственности за возникновение затрат, получение дохода, использование инвестиционных ресурсов (придание им статуса центров ответственности определенного вида);

-  персонификация всех элементов системы внутрифирменного предпринимательства (определение контролируемых статей затрат и поступлений);

-  выбор утверждаемых и оценочных показателей и др.;

-  организация деятельности структурных подразделений на основе планов;

-  соизмерение всех произведенных центром затрат с достигнутыми результатами;

-  системность;

-  соответствие информационного обеспечения потребностям управления (нормативная база, релевантный документооборот, адекватные программные продукты и их техническое обеспечение).

***Планирование себестоимости продукции.*** Основной **целью планирования себестоимости** является выявление и использование имеющихся резервов снижения издержек производства и увеличение внутрихозяйственных накоплений. Снижая издержки производства в результате сбережения прошлого и живого труда, промышленность добивается (наряду с ростом накоплений) увеличения объема выпуска продукции. Планы по себестоимости должны исходить из прогрессивных норм затрат труда, использования оборудования, расхода сырья, материалов, топлива и энергии с учетом передового опыта других предприятий. Только при научно организованном нормировании затрат можно выявить и использовать резервы дальнейшего снижения себестоимости продукции.

Плановая себестоимость определяется путем технико-экономических расчетов величины затрат на производство и реализацию всей товарной продукции и каждого вида изделий.

Исходными данными разработки плана себестоимости являются: планируемые объемы производства продукции, нормы расхода материальных и трудовых ресурсов, договоры на поставку материальных ресурсов и сбыт выпускаемой продукции, экономические нормативы, содержание мероприятий плана развития предприятия и т. д.

Выделяется несколько этапов планирования себестоимости:

1. планирование изменения суммы затрат, определение величины затрат и расчет плановой себестоимости всего объема производства;
2. распределение продукции, работ, услуг по потребителям;
3. составление смет и калькулирование себестоимости;
4. составление смет на производство новых видов продукции и смет пусковых расходов;
5. подготовка смет общепроизводственных расходов;
6. составление смет транспортно-заготовительных расходов, общехозяйственных и коммерческих расходов;
7. калькулирование себестоимости единицы продукции, расчет себестоимости всего объема производства продукции;

составление сметы и свода затрат на производство.

***Калькулирование себестоимости продукции в управлении производством.*** Задача калькулирования – определить издержки, которые приходятся на единицу их носителя, т. е. на единицу продукции, заказа, услуги, работы, предназначенных для продажи, а также внутреннего потребления.

Конечным результатом калькулирования является оставление кулькуляций. В зависимости от целей калькулирования различают плановую, сметную и фактическую калькуляции. Все они отражают расходы на производство и реализацию единицы конкретного вида продукции в разрезе калькуляционных статей.

Плановая калькуляция составляется на плановый период на основе действующих на начало периода норм и смет.

Сметная калькуляция рассчитывается при проектирование новых производств и конструировании вновь осваиваемых изделий при отсутствии норм расхода.

Фактическая (отчетная) калькуляция отражает совокупность всех затрат на производство и реализацию продукции. Она используется для контроля за выполнением плановых заданий по снижению себестоимости различных видов продукции, а также для анализа и динамики себестоимости.

Калькулирование позволяет изучить себестоимость полученных в процессе производства конкретных продуктов.

***Система показателей затрат и управленческий учет на производстве.* Система показателей затрат**, помимо абсолютных величин, характеризующих размер себестоимости (в целом по продукции предприятия и отдельным классификационным группам затрат в разрезе разных классификационных признаков или их комбинаций), включает средние и относительные показатели. В зависимости от охвата продукции как объекта затрат (изделие, организационное подразделение и т.п.), различают среднюю себе стоимость единицы конкретного вида продукции и уровень себестоимости единицы продукции - относительный показатель, рассчитанный по всему кругу неоднородной продукции организации.

Конкретно методику анализа данных об общих величинах затрат на производство (в динамике и по сравнению со сметными назначениями) рассмотрим на примере, исходные данные которого и приемы анализа приведены в таблице 5.1.

Затраты на единицу продукции организации определяются из следующего соотношения;



где £< - средние затраты на единицу продукции; *z,* - себестоимость i-ro вида продукции; *q,* - количество единиц i-ro вида продукции

Себестоимость единицы продукции имеет большое значение в бизнесе, поэтому статистическая система отнесения затрат на изделие (продукт) отражается и в бухгалтерском учете.

Более сложная - система учета в производственных фирмах; более простая - в торгово-посреднических организациях. Организации, занимающиеся оказанием услуг (строительных, консалтинговых, юридических и др.). определяют затраты по каждому заказу.

Если фирма производит однородную, одноименную продукцию (например, сырьевые отрасли промышленности), себестоимость единицы продукции применяется при анализе выполнения бизнес-плана и динамики затрат.

Рассмотрим методику анализа выполнения бизнес-плана и динамики себестоимости товарной продукции на основе показателя себестоимости единицы продукции. Прежде чем перейти к примеру, введем следующие условные обозначения:

*Zq —* себестоимость единицы продукции за предыдущий период;

*zM -* планируемая себестоимость единицы продукции на предстоящий период;

z,- фактическая себестоимость единицы продукции;

*q1* - фактический выпуск продукции в натуральном выражении.

**«Финансовые рынки»**

***Финансовый рынок: сущность, функции, сегменты.*** Финансовый рынок - совокупность всех финансовых ресурсов в их движении:

- Страховой рынок проводит мобилизацию денежных ресурсов путем обязательного или добровольного страхования и выплату страховых премий при наступлении страхового случая. Остающиеся в каждый данный период времени свободными денежные средства страховых компаний инвестируются в надежные инструменты финансового рынка.

- Рынок ссудного капитала - это рынок кратко-, средне- и долгосрочных банковских кредитов. Краткосрочные кредиты обслуживают движение оборотных средств, а средне- и долгосрочные кредиты - движение основного капитала предприятий.

- Рынок ценных бумаг обслуживает движение ценных бумаг - акций, облигаций, ипотечных обязательств и др.

Основными участниками финансового рынка выступают:

- инвесторы, располагающие свободными денежными средствами. В роли инвесторов могут выступать юридические и физические лица, гос-венные органы власти и управления, иностранные участники финансового рынка;

- посредники, осуществляющие мобилизацию денежных средств инвесторов и обеспечивающие их распределение. В роли посредников выступают коммерческие банки, страховые компании, инвестиционные компании, паевые фонды и другие финансовые институты.

- пользователи, приобретающие необходимые им денежные средства на соответствующем секторе финансового рынка. Это юридические и физические лица, а также гос-венные органы власти и управления.

Основными торгуемыми финансовыми активами являются:

- иностранная валюта, ценные бумаги, кредиты, депозиты, производные инструменты.

Основные посредники:

- коммерческие банки, биржи, сберегательные институты, компании коллективного инвестирования и др.

Основные функция финансового рынка:

- обеспечение перетока средств от субъектов хозяйствования, для которых они в данный момент являются свободными (не используемыми), к субъектам хозяйствования, испытывающим потребность в финансовых ресурсах, через продажу ц.б.,

- Финансирование воспроизводственного процесса.

- Распределительная функция — способствует переливу капитала между отраслями, компаниями.

- Повышение эффективности экономики в целом.

Сегменты финансового рынка:

- товарный рынок (Commodities Market) — рынок, на котором торгуется сырье и «биржевые» товары.

- фондовый рынок (Stock Market) — на котором осуществляются операции с акциями по первичному размещению (IPO) и их вторичному перераспределению. Это происходит на биржах или через ОТС.

- международный валютный рынок Форекс (currency), на котором осуществляются валютообменные операции, как в режиме ОТС, т. е. Банк — Банк, так и на централизованных регулируемых биржах (ЕТМ),

- рынок Деривативов (Derivatives Market) — рынок финансовых инструментов, стоимость которых является производной от стоимости и характеристик других финансовых инструментов.

Выше указанные финансовые рынки взаимосвязаны движением капиталов и поэтому оказывают сильное влияние друг на друга.

***Ценная бумага как универсальный инструмент финансового рынка: экономическая сущность и виды.* Ценной бумагой** является документ, удостоверяющий с соблюдением установленной формы и обязательных реквизитов имущественные права, осуществление или передача которых возможны только при его предъявлении.

Виды ценных бумаг:

·         государственная облигация;

·         облигация;

·         вексель;

·         чек;

·         депозитный и сберегательный сертификаты;

·         банковская сберегательная книжка на предъявителя;

·         коносамент;

·         акция;

·         приватизационные ценные бумаги и др.

**Акция –** это эмиссионная ценная бумага, закрепляющая права ее владельца (акционера) на получение части прибыли акционерного общества (АО) в виде дивидендов, на участие в управлении и на часть имущества, остающегося после ликвидации АО.

***Долговые ценные бумаги*** удостоверяют право конкретного денежного требования. К ним относятся облигации, векселя, чеки и сертификаты задолженностей.

**Облигация –** это эмиссионная ценная бумага, закрепляющая права ее держателя на получение от эмитента в предусмотренный в облигации срок ее номинальной стоимости или иного имущественного эквивалента.

Облигации корпораций — долговые обязательства церед кредиторами о выплате в установленные сроки долга, а также процентов по полученным займам. Как правило, цель такого рода облигаций — мобилизация долгосрочного капитала.

***Финансовые риски, связанные с операциями с ценными бумагами*** – это вероятность наступления потерь в связи с высокой степенью неопределенности результатов таких операций, а также влияния на них множества экономических и неэкономических факторов, в том числе случайных.

Потери в результате реализации финансовых рисков в операциях с ценными бумагами могут проявиться в разных формах, а именно:

Прямые финансовые потери (например, ценная бумага, купленная по высокой цене, не может быть реализована без убытков в случае падения ее курсовой стоимости)

Упущенная выгода (например, инвестор вместо того, чтобы купить акцию, которая продемонстрировала в будущем высокий рост курсовой стоимости, оставил денежные средства на расчетном счете в банке)

Снижение доходности (например, в случае приобретения облигации с «плавающим» купонным доходом в ситуации, когда происходит понижение рыночных процентных ставок).