**Вопросы к итоговому междисциплинарному экзамену**

**«Экономика» (магистратура, практико-ориентированная модель)**

**по программе «БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И УЧЕТ»**

**Блок 1. (из этого блока в экзаменационное задание войдет ОДИН вопрос)**

**Макроэкономика и микроэкономика**

1. **Формы организации бизнеса. Организационно-правовые формы предприятий, действующих на мировом и российском рынке.**

Различают несколько типов, видов и форм собственности. В зависимости от степени принадлежности собственность разделяется на частную и общественную. В зависимости от формы отчуждения и присвоения собственность подразделяется на два вида: трудовую и нетрудовую.

Частная собственность представляет собой присвоение собственности отдельными лицами. Частная собственность может быть трудовой и нетрудовой. Трудовая частная собственность основана на присвоении доходов, полученных в результате производства и реализации продукции, полученной своим трудом. Нетрудовая частная собственность представляет собой присвоение результатов труда наемных работников. В процессе развития общества частная собственность приобрела новые формы: индивидуальная, партнерская и корпоративная частная собственность.

Индивидуальная частная собственность представляет собой форму собственности, которая принадлежит одному владельцу. Партнерская собственность представлена в виде собственности, принадлежащей хозяйственным товариществам или фирмам, основанным партнерствами на паях. Корпоративная собственность принадлежит группе лиц, которые являются учредителями корпораций. Существует еще одна форма собственности – интеллектуальная собственность. Владельцы интеллектуальной собственности обладают правом владения и распоряжения своими изобретениями, знаниями, научной информацией, выдающимися достижениями в области культуры и искусства.

Государственная собственность представляет собой форму собственности, которая принадлежит предприятиям и унитарным организациям. Государство несет имущественную ответственность за государственные предприятия, но освобождается от ответственности за унитарные предприятия (ГУПы), которые находятся в полном хозяйственном ведении трудового коллектива. Государственная собственность разделяется на федеральную, собственность субъектов федерации и муниципальную.

Организационно-правовые формы фирм. В развитой экономике известны шесть широко распространенных форм экономической организации, каждая из которых обладает своими преимуществами и недостатками.

1. Фирма, находящаяся в единоличном владении, – это такое коммерческое предприятие, в котором одно лицо является одновременно и единственным претендентом на остаточный доход, и единственным субъектом принятия окончательных решений.

2. Товарищество (партнерство) – фирма, принадлежащая двум или более лицам, которые совместно ею владеют и управляют, получая часть прибыли, и при этом несут неограниченную ответственность за деятельность фирмы.

3. Закрытая корпорация – фирма, обыкновенные акции которой не предлагаются для продажи на фондовом рынке, а распределяются между ограниченным числом участников.

4. Открытая корпорация – организация, акции которой продаются и покупаются на фондовом рынке, а потому могут быть приобретены любым инвестором.

5. Финансовая компания на взаимных началах – это форма организации, в которой клиенты одновременно являются и претендентами на остаточный доход.

6. Некоммерческие организации частично финансируются пожертвованиями, выживают в условиях конкуренции, предлагая свой товар по меньшей цене и покрывая свои издержки за счет доходов от пожертвований и от продаж.

7. Политическая, или публичная фирма. Это разного уровня государственные предприятия, которые могут функционировать в различных секторах экономики.

1. **Международная валютная система. Валютный курс и его факторы.**

Международная валютная система является формой организации международных валютных отношений, связанных с развитием мирового хозяйства. Под ней понимается совокупность денежных отношений, опосредствующих стихийно сложившуюся и/или закрепленную законодательно международными соглашениями систему институтов, правил и методов осуществления международных расчетов.

Мировая валютная система находится в постоянном развитии. Несоответствие элементов мировой валютной системы объективным условиям мировой экономики приводит к кризису старого и созданию нового порядка, обеспечивающего относительную валютную стабилизацию.

Международная валютная система тесно связана с национальными, но не тождественна им. Она включает следующие элементы:

– определение основных международных платежных и расчетных средств;

– режимы валютных паритетов и валютных курсов;

– условия конвертируемости валют;

– межгосударственное регулирование валютных отношений;

– международные финансовые и кредитные институты, осуществляющие регулирование данной сферы. В процессе исторического развития мировая валютная система принимает конкретные исторические формы.

Первой исторической формой мировой валютной системы явилась система золотого стандарта.

Система золотого стандарта основана на следующих условиях:

– в обращении находятся золотые монеты, являющиеся главной формой денег, все остальные формы были разменны на золото по номиналу. Страна устанавливает определенное золотое содержание своей денежной единицы;

– денежное предложение в стране непосредственно связано с объемом официального золотого запаса, который является главным резервом мировых денег, международных платежных средств;

– осуществляется свободный экспорт и импорт золота.

Определение курса иностранной валюты называется котировкой. Коти­ровка валют в условиях свободы валютных операций происходит на бирже: при наличии валютных ограничений курсы валют устанавливаются соответст­вующими правительственными органами. Наряду с официальной котировкой нередко имеет место и неофициальная котировка на «черных рынках». Суще­ствует два основных метода котировки иностранной валюты - прямой и кос­венный. При наиболее распространенной прямой котировке единица иностранной валюты выражается в национальной валюте. При косвенной котировке, применяемой преимущественно в Англии, единица национальной валюты выражается в иностранной валюте.

Существует две цены на валюту: цена покупки и цена продажи; Разница между курсами продавца и покупателя называется «маржа».

Валютный курс, как средство «приспособления» валют при международных расчетах, играет важную роль в мировом хозяйстве. Он необходим для:

• взаимного обмена валютами при торговле товарами и услугами;

• при движении капиталов и кредитов;

• сравнения цен мировых и национальных рынков, а также стоимостных показателей разных стран, выраженных в национальных или иностранных валютах;

• периодической переоценки счетов в иностранной валюте фирм и банков.

1. **Инфляция: причины, виды, социально-экономические последствия.**

Под инфляцией (от лат. inflatio — вздутие) обычно понимают избыток денег в обращении, что ведет к их обесценению и росту цен на товары и услуги. Цены не растут одновременно и пропорционально. Даже в условиях высокой инфляции цены на одни товары могут вообще не меняться, а на другие снижаться. Поэтому инфляция означает рост общего уровня цен, измеряемого индексом цен. Вначале инфляционные процессы сдерживались золотым содержанием бумажно-денежной единицы. Инфляция проявляется прежде всего в обесценении денег по отношению к золоту, товарам, иностранным валютам. Падение покупательной способности денег по отношению к товарам проявляется в росте оптовых и розничных цен. Обесценение денег по отношению к иностранной валюте выражается в падении курса национальной валюты по отношению к иностранным денежным единицам. Дезинфляция означает замедление темпов инфляции. Дефляцией называется долговременное снижение уровня цен. Термин "стагфляция" является производным от стагнации и инфляции и означает высокую инфляцию при медленном или нулевом росте реального объема производства. Причины инфляции. Внешние и внутренние факторы инфляции.

По степень сбалансированности инфляции, можно выделить сбалансированную инфляцию, при которой цены растут пропорционально на большинство товаров и услуг, пнесбалансированную, при которой цены растут разными темпами для различных товаров. По признаку ожидаемости можно выделить ожидаемую инфляцию, которая ожидается и прогнозируется правительством и населением, и неожи­данную инфляцию, которая характеризуется внезапным скачком цен. Последняя оказывает неоднозначное влияние на поведение населения в зависимости от состояния инфляционных ожиданий. По масштабу охвата можно выделить локальную инфляцию, имеющую место в отдельных странах, и мировую, охватывающую группу стран или целые регионы. По характеру протекания различают открытую инфляцию, отличающуюся продолжительным ростом цен, и подавленную, возникающую при твердых "замороженных" розничных ценах на товары и услуги при одновременном росте денежных доходов населения. В этом случае товары исчезают с прилавков и переходят в разряд дефицитных, а цены растут на "черном рынке". Измерение инфляции. Для измерения инфляции применяется индекс розничных цен. Обычно для этой цели пользуются так называемой потребительской корзиной, в которую "складываются" все товары и услуги, приобретаемые средним жителем страны за определенный период, и суммируются цены на них. В большинстве стран уровень инфляции рассчитывается по индексу розничных цен. Темпы инфляции (в процентах) определяются таким образом: из индекса цен настоящего периода вычитается индекс цен прошлого периода и разница делится на индекс цен прошедшего (базового) периода. Умеренная инфляция ведет к временному оживлению экономики в результате незначительного роста цен и нормы прибыли. Галопирующая и тем более суперинфляция наносят значительный урон народному хозяйству. В условиях инфляции нарушается функционирование денежно-кредитной системы. Социальные последствия инфляции проявляются прежде всего в ухудшении жизни населения.

1. **Конкуренция и монополия в современной экономике. Барьеры вступления в отрасль и чистая монополия.**

Конкуренция (от лат. Конкуриро – сталкиваюсь) – борьба предпринимателей за наиболее выгодные условия производства и сбыта в целях получения максимальной прибыли.

Конкуренция – это важнейший элемент рыночного механизма, обеспечивающий взаимодействие субъектов рыночных отношений в производстве и сбыте продукции.

Функции конкуренции:

- эффективное распределение ограниченных ресурсов в соответствии с потребностями общества;

- стимулирование эффективности производства. Стремление удержаться на рынке, максимизировать свою выгоду заставляет предпринимателей совершенствовать производство, улучшать качество продукции, снижать издержки производства;

- распределение доходов в соответствии с вкладом и эффективностью использования факторов производства;

- установление равновесной рыночной цены.

Типы конкурентного поведения

Добросовестная конкуренция это конкуренция, которая ведёт к выигрышу потребителя и выражается в повышении качества продукции, снижении издержек производства. Потребитель получает более разнообразную продукцию лучшего качества по более низким ценам.

Недобросовестная, нечестная конкуренция. Укрепление рыночного положения фирмы, связанное с использованием нерыночных методов конкурентной борьбы:

- продажа по цене ниже себестоимости;

- установление дискриминационных цен или коммерческих условий;

- ложная информация и реклама, вводящая в заблуждение потребителей о характере или качестве товара;

- недобросовестное копирование товаров и конкурентов, незаконное использование товарного знака;

- нарушение качества, стандартов и условий поставок товаров;

- коммерческий шпионаж и т.п.

Монополия (от греч. моно – один, полео - продаю) – в широком смысле слова – господствующее, доминирующее положение одного или нескольких хозяйствующих субъектов в какой-либо сфере деятельности.

Среди естественных барьеров можно выделить:

1. Экономические — отдельные фирмы за счет постоянного совершенствования технологических процессов могут достичь наименьших издержек выпуска при производстве очень значи­тельного объема продукции (положительный эффект масштаба производства). Это приводит к тому, что только одна или несколько крупных фирм могут иметь низкие издержки производства в расчете на единицу продукции. Остальные фирмы вытесняются из отрасли, и возникает естественная монополия. Естественные барьеры возникают также тогда, когда внутренний рынок какой-либо страны относительно невелик, а экономически в данной отрасли эффективны только крупные предприятия, поэтому одна фирма охватывает практически всю отрасль.

2. Технологические — связаны с существованием предприятий местного коммунального хозяйства. Современный уровень тех­ники и технологии делает здесь конкуренцию очень затруднительной или просто невозможной. Например, нет смысла для осуществления конкуренции проводить к каждому дому несколько водопроводов.

3. Финансовые — монополизированные отрасли имеют обыч­но значительный объем выпуска, поэтому новой фирме для вхо­да в отрасль нужно осуществить большие инвестиции, подготовить квалифицированные кадры и т. д., что сопряжено со значи­тельными затратами и блокирует вход в отрасль.

4. Собственность на некоторые виды ресурсов. Фирма, владеющая или контролирующая сырье, необходимое в производстве данного материального блага, может препятствовать возникновению конкурирующих фирм на рынке этого товара, на котором сама обычно выступает как монополист.

1. **Понятие конкурентоспособности, способы ее измерения. Проблемы повышения конкурентоспособности российских компаний.**

Конкурентоспособность предприятия – возможность эффективной хозяйственной деятельности и ее практической прибыльной реализации в условиях конкурентного рынка.

Конкурентоспособность товара – совокупность качественных и стоимостных характеристик изделия обеспечивающая удовлетворение конкретной потребности покупателя.

Конкурентоспособным является тот товар, комплекс потребительских и стоимостных свойств которого обеспечивает ему коммерческий успех.

Абсолютно конкурентоспособные товары – новые виды товаров, не имеющих аналогов на рынке. Практика определения конкурентоспособности товара основывается на сравнительном анализе его совокупных, характеристик с товарами-конкурентами по степени удовлетворения конкретных потребностей и по цене потребления.

Отправной момент оценки конкурентоспособности любого товара – формирование цели конкретной работы: ' при определении положения товара в ряду аналогичных, достаточно провести их прямое сравнение по главным характеристикам; ' при исследовании, ориентированном на оценку перспектив сбыта товара на конкретном рынке, анализ предполагает использование информации, включающей сведения об изделиях, которые выйдут на рынок, динамику спроса, предполагаемые изменения в соответствующем законодательстве и т.д.

Независимо от цели исследования основой для оценки конкурентоспособности является изучение рыночных условий.

Изучение рынка – процесс по выявлению специализации рынка и его географического положения емкости рынка и возможной доли предприятия на нем; товарных и фирменных структур на рынке; остроты конкуренции.

Изучение конкурентов – процесс по определению основных конкурентов; торговых марок товаров конкурентов; особенностей товаров-конкурентов; свойств упаковки товаров-конкурентов; форм и методов сбытовой деятельности; методов стимулирования сбыта, рекламных материалов.

Изучение потребностей потенциальных покупателей – процесс по определению возможных покупателей с учетом сегментации рынка; направлений и способов использования товаров покупателями; мотивов покупки товара; факторов формирования покупательских предпочтений; способа осуществления покупки и совокупного спроса на сервисное обслуживание.

Группы параметров:

1. Технические и нормативные параметры – параметры назначения, энергономические, параметры соответствия национальным и международным стандартам, нормативам, законодательным актам и др.

2. Экономические параметры – показатели полных затрат потребителя по приобретению и использованию товара, определяемые его свойствами, а также условиями приобретения на конкретном рынке и использования.

1. **Теории фирмы. Концепция предпринимательской фирмы Й.Шумпетера.**

Теория фирмы является важным аспектом в экономике предприятия. Введем её понятие. Теория фирмы - это теория, объясняющая и прогнозирующая поведение фирмы, особенно в области принятия решений, связанных с ценообразованием и выпуском продукции. Фирма представляет собой сложное экономическое образование. В экономике сложилось несколько концепций трактовки фирмы.

Неоклассическая теория фирмы рассматривает ее как производственную (технологическую) единицу, целью которой является максимизация прибыли. Главная задача фирмы состоит в нахождении такого соотношения ресурсов, которое обеспечило бы ей минимальные издержки производства.

Институциональная теория фирмы исходит из того, что фирма является сложной иерархической структурой, действующей в условиях рыночной неопределенности.

Бихевиористские теории фирмы акцентируют свое внимание на активной роли фирм в экономике, их способности не только приспосабливаться к изменяющейся рыночной среде, но и изменять эту среду. Они исходят из невозможности максимизации какой-либо цели и концентрируют внимание на исследовании функционирования внутренних структур фирмы и проблем принятия решений.

Понятие «инновация» (нововведение) в экономическую науку было введено Йозефом Шумпетером, который рассматривал инновацию как средство преодоления экономических кризисов. На основе теории «длинных» конъюнктурных волн деловой активности он выявил новую возможность вывода производственной системы из кризиса, связанную не с ростом масштабов деятельности, сокращением издержек или ростом цены на прежнюю продукцию, а с изменением в хозяйственном процессе за счет создания и внедрения инноваций. По Шумпетеру, с помощью нововведений предприятие может использовать новые конкурентные приемы, отличные от прежних ценовых форм конкуренции.

Данные конкурентные приемы ученый назвал эффективной конкуренцией, а исключительное положение компании, созданное благодаря неценовым формам конкуренции, – эффективной монополией. Эффективной монополией, в соответствии с концепцией Шумпетера, является положение компании, при котором она может извлечь дополнительные преимущества от осуществления инновационных изменений в собственной хозяйственной системе (выпуск новой продукции, не представленной на рынке; использование новых приемов управления, неизвестных конкуренту; освоение новой технологической линии; использование новых материалов и пр.).

1. **Мировые финансово-экономические кризисы, их причины и следствия. Антикризисные меры и пути предотвращения новых волн мирового кризиса. Особенности влияния мирового финансово-экономического кризиса на экономику РФ.**

Экономические кризисы вызваны резкими противоречиями в экономике страны или отдельного хозяйствующего субъекта. К ним относятся кризисы производства и реализации товара, отношений экономических агентов, кризисы неплатежей, конкурентных пре-имуществ, банкротства и пр. Среди экономических кризисов существуют финансовые кризисы в состоянии финансовой системы и финансовых возможностей. Первопричиной, т. е. возможностью возникновения экономический кризисов, является разрыв между производством и потреблением. В рамках натурального хозяйства между производством и управлением существовала прямая связь. Предпосылки для экономических кризисов возникли и увеличивались с развитием товарно-денежных отношений. Разделение труда, развитие специализации и кооперации увеличивало разрыв между производством и потреблением. Но при простом товарном производстве вероятность кризисов не могла превратиться в необходимость. Товары тогда продавались в основном на местных рынках, затруднения с их реализацией носили локальный характер и не могли вызывать нарушения процесса реализации во всем обществе. С развитием товарного производства и кредитноденежных и рыночных отношений усилился разрыв между производством и потреблением. В условиях свободной конкуренции экономические кризисы стали объективной закономерностью. В докапиталистических способах производства было недопроизводство материальных благ. При капитализме впервые возникло перепроизводство. Сущность экономического кризиса проявляется в излишнем производстве товаров по сравнению с совокупным спросом, в нарушении процесса воспроизводства общественного капитала, в массовых банкротствах фирм.

Перед кризисом экономика России демонстрировала очень хорошие макроэкономические показатели: заметный профицит бюджета и счета текущих операций, быстрые темпы роста золотовалютных резервов и средств бюджетных фондов. Вместе с тем в последние годы было допущено некоторое ослабление денежно-кредитной и бюджетной политики. Так, в 2007 г. расходы федерального бюджета увеличились в реальном выражении на 24, 9%, то есть их рост более чем в три раза превышал рост ВВП. В экономике сформировались устойчиво низкие процентные ставки, фактически отрицательные в реальном выражении, что привело к бурному росту кредитования. Естественным результатом стал «перегрев» экономики. С одной стороны, это способствовало усилению инфляционного давления, а с другой -- быстрому наращиванию внешних заимствований. Всего за три года (2005--2007) внешний долг негосударственного сектора увеличился почти в четыре раза. На начало 2005 г. он составил 108 млрд долл. США., а на конец 2007 г. 417, 2 млрд. Быстрый рост государственных расходов и импорта маскировался повышением цен на нефть и другие товары российского экспорта.

**Экономика предприятия**

1. **Предприятие как основная форма осуществления предпринимательской деятельности. Социальная ответственность бизнеса.**

Согласно действующему в России законодательству, юридические лица подразделяются на две группы: коммерческие и некоммерческие организации. Для коммерческих организаций предпринимательство составляет основу их функционирования, такая деятельность направлена на то, чтобы покрыть необходимые затраты по основной деятельности и обеспечить реализацию предпринимательских мотивов. Некоммерческие организации в главной своей функции не преследуют предпринимательских целей, характер их деятельности определен уставом и, как правило, имеет стимулирующую или социальногуманитарную ориентацию. В то же время, осуществляя предпринимательскую деятельность, они стремятся покрывать затраты по уставной деятельности и не допускать формирования убыточного баланса.

Коммерческие организации, зарегистрированные как юридические лица и осуществляющие предпринимательскую деятельность, называются Предприятием.

Предприятие имеет собственный расчетный счет и самостоятельный баланс, самостоятельно распоряжается имуществом, которым располагает либо в собственности, либо в хозяйственном ведении, либо в оперативном управлении.

Предприятие выступает как субъект права, несет имущественную ответственность по своим хозяйственным и налоговым обязательствам перед государством, другими юридическими лицами и организациями, а также наемными работниками.

Предприятие самостоятельно организует производственный процесс, реализует свою продукцию и услуги и зарабатывает средства, необходимые для удовлетворения экономических интересов работников предприятия, его собственников (акционеров), выполнения обязательств перед бюджетом, другими юридическими лицами и гражданами.

В соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации (ГК) все юридические участники предпринимательской деятельности независимо от отрасли производства имеют четко определенные организационно-правовые формы и могут осуществлять следующие виды деятельности:

* производить продукцию;
* выполнять работы;
* оказывать услуги.

Предприятие представляет собой основное звено народнохозяйственного комплекса и несет в себе все основные отношения рыночной экономики.

1. Предприятие производит товар и услуги, обладающие стоимостью и потребительной стоимостью, реализует их на рынке и получает средства, необходимые для возобновления и расширения производства, формирования различных фондов и бюджета.

2. Предприятие осуществляет все стадии общественного производства:

производство – распределение – обмен – потребление.

3. Предприятие реализует полный цикл оборота авансированного капитала и на этой основе осуществляет простое или расширенное воспроизводство.

4. Предприятие представляет собой единую относительно замкнутую производственно-техническую, организационную и экономическую систему.

1. **Экономическая сущность, состав и структура основных производственных активов предприятия. Экономическое обоснование сроков службы амортизируемых активов.**

Оборотные средства явлся важнейшим элементом произвва. Различают 2 понятия: оборотные фонды и оборотные средства.

Оборотные фонды это часть средств произвва кот-е единожды участвуют в процессе произвва и свою стоимость сразу и полностью переносят на произведенную продукцию.

Понятие оборотные средства шире чем оборотные фонды и склад-ся из оборотных фондов и фондов обращения. К фондам обращ-я относ-ся средства обслуж-е процесс реализации продукции.

Оборотные средства – это денежные средства предприятия предназначенные для образования оборудования производственных фондов и фондов обращения.

Для изучения состава и структуры оборотные средства группируются по 4 признакам:

1) по сферам оборота: оборотные производственные фонды и фонды обращения

2) по элементам

3) по охвату нормирования: нормированные и ненормированные

4) по источникам формирования: собственные и заемные

Срок полезного действия нематериальных активов определяется самой организацией; при затруднениях в установлении этого срока он принимается за 20 лет. По окончании срока полезного использования нематериальных активов амортизацию по ним не начисляют.

По объектам, по которым погашается их стоимость, амортизация начисляется одним из следующих способов:

линейным способом — исходя из норм, начисленных организацией на основе срока их полезного использования;

способом уменьшаемого остатка;

способом списания стоимости пропорционально объему продукции (работ, услуг).

Годовая сумма амортизационных отчислений определяется:

при линейном способе — исходя из первоначальной стоимости объекта и нормы амортизации, исчисленной исходя из срока полезно­го использования объекта;

при способе уменьшаемого остатка — исходя из остаточной стоимости объекта на начало года и нормы амортизации, исчисленной исходя из срока полезного использования объекта;

при способе списания стоимости пропорционально объему продукции (работ) — исходя из натурального показателя объема продукции (работ) в отчетном периоде и соотношения первоначальной стоимости нематериального актива и предполагаемого объема продукции (работ) за весь срок полезного использования нематериального актива.

Срок полезной службы - ожидаемый (расчетный) период использования активов компании, или количество изделий, которое компания предполагает произвести с использованием актива. Вместе с тем действует целый ряд факторов, противодействующих максимилизации эффекта, получаемого от эксплуатации активов. Поэтому, при определении срока полезной службы актива в соответствии с вышеназванным стандартом учитываются следующие факторы:

- ожидаемый объем использования актива компанией, который оценивается по предполагаемой мощности или физической производительности актива;

- предполагаемый физический износ, зависящий от производственных факторов, таких, как количество смен, использующих данный актив, и программа ремонта и обслуживания, принятая в компании, а также условия хранения и обслуживания актива в период простоя;

- моральный износ в результате изменений или усовершенствования производственного процесса, или в результате изменений объема спроса на рынке на данную продукцию или услугу, производимые или предоставляемые с использованием актива;

- юридические или аналогичные ограничения на использование актива, такие, как сроки аренды.

В соответствии с международными подходами срок полезной службы объекта основных средств определяется оценочным путем на основе опыта работы компании с аналогичными активами.

В отличии от этого, в российской практике в соответствии с постановлением Совмина СССР от 22 октября 1990 г. «О единых нормах амортизационных отчислений на полное восстановление основных фондов народного хозяйства СССР», а также ранее действовавшим нормам для большинства объектов основных средств сроки полезного использования были установлены централизованно. Но ввиду того, что с переходом на рыночные отношения ситуация резко изменилась, такой порядок уже не соответствовал сложившейся экономической реальности. Поэтому предпринимались попытки расширить самостоятельность предприятий в этом вопросе.

В соответствии с ПБУ 6/97 возможность самостоятельного установления сроков полезного использования была у предприятий только в том случае, если этот срок отсутствовал в технических условиях или не был установлен в централизованном порядке.

ПБУ 6/01 также были внесены изменения в порядок определения срока полезного использования активов. Кроме того, была введена норма, предусматривающая возможность пересмотра срока полезного использования объекта основных средств в случае улучшения первоначально принятых нормативных показателей функционирования объекта в результате проведенной реконструкции или модернизации [37]. Таким образом, по аналогии с международными стандартами финансовой отчетности, российское законодательство разрешает организациям самостоятельно устанавливать сроки полезного использования основных средств.

1. **Экономическое содержание понятия оборотных средств, их состав и структура. Общие и частные показатели оборачиваемости оборотных средств. Проблемы управления запасами предприятия.**

Оборотные средства – это денежные средства, авансированные в оборотные фонды.

По своему составу, оборотные средства разделяют на две составляющие: оборотные фонды и фонды обращения.

Оборотные производственные фонды – это предметы труда, сроком службы не более 1 года, которые участвуют в образовании стоимости продукции и переносят свою стоимость на произведенную продукцию сразу целиком и полностью.

К ним относятся:

1) производственные запасы (сырье, материалы, топливо, энергия, покупные полуфабрикаты);

2) незавершенное производство (полуфабрикаты собственного изготовления);

3) расходы будущих периодов.

Фондообращение – это фонды, которые связаны с обслуживанием процесса обращения продукции.

К ним относятся:

1) готовая продукция на складе;

2) готовая продукция, отгруженная и в пути;

3) денежные средства на расчетном счете и в кассе;

4) дебиторская задолженность.

Сущность оборотных средств определяется их экономической ролью, необходимостью обеспечения воспроизводственного процесса, включающего как процесс производства, так и процесс обращения.

Структура оборотных средств на предприятии показывает долю отдельных элементов в общей сумме средств.

Состояние, состав, структура производственных запасов, незавершенного производства и готовой продукции являются важными показателями коммерческой деятельности предприятия.

Структура оборотных средств на предприятиях различных отраслей промышленности неодинакова и зависит от множества факторов:

- специфики предприятия. На предприятиях с длительным производственным циклом (например, в судостроении) велика доля незавершенного производства; на предприятиях горного профиля большая доля расходов будущих периодов. На тех предприятиях, у которых процесс производства продукции скоротечный, как правило, наблюдается большой удельный вес производственных запасов;

- качества готовой продукции. Если на предприятии выпускается продукция низкого качества, которая не пользуется спросом у покупателей, то резко повышается доля готовой продукции на складах;

- уровня концентрации, специализации, кооперирования и комбинирования производства;

- ускорения научно-технического прогресса. Этот фактор влияет на структуру оборотных средств разнопланово и практически на соотношение всех элементов.

Эффективность использования оборотных средств характеризуется следующими показателями.

Коэффициент оборачиваемости оборотных средств (Коб) показывает число оборотов, совершенных оборотными средствами за анализируемый период (квартал, полугодие, год). Он рассчитывается как отношение объема реализованной продукции к среднему остатку оборотных средств за отчетный период:

Чем больше коэффициент оборачиваемости, тем более эффективно предприятие использует оборотные средства.

Из формулы видно, что увеличение количества оборотов свидетельствует либо о возрастании объема реализованной продукции при неизменном остатке оборотных средств, либо о высвобождении некоторой суммы оборотных средств при неизменном объеме реализации, либо характеризует ситуацию, когда темпы роста объема реализации превышают темпы роста оборотных средств. Ускорение или замедление оборачиваемости оборотных средств определяется сопоставлением фактического коэффициента оборачиваемости с его значением по плану или за предыдущий период.

Длительность одного оборота в днях показывает, за какой срок оборотные средства совершают полный оборот, т. е. возвращаются к предприятию в виде выручки от реализации продукции. вычисляется путем деления количества дней в отчетном периоде (год, полугодие, квартал) на коэффициент оборачиваемости:

Принятие решений по закупкам, транспортировке, складированию и производству зависит от общих затрат по управлению запасами. Они складываются из издержек, связанных с выполнением заказа (Сзак) и издержек, связанных с содержанием запасов (Схр). К первым (условно-постоянным) затратам относятся: расходы по оформлению договора поставки и согласованию условий поставки, затраты на прибретение и доставку МР или ГП, командировочные и административные расходы, расходы по приемке и складированию, а также налоги и страховые платежи. Вторые (переменные) расходы включают: зарплату работников склада, расходы на инвентаризацию запасов и комплектацию заказов, затраты на отопление и освещение склада, расходы, связанные с устареванием и естественной убылью запасов. Для примера оптовые закупки приводят к снижению постоянных, но росту переменных затрат, и наоборот. Издержки на содержание запасов – одна из самых больших статей общих логистических затрат, влияющих на прибыльность организации. Информация об этих затратах требуется для определения оптимального объема производства, оптимального размера заказа и оптимального времени между заказами. Основная задача менеджера по запасам – добиться оптимального баланса между затратами по управлению запасами и требуемым уровнем обслуживания потребителей. Для снижения затрат по обслуживанию запасов, а значит и инвестиций в запасы, менеджер может использовать следующие методы управления запасами:

1. Аутсорсинг запасов – передача функций хранения и ответственности за запасы ключевым поставщикам или провайдерам логистических услуг и складов (третьей стороне), в результате чего достигается экономия в размере 10-20%;

2. Совершенствование системы управления и обработки заказов;

3. Внедрение информационных систем ERP или SMI (Supply Management Inventory), основанных на прогнозировании потребительского спроса, планировании запасов, анализе времени выполнения заказов и оборачиваемости запасов.

1. **Финансовые результаты предприятия. Расчет прибылей и убытков. Показатели рентабельности.**

Доходами организации признается увеличение экономических вы­год в результате поступления активов (денежных средств, иного имущества) и/или погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала этой организации, КРОМЕ вкладов участни­ков (собственников имущества). В зависимости от их характера, условий получения и направлений деятельности организации доходы подразделяются следующим образом:

* доходы от обычных видов деятельности; операционные доходы; внереализационные доходы.

Расходами организации признается уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов (денежных средств, иного имущества) и/или возникновения обязательств, приводящее к уменьшению капитала этой организации, КРОМЕ уменьшения вкладов по решению участников (собственников имущества). Расходы подразделяются на: расходы по обычным видам деятельности; операционные расходы; внереализационные расходы.

Прибыль как экономическая категория отражает финансовый результат хозяйственной деятельности организации и, по своей сути, является частью накоплений, выраженных в денежной форме.

Прибыль характеризует достигнутый уровень эффективности использования основных и оборотных средств (через относительные показатели рентабельности), реализуемости производимой продукции, себестоимости. Количественно она представляет собой разность между выручкой-нетто и полной себестоимостью проданной продукции. Таким образом, чем больше объемы реализации рентабельной продукции, тем больше прибыль и, следовательно, тем лучше финансовое состояние организации. Следовательно, финансовые результаты деятельности следует изучать во взаимосвязи с реализацией продукции.

Показатели прибыли характеризуют абсолютную эффективность хозяйствования организации. На изменение прибыли влияют две группы факторов: внешние и внутренние. К внешним факторам от­носятся: природные условия; транспортные условия; социально-экономические условия; уровень развития внешнеэкономических связей; действующая система налогообложения; цены на производственные ресурсы и др.

К внутренним факторам изменения прибыли относятся: основные факторы: объем продаж; себестоимость продукции; учетная политика организации; учетная политика организации в целях налогообложения; структура продукции и затрат; цена продукции; второстепенные факторы, связанные с нарушением хозяйст­венной дисциплины, — ценовые нарушения, нарушения ус­ловий труда и требований к качеству продукции, ведущие к штрафам и экономическим санкциям и др.).

Анализ факторов, влияющих на величину прибыли, должен осуществляться в зависимости от того, результатом чего является прибыль. Если прибыль (убыток) является результатом от реализации, то на ее величину могут влиять:

объем реализации — анализируются показатели, определяющие взаимосвязь прибыли и объема реализации; изменение отпускных цен — отпускная цена формируется на основании себестоимости продукции; материалоемкость производства — чем выше этот показатель, тем большее влияние на величину прибыли оказывает изменение цен на материалы; трудоемкость производства — влияние определяется анало­гично материалоемкости; энергоемкость производства — влияние определяется анало­гично материалоемкости; изменение доли прочих затрат (командировочные, предста­вительские и др.); учетная политика в целях налогообложения и учетная поли­тика организации; структурные сдвиги в ассортименте продукции, степень вы­полнения договорных отношений; соблюдение норм расходования сырья и материалов в орга­низации и др.

Прибыль от внереализационных операций зависит от других фак­торов и может быть связана: с долей ценных бумаг в имуществе организации; с величиной дивидендов, получаемых от других организаций по ценным бумагам; с принятой формой арендных отношений; с особенностями налогообложения внереализационных опера­ций и принятой учетной политикой в целях налогообложения; с изменением курса рубля к иностранной валюте и т. д.

Показатели рентабельности являются основными характеристиками эффективности финансово-хозяйственной деятельности организации. Они рассчитываются как относительные показатели финансовых результатов, полученных организацией за отчетный период.Рентабельность активов – основной норматив, с которым соотносятся индивидуальные показатели деятельности организаций для обоснования их конкурентоспособности. Такой норматив рентабельности (или норма прибыли), как отношение бухгалтерской прибыли (прибыли до налогообложения) к общей величине активов, является главным показателем межотраслевой конкуренции, основным показателем для определения эффективности инвестиционных проектов.

Коэффициент рентабельности всего капитала позволяет сделать общий вывод о том, насколько хорошо идут дела у предприятия. Таким образом, оценивают сразу все ресурсы компании. Используя эти данные, вы сможете сравнить рентабельность вашей организации с показателями других фирм.

Если коэффициент рентабельности производства высокий – деятельность уже эффективна. Если же при этом вы получаете низкую прибыль, значит, у вас слишком большие непроизводственные расходы. Тем предприятиям, которые выпускают несколько наименований продукции, мы советуем рассчитывать рентабельность производства каждого из товаров. Это позволит определить наиболее выгодную продукцию. Увеличьте их выпуск, и прибыль вашей компании станет больше.

Коэффициент рентабельности продаж отражает долю прибыли компании в каждом заработанном рубле. Он играет важную роль, когда нужно сравнить фирму с ее конкурентами. Сопоставляя свои и чужие коэффициенты рентабельности продаж, можно прогнозировать развитие рынка, а также разрабатывать стратегию продвижения своей продукции.

Чем выше показатель оборотных активов, тем быстрее «крутятся» деньги, материалы и прочее, а значит, чаще поступает выручка и проще получать краткосрочные займы и кредиты. Показатель внеоборотных активов демонстрирует, с какой отдачей организация использует свои основные средства, оправдывают ли себя капиталовложения. Величина этого коэффициента зависит от размеров компании и характера ее деятельности.

1. **Маржинальный доход. Операционный рычаг. Расчет точки безубыточности.**

Маржинальный доход на единицу продукции – это разница между ценой и переменными издержками на нее. Он включает постоянные затраты и прибыль. Маржинальный анализ помогает обосновать выбор вариантов изменения агентских сетей, перспективной стратегии ведения бизнеса. Анализируя взаимосвязь «затраты – объем продаж – прибыль», можно просчитать различные варианты производственной программы, ответить на вопрос, когда фирма получит прибыль, а когда ее деятельность будет убыточной. Основное преимущество маржинального метода учета состоит в том, что в себестоимость продукции включают не все затраты предприятия, а только их часть – производственные. Остальные затраты, отнесенные к периодическим, списываются непосредственно на уменьшение прибыли от реализации продукции.Безубыточность – такое состояние бизнеса, когда он не приносит ни прибыли, ни убытков. Разница между фактическим количеством и безубыточным объемом продаж – это зона безопасности организации (зонаприбыли). Расчет данного показателя базируется на взаимосвязи показателей «затраты – объем продаж – прибыль».

Экономический смысл показателя операционного рычага довольно прост – он показывает степень чувствительности прибыли организации к изменению объема производства. В организации с высоким уровнем эффекта операционного рычага незначительное изменение объема производства может привести к существенному изменению прибыли. Эффект операционного рычага можно определять как отношение маржинального дохода (разницы между объемом продукции и переменными затратами) к прибыли.



где Р – прибыль;

N – объем продукции;

D– маржинальный доход. Значение этого показателя зависит от базового уровня объема производства, от которого идет отсчет. В частности, наибольшие значения показатель имеет в случаях, когда изменение объема производства происходит с уровней, незначительно превышающих критический объем продаж. Тогда даже незначительное изменение объема производства приводит к существенному относительному изменению прибыли. Причина подобного положения состоит в том, что базовое значение прибыли при этом близко к нулю. Пространственные сравнения уровней эффекта операционного рычага (левериджа) возможны лишь для организаций, имеющих одинаковый базовый уровень выпуска. Более высокое значение этого показателя обычно характерно для организаций с более высоким уровнем технической оснащенности. Точнее, чем выше уровень условно-постоянных расходов по отношению к уровню переменных расходов, тем выше эффект операционного рычага. Таким образом, организация (предприятие), повышающая свой технический уровень с целью снижения удельных переменных расходов, одновременно увеличивает и эффект операционного рычага.

1. **Экономический эффект и эффективность. Показатели эффективности.**

Управленческий труд относится к наиболее сложным видам человеческой деятельности, и его оценка не всегда может быть произведена прямым путем из–за отсутствия формализованных результатов, количественной оценки отдельных видов выполняемых работ.

Эффективность управления представляет собой относительную характеристику результативности деятельности конкретной управляющей системы, которая отражается в различных показателях как объекта управления, так и собственно управленческой деятельности (субъекта управления), причем эти показатели бывают как количественными, так и качественными.

Основными понятиями эффективности управления являются: эффективность труда работников аппарата управления; эффективность процесса управления (функций, коммуникаций, выработки и реализации управленческого решения); эффективность системы управления (с учетом иерархии управления); эффективность механизма управления (структурно-функционального, финансового, производственного, маркетингового, социального и др.).

При оценке эффективности управления необходимо комплексное применение всей системы обобщающих и частных показателей. Эффективность управленческой деятельности применительно к субъекту управления (аппарат управления) может характеризоваться количественными показателями (экономический эффект и эффективность) и качественными показателями (социальная эффективность).

Следует отличать понятия «эффект» и «эффективность».

Экономический эффект – это результат труда человека в процессе производства материальных благ.

Экономический эффект – это абсолютный (разностный) показатель, он показывает экономический результат или прирост между первоначальным и полученным итогом в результате внедрения интенсивных технологий, организационно-экономических мероприятий и т.д.

Например:

1. Получение прибыли, результата:

Абсолютный эффект = результат – затраты.

Результат – выгода, прибыль, дополнительный доход, экономия, разница между ценами продажи и др.

Затраты – экономический эквивалент расходов, понесенных для получения результатов.

Эффект сам по себе недостаточно характеризует деятельность организации или управленца. Для более полной характеристики важно знать, какими затратами получен этот эффект. Для этого используется показатель экономической эффективности.

Экономическая эффективность – это относительный показатель, показывающий отношение полученного результата к затратам, обусловившим этот результат, и положительность ресурсного баланса, то есть обеспечение экономической системы необходимыми ресурсами.

Примером может служить коэффициент эффективности организационной структуры управления, который определяется как отношение конечного результата (эффект, прибыль, убыток), полученный от функционирования организационной структуры управления к затратам на управление (фонд заработной платы, расходы на содержание помещений, приобретение и ремонт оргтехники, приём и передачу управленческой информации).

Определить эффективность – значит соотнести результат с затратами (или ресурсами), которые этот результат вызвали. Однако содержание показателя эффективности, на какой вопрос он будет давать ответ, зависит от того, что исследователь берет в качестве результата и что в качестве затрат.

Для полной характеристики эффективности затрат служат показатели абсолютной и сравнительной эффективности.

Абсолютную эффективность определяют по всем направлениям капитальных вложений как отношение суммы эффекта ко всему объему капиталовложений, вызвавших этот эффект.

Сравнительная экономическая эффективность (Эср) рассчитывается следующим образом:

Эср = С + Ен ∙ КВ,

где С – текущие затраты по данному варианту капитальных вложений (КВ), тыс. руб.;

Ен – установленный для данной отрасли нормативный коэффициент эффективности капитальных вложений (в настоящее время – не менее 0,33, что соответствует окупаемости капитальных вложений в течение не более 3 лет).

Обоснование экономической эффективности совершенствования управления деятельностью предприятий должно дополняться оценкой их социальной эффективности – то есть качественной оценкой деятельности, выражающей соответствие цели органа управления потребностям населения.

Социальная эффективность проявляется в улучшении условий труда работников, повышении уровня заработной платы, удовлетворенности результатами собственного труда, повышении благосостояния народа, обеспечении продовольственной безопасности страны, улучшении условий жизни и быта населения, сохранении и укреплении здоровья человека, облегчении и повышении содержательности его труда.

Итак, экономический эффект — это разница между результатом (предполагаемым доходом) и затратами, а экономическая эффективность — это отношение результата к затратам.

1. **Собственный капитал предприятия, его функции и состав. Чистые активы.**

В финансово-хозяйственной деятельности каждого предприятия должен использоваться как собственный, так и заемный капитал.

Использование собственного капитала позволяет предприятию не допускать сбоев в работе, своевременно осуществлять различные инвестиционные проекты и т. д.

Заемный капитал в определенных пределах – более дешевый, чем собственный капитал, источник финансирования. Это связано с тем, что проценты по кредитам и займам, как правило, существенно меньше, чем дивиденды по акциям, образующим собственный капитал предприятия. Однако в большей степени это касается уставного капитала. В отношении других элементов собственного капитала такого сказать нельзя.

Собственный капитал включает:

– уставный фонд;

– резервный и добавочный капитал;

– целевые финансовые фонды;

– нераспределенную прибыль.

На практике собственные средства предприятия могут быть сформированы из внутренних и внешних источников финансовых ресурсов.

Внутренние источники собственных средств составляют основную часть собственного капитала. В их состав входят амортизационные отчисления, имеющие важное значение на предприятиях с высоким удельным весом амортизируемых внеоборотных активов и амортизационной политикой, предполагающей ускоренную и дополнительную амортизацию.

Внешние источники формирования собственных средств включают дополнительной паевой или акционерной капитал, который привлекается путем дополнительных денежных взносов в уставный капитал или дополнительной эмиссии акций.

Управление собственным капиталом должно осуществляться на основе определенной финансовой политики предприятия. Оно, как правило, проводится в три этапа.

1. Анализ сложившегося потенциала собственных финансовых ресурсов: объема и динамики в предшествующем периоде; соответствия темпов прироста собственного капитала темпам прироста активов и объема продаж; пропорций соотношения внешних и внутренних источников формирования собственных финансовых ресурсов, их стоимости; состояния коэффициента автономии и самофинансирования и их динамики.

Результатом данного этапа должна стать выработка резервов увеличения собственного капитала.

2. Определение потребности в собственном капитале. На основе известных формул и исходной информации делаются расчеты потребности в собственном капитале:

3. Оценку стоимости привлечения собственного капитала из различных источников (внутренних и внешних). Финансовая политика предприятия должна содержать приоритеты в финансировании хозяйственной деятельности. На данном этапе, исходя из принятой финансовой политики, принимается управленческое решение относительно выбора альтернативных источников формирования собственных финансовых ресурсов.

1. **Ценообразование: методы и практика на современном этапе.**

В общем виде цена представляет собой денежное выражение стоимости товара. Существует несколько определений цены:

• это форма выражения ценности благ, проявляющаяся в процессе их обмена;

• денежная сумма, взимаемая за конкретный товар, то есть сумма денег, за которую покупатель готов купить товар, а продавец – продать его.

Товарная цена товара – количественное выражение стоимости данного товара в единицах другого товара.

Рыночная цена товара – цена, сложившаяся при взаимодействии спроса и предложения на рынке идентичных (а при их отсутствии – однородных) товаров (работ, услуг) в сопоставимых экономических (коммерческих) условиях.

Сущность цены – денежное выражение ценности товара, услуги, ценной бумаги или актива, оценка трудозатрат и стоимости материалов. Служит исходным моментом в планировании финансовой деятельности предприятия.

Цена продукта устанавливается продавцом заранее на основе издержек на производство и на продажу продукта, либо цены варьируются и устанавливаются превалирующим спросом или предложением (например, при продаже ценной бумаги или акции, недвижимости или предметов, продаваемых на аукционах). Цена продукта является важным фактором при принятии покупательского решения.

Методы расчета цен весьма многообразны. Существуют затратные, экономические и рыночные методы ценообразования.

Затратные методы ценообразования обеспечивают расчет продажной цены на товары и услуги посредством прибавления к издержкам или себестоимости их производства какой-то конкретной величины.

К рыночным методам ценообразования относятся:

1) метод текущей цены;

2) метод «запечатанного конверта», или тендерного ценообразования.

К экономическим методам ценообразования относят следующие методы:

1) метод удельных показателей;

2) метод регрессионного анализа;

3) балловый метод;

4) агрегатный метод.

Выбрав один из методов ценообразования, необходимо принять само ценовое решение, определить конкретную цену. Здесь учитывается целый ряд аспектов, таких как психологическое воздействие, влияние разных элементов маркетинга, соблюдение базовых целей ценовой политики, анализ возможной реакции на принимаемую цену.

1. **Заработная плата: функции, организация в условиях современной экономики.**

Заработная плата – это форма вознаграждения за труд, она выполняет воспроизводственную и стимулирующую функции. Выделяют повременную заработную плату (оклад) и сдельную. В современных условиях наблюдается тенденция к сближению этих двух форм оплаты труда, что может найти свое выражение в следующих системах оплаты труда: 1. Номинальная заработная плата представляет собой денежную сумму, которую получает работник за свой труд.

2. Реальная заработная плата – это набор благ, который трудящийся может приобрести на полученную им номинальную заработную плату при данном уровне цен на определенный момент времени. Она находится в прямой зависимости от номинальной заработной платы и в обратной – от цен на товары и услуги. Однако динамики номинальной и реальной оплаты труда далеко не всегда совпадают. Это происходит в тех случаях, когда цены растут быстрее, чем стоимость оплаты труда.

Мотивационная

Основана на мотивации труда — процессе побуждения человека к определенной деятельности с помощью внутриличностных и внешних факторов:

· человек осознает свои потребности;

· выбирает наилучший способ получения определенного вознаграждения;

· принимает решение о реализации этого способа;

· осуществляет действия по реализации, то есть трудится (здесь задача предприятия: создать наилучшие условия и стимулы для высокой результативности этого действия);

· получение вознаграждения;

· удовлетворение своей потребности.

Воспроизводственная

· уровень з/п должен обеспечивать воспроизводство;

· обеспечивает длительную трудоспособность;

· обеспечение семьи;

· обеспечение роста профессионального и культурного образовательного уровня.

Стимулирующая

Стимулирующая функция оплаты труда важна с позиций руководства фирмой: нужно побуждать работника к трудовой активности, к максимальной отдаче, повышению эффективности труда. Этой цели служит установление размера заработков в зависимости от достигнутых каждым результатов труда. Отрыв оплаты от личных трудовых усилий работников подрывает трудовую основу заработной платы, ведет к ослаблению стимулирующей функции заработной платы, к превращению ее в потребительскую функцию и гасит инициативу и трудовые усилия человека

Статусная

Статусная функция оплаты труда предполагает соответствие статуса, определяемого размером заработной платы, трудовому статусу работника. Под «статусом» подразумевается положение человека в той или иной системе социальных отношений и связей. Трудовой статус — это место данного работника по отношению к другим работникам, как по вертикали, так и по горизонтали. Отсюда размер вознаграждения за труд является одним из главных показателей этого статуса, а его сопоставление с собственными трудовыми усилиями позволяет судить о справедливости оплаты труда. Здесь требуется гласная разработка (при обязательном обсуждении с персоналом) системы критериев оплаты труда отдельных групп, категорий персонала с учетом специфики предприятия, что должно быть отражено в коллективном договоре (контрактах). Например, можно заложить распространенный в развитых капиталистических странах принцип трехступенчатости:

· критерии экономической эффективности всего предприятия,

· аналогичные критерии для отдельных подразделений;

· индивидуализированные критерии, играющие большую стимулирующую роль (личный трудовой вклад, коэффициент трудового участия, «заслуги» и т. п.).

Главная проблема и состоит в том, чтобы найти наиболее целесообразное сочетание коллективизма в работе, необходимого для успешной деятельности фирмы, и индивидуализма в заработной плате.

Статусная функция важна прежде всего для самих работников, на уровне их притязаний на зарплату, которую имеют работники соответствующих профессий в других фирмах, и ориентация персонала на более высокую ступень материального благополучия. Для реализации этой функции нужна еще и материальная основа, которая воплощается в соответствующей эффективности труда и деятельности фирмы в целом.

Регулирующая

Воздействует на отношение между спросом и предложением рабочей силы, на формирование коллектива, обеспечение его занятости. Эта функция выступает балансом между работниками и работодателем. Основа реализации функции — дифференциация в оплате труда по группам работников.

Производственно-долевая

Определяет меру участия каждого работника в совокупных затратах на производство.

1. **Финансирование и инвестирование на предприятии.**

Процесс управления финансовым инвестированием включает шесть основных этапов.

1. Анализ состояния финансового инвестирования в предшествующем периоде. Главная цель проведения такого анализа – изучение тенденций динамики масштабов, форм и эффективности финансового инвестирования на предприятии в ретроспективе. Это дает возможность оценить объем и эффективность портфеля финансовых инвестиций предприятия в предшествующем периоде.

2. Определение объема финансового инвестирования в предстоящем периоде. Как правило, если предприятие не выступает институциональным инвестором, то объем его финансовых инвестиций небольшой. Этот объем определяется размером свободных финансовых средств. Обычно заемные средства для финансового инвестирования не привлекаются. На данном этапе принимается решение о распределении свободных денежных средств на долгосрочное и среднесрочное финансовое инвестирование.

3. Выбор форм финансового инвестирования. После расчета свободных для финансового инвестирования средств проводится выбор эффективных форм их осуществления. Выбор этих форм определяется характером задач, решаемых предприятием в процессе своей хозяйственной деятельности.

4. Оценка инвестиционных качеств отдельных финансовых инструментов. Для проведения такой оценки используются различные методы, которые дифференцируются в зависимости от видов этих инструментов. При этом основным показателем оценки последних выступает уровень их доходности, риска и ликвидности. Заметную роль в процессе оценки играет характер обращения тех или иных финансовых инструментов инвестирования в рамках организованного и неорганизованного инвестиционных рынков. В ходе проведения такой оценки получает отражение оценка инвестиционной привлекательности отраслевой экономики и регионов страны.

5. Формирование портфеля финансовых инвестиций. На основании инвестиционных качеств отдельных финансовых инструментов осуществляется формирование портфеля финансовых инвестиций. При этом учитываются следующие основные факторы:

– тип портфеля финансовых инвестиций, формируемый в соответствии с его приоритетной целью;

– необходимость диверсификации финансовых инструментов портфеля;

– необходимость соблюдения высокой ликвидности портфеля и др.

В итоге сформированный с учетом установленных факторов портфель финансовых инвестиций должен быть оценен по соотношению уровня доходности, риска и ликвидности с целью убедиться в том, что по своим качественным и количественным параметрам он отвечает тому типу портфеля, который определен целями его формирования.

6. Обеспечение эффективного текущего управления портфелем финансовых инвестиций.

1. **Бизнес-план предприятия: структура, ключевые показатели**

Важное значение имеет структура бизнес-плана, который представляет собой достаточно сложный документ. Разделы бизнес-плана должны охватывать все аспекты деятельности предприятия. Хотя внешне бизнес-планы могут отличаться друг от друга, состав их разделов, по существу, остается практически неизменным, хотя по форме может видоизменяться в зависимости от типа решаемой задачи.

Основные информационные разделы бизнес-плана:

1. Концепция, обзор, резюме.

2. Описание базового предприятия.

3. Описание продукта.

4. Анализ рынка, маркетинг и продажи.

5. План производства.

6. Организационный план.

7. Окружение и нормативная информация.

8. Финансовый план.

9. Риски проекта и их минимизации.

10. Календарный план реализации проекта.

Оформление бизнес-плана начинается с подготовки титульного листа, который должен обеспечить информацию о том, где, когда и кем составлен данный документ. Здесь же указывается название проекта, которое должно четко и кратко формулировать идею, заложенную в бизнес-плане.

После титульного листа должно находиться оглавление, отражающее структуру бизнес-плана. Это номенклатура разделов или параграфов. В любом случае оглавление должно быть четко оцифровано, обязательно арабскими цифрами.

В разделе «Концепция, обзор, резюме» указывается все самое главное – информация, дающая представление о проекте и кратко обеспечивающая все необходимые данные, характеризующие проект:

• название, автор, версия бизнес-плана;

• собственник, срок проекта;

• суть проекта;

• цель проекта;

• задачи проекта;

• показатели проекта (потребности в капитале, результаты, эффект);

• гарантии возврата инвестиций;

• критические для успеха элементы;

• ключевые факторы, способные повлиять на рассмотрение возможности инвестирования;

• аннотация (краткое описание проекта).

Указываются задача составления бизнес-плана и круг лиц, которым он адресован. Целесообразно также отметить, почему возникла необходимость в создании данного проекта.

В приоритетном порядке указываются направления деятельности компании, по каждому направлению определяются целевые рынки и ответственные лица. Формулируются основные цели проекта, а также его конкретные задачи

**Менеджмент**

1. **Сущность и назначение менеджмента. Базовые функции менеджмента, их состав и содержание. Принцип синергии в менеджменте.**

Слово «менеджмент» (management) в переводе с английского языка означает «управление». В недавнем времени этим термином обозначали умение управлять лошадьми. В настоящее же время речь идет об управлении людьми, умении добиваться поставленных целей, используя их труд и мотивы поведения. Однако не следует толковать слово «менеджмент» однозначно. Из фундаментального «Оксфордского словаря» можно извлечь следующие его значения:

1) особого рода умелость;

2) власть и искусство толкования;

3) способ, манера общения с людьми;

4) административная единица.

сновная цель менеджмента – обеспечение гармонии в развитии организации, т. е. согласованного и эффективного функционирования всех внешних и внутренних элементов организации.

Для определения содержания менеджмента необходимо выделить: 1) основные функции;

2) виды;

3) методы;

4) принципы.

Можно выделить три группы функций:

1) общие;

2) социально-психологические;

3) технологические.

Все функции менеджмента тесно связаны между собой. Их взаимодействие составляет четкую структуру.

Принцип синергии предполагает определенную оптимальность диверсификации отраслей со стратегической экономией на масштабах деятельности, источником которой является взаимная поддержка различных, но по ряду параметров увязанных между собой стратегических зон хозяйствования, когда методы работы одних подразделений фирмы (производственных) дополняют методы управления другими (научно-техническими, сбытовыми) и т д. На основе синергии достигается более высокая суммарная отдача всех капиталовложений фирмы.

Принцип синергии важен при проведении политики расширения сфер деятельности фирмы, осуществлении мер по слиянию и поглощению компаний и обеспечивает более высокую рентабельность капиталовложений при наборе и комбинации стратегических зон хозяйствования, чем в тех случаях, когда они управляются раздельно. Поэтому в настоящее время в стратегии современных фирм все большее значение приобретает тенденция к синергии, консолидации.

1. **Основные школы и направления развития менеджмента. Научная школа менеджмента. Принципы управления Ф.Тейлора. Принципы эффективного управления Г.Эмерсона. Административная школа и принципы управления А.Файоля.**

Школа научного управления (1885—1920). Ее возникновение, как отмечалось, явилось ключевым событием, благодаря которому наука управления приобрела не только самостоятельность, но и широкое общественное признание. Наиболее извест­ными ее представителями, наряду с Ф. Тэйлором, были Ф. Гилб­рет, Л. Гилбрет, Г. Гант, Г. Эмерсон и др. Показательно, что и Ф. Тэйлор и Ф. Гилбрет начинали свою карьеру рабочими, а затем стали инженерами; сферой же их непосредственной дея­тельности было производство. Поэтому первым их шагом научного анализа труда и управления явилось не изучение административных, управленческих задач, а исследование самого содержания труда, его основных компонентов. И лишь затем представители этой школы приходят к ключевому выводу о необходимости отделения управленческих функций от фактического исполнения работы; т.е. к выводу, что управление — это особая специальность, а наука о нем — это самостоятельная дисциплина.

Административная («классическая») школа в управлении (1920—1950). Вполне естественно, что дальнейшее развитие теории управления пошло по пути углубления, расширения и обобщения рассмотренного подхода. Главным при этом явилось его распространение с чисто производственной на общую — административную, управленческую сферу. Закономерно поэтому, что все наиболее крупные представители этой школы были не «производственниками», а собственно администратора­ми, управленцами — консультантами крупных фирм. Основопо­ложник этой школы А. Файоль, считающийся «отцом» совре­менного менеджмента, был главой одной из крупных француз­ских компаний, а ряд его ведущих последователей также имели непосредственное отношение к практике высшего администра­тивного управления (Л. Урвик, Д. Мунк, Э. Реймс, О. Шелдрн, Л. Аллен и др).

Школа «человеческих отношений» (1930—1950); под­ход с точки зрения науки о поведении (1950 г. — по на­стоящее время). В качестве своеобразной реакции на прису­щие классическому подходу недостатки, главным из которых была неспособность полного учета роли человеческого фактора в организациях, возникает новая школа управления — школа «че­ловеческих отношений». В силу этого ее часто обозначают как неоклассическая школа. Начало этому направлению было положено знаменитыми хотгорнскими экспериментами Э. Мэйо на заводе «Уэстерн Электрик». Он показал, что средства, предлагаемые представителями рационального, научного управления (чет­кая программа трудовых операций, хорошая заработная плата, высокая организация труда и пр.), не всегда вели к повышению производительности труда.

Школа «количественных методов в управлении» (1950 г. — по настоящее время). Хотя влияние этого направления было значительно меньше, чем предыдущего, оно все же оставило заметный след в эволюции управленческой мысли, а ряд его положений остается актуальным и поныне. Основная заслуга школы состоит в предложенной ею методологии исследования операций..

1. **Школа человеческих отношений и ее роль в развитии менеджмента. Теория А.Маслоу и ее применение в современном менеджменте. Примеры.**

Определенный прорыв в области менеджмента, ознаменовавшийся появлением «школы человеческих отношений», был сделан на рубеже 30-х годов 20 века. В ее основу положены достижения психологии и социологии. Поэтому в рамках этого учения в процессе управления предлагалось сосредотачивать основное внимание на работнике, а не на его задании. В начале 20 века ученые, изучающие поведение человека в трудовом процессе, были заинтересованы в повышении производительности труда не менее, чем любой из «классических» менеджеров. Они понимали, что, сосредоточив внимание на рабочем, смогут лучше стимулировать его труд. Предполагалось, что люди являются живыми машинами и что в основе управления должна лежать забота об отдельном работнике.

Приверженцы движения человеческих отношений придерживались мнения, что истинно эффективный контроль над процессом труда исходит из самого работника, а не из строгой, авторитарной системы управления. Отстаивали необходимость и возможность социального давления в поддержку более просвещенного обращения с работниками.

Основателями этой школы были М.-П. Фоллет (1868-1933, США) и Э.Мэйо (1880-1949, США). Большой вклад в ее развитие внес Честер Бернард (1896-1961, США).

Определение менеджмента как «обеспечение выполнения работы с помощью других лиц» впервые было дано М.Фоллет. Она проанализировала стили руководства и разработала теорию лидерства. Ее концепции наделения властью, оказания работникам скорее помощи, нежели осуществление жесткого контроля, права сотрудников, независимо от их властных полномочий, работать по ситуации, открыли новую эру в теоретических исследованиях. В своем анализе динамики взаимодействий менеджеров и организаций М.Фоллет искала ответы на вопросы, не потерявшие совей актуальности и в наше время: этика, власть, лидерство, максимизация отдачи подчиненных.

Под руководством Э.Мэйо с 1927 по 1933гг. были проведены так называемые «Хоуторнские исследования» (г. Хоуторн, Вестерн Электрик), в результате которых ученые пришли к выводу о том, что наилучшим образом объясняющим увеличение производительности труда фактором являются «человеческие отношения», и прежде всего позитивное отношение менеджеров к потребностям работников. Он обнаружил, что группа рабочих – это социальная система, в которой есть собственные системы контроля. Коллеги по группе иногда оказывали на работников более весомое влияние, чем требования руководителя и материальный интерес.

Одним из наиболее важных достижений Ч.Бернарда стала концепция неформальной организации. Неформальная организация существует внутри любой организации; ее образуют естественным образом сложившиеся социальные группы. Ученый настаивал на том, что организацию не следует рассматривать как некий бездушный механизм. Неформальные отношения представляют собой мощную силу, которая может быть использована менеджментом в целях повышения эффективности организации. Бернард предложил теорию принятия власти, которая утверждает, что обладающие свободой воли индивиды имеют право решать, следовать им приказам менеджмента или нет. Менеджеры обязаны обращаться со своими работниками подобающим образом, так как принятие власти последними может стать критическим фактором успеха организации в наиболее ответственных ситуациях.

1. **Сущность планирования. Виды планов и их структура. Особенности стратегического, среднесрочного и оперативного планирования.**

**П**о срокам различают следующие виды планирования:1) перспективное планирование основывается на прогнозировании, его иначе называют стратегическим планированием. С его помощью прогнозируются перспективная потребность в новых видах продукции, товарная и сбытовая стратегия предприятия по различным рынкам сбыта и т. д. Стратегическое планирование традиционно подразделяется на долгосрочное (10-15 лет) и среднесрочное (5 лет),или пятилетнее, планирование. Долгосрочный план (на 10-15 лет) имеет проблемно-целевой характер. В нем формулируется экономическая стратегия деятельности предприятия на длительный период с учетом расширения границ действующих рынков сбыта и освоения новых. Число показателей в плане ограниченно. Цели и задачи перспективного долгосрочного плана конкретизируются в среднесрочном (пятилетнем) плане. Объектами среднесрочного планирования являются организационная структура, производственные мощности, капитальные вложения, потребности в финансовых средствах, исследования и разработки, доля рынка и т. п. В настоящее время сроки исполнения (разработки) планов не имеют обязательного характера и ряд предприятий разрабатывают долгосрочные планы сроком на пять лет, среднесрочные - на 2-3 года;2) текущее (годовое) планирование разрабатывается в разрезе пятилетнего плана и уточняет его показатели. Структура и показатели годового планирования различаются в зависимости от объекта и подразделяются на заводские, цеховые, бригадные;3) оперативно-производственное планирование уточняет задания текущего годового плана на более короткие отрезки времени (месяц, декада, смена, час) и по отдельным производственным подразделениям: цех - участок - бригада - рабочее место. Такой план служит средством обеспечения ритмичного выпуска продукции и равномерной работы предприятия и доводит плановое задание до непосредственных исполнителей рабочих. Оперативно-производственное планирование подразделяется на межцеховое, внутрицеховое и диспетчирование. Завершающим эта помзаводского оперативно-производственного планирования является сменно-суточное планирование. В целом перспективное, текущее и оперативно производственное планирование взаимосвязаны и образуют единую систему. Кроме того, планы классифицируются и по другим признакам:1) по содержанию планов (технико-экономический, организационно-технологический, социально-трудовой, финансово-инвестиционный и т. д.);2) по уровню управления (фирменное, корпоративное, заводское плакирование);3) по методам обоснования (рыночное, индикативное, административное или директивное планирование);4) по сфере применения (межцеховое, внутрицеховое, бригадное и индивидуальное);5) по стадиям разработки (предварительное и окончательное);6) по степени точности (укрупненное и уточненное).По типу составления выделяют целевое и поисковое планирование. Целевое планирование предполагает сперва установку желаемых целей, а затем определение необходимых для достижения этих целей ресурсов. Поисковое планирование противоположно - определяются наличные ресурсы, а затем ищутся те цели, которых будет возможно достичь с данными ресурсами.

1. **Понятие контроля и его роль в управлении, процесс контроля. Виды контроля и их особенности. Роль стандартов в системе контроля.**

Контроль – это система наблюдений и проверки соответствия процесса функционирования управляемого объекта принятым управленческим решениям, определение результатов управленческих воздействий на управляемый объект и отклонений, допущенных в ходе выполнения этих решений.

Контроль на предприятии (контроллинг) включает текущий сбор и обработку информации, проверку отклонений фактических показателей деятельности фирмы от нормативных или плановых и, что более важно, – подготовку рекомендаций для принятия решения.

Контроль выявляет слабые стороны предпринимательской деятельности, позволяет оптимально использовать ресурсы, вводить в действие резервы, а также избежать банкротства и кризисных ситуаций. Контроль на предприятии включается в процесс управления, установление целей, разработку бизнес-планов, бюджетов, мониторинга, оперативной работы, отклонений от намеченных целей на всех этапах жизни товара: от его создания до реализации. В современных условиях при создании новых изделий, организации работы, научных исследованиях и опытно-конструкторских разработок (НИОКР), получение достижений в науке и технике роль контроля будет усиливаться.

Понятие «контроль в управлении» следует рассматривать в трех основных аспектах:

1) контроль как систематическая и конструктивная деятельность руководителей, органов управления, одна из их основных управленческих функций, т. е. контроль как деятельность;

2) контроль как завершающая стадия процесса управления, основой которой является механизм обратной связи;

3) контроль как неотъемлемая составляющая процесса принятия и реализации управленческих решений, непрерывно участвующая в этом процессе от его начала и до завершения.

Наряду с внутренним контролем, внутрихозяйственным расчетом, созданием мер по ограничению риска и безопасности хозяйственной деятельности фирмы большое значение в финансовой и налоговой сфере в современной обстановке имеет ревизия – как инструмент контроля.

Государство контролирует предприятия всех форм собственности с помощью эффективных форм финансового конторля.

Объектом финансового контроля выступает как бюджетно-нлоговая сфера и бюджетный процесс, так и весь процесс финансово-хозяйственной деятельности субъектов рыночных отношений. Этим определяется большая роль и значение финансового контроля как основного элемента государственного контроля и управления.

Субъектами государственного финансового контроля являются государственные органы и структуры предприятия с государственным участием, организации полностью или частично финансируемые из бюджета, организации и предприниматели в части уплаты налогов в бюджет.

1. **Принципы мотивации и стимулирования. Содержательные и процессуальные теории мотивации персонала.**

Мотивация персонала в любом обществе и экономической системе носит сущностный характер и предопределяет экономику в обществе и уровень его благосостояния.

 Мотивация представляет собой процесс создания системы условий или мотивов, оказывающих воздействие на поведение человека, направляющих его в нужную для организации сторону, регулирующих его интенсивность, границы, побуждающих проявлять добросовестность, настойчивость, старательность в деле достижения целей.

Теория потребностей Маслоу

Маслоу - один из крупных ученых в области мотивации и психологии. Его теория мотивации кадров включает в себя следующие основные идеи:

* неудовлетворенные потребности побуждают к действиям;
* если одна потребность удовлетворена, то её место занимает другая;
* потребности, находящиеся ближе к основанию «пирамиды» требуют первостепенного удовлетворения.

В соответствии с теорией Маслоу существует пять групп потребностей:

Физиологические потребности;

Потребность безопасности;

Потребность принадлежать к социальной группе;

Потребность признания и уважения;

Потребность самовыражения.

Эта теория потребностей показывает, как те или иные потребности могут воздействовать на мотивацию человека и его деятельность, как предоставить человеку возможность реализовать и удовлетворить свои потребности.

Теория существования, связи и роста Альдерфера

Альдерфер считает, что потребности человека могут быть объединены в отдельные группы. Он считает, что таких групп существует три:

* потребности существования;
* потребности связи;
* потребности роста.

Теория приобретённых потребностей МакКлелланда

Теория МакКлелланда связана с изучением и описанием влияния на поведение человека потребностей:

* Потребность достижения;
* Потребность соучастия;
* Потребность властвования.

Из трех рассматриваемых теорий потребностей для успеха менеджера наибольшее значение имеет развитая потребность властвования.

Теория двух факторов Герцберга

Эту теорию представляют два фактора: условия труда и мотивирующие факторы.

1. **Делегирование полномочий в организации. Распределение ответственности между менеджером и исполнителем.**

Степень централизации и децентрализации зависит от масштабов полномочий. При отсутствии делегирования полномочий управление организацией становится слишком централизованным.

Степень централизации снижается в случае, если больше решений принимается непосредственно на рабочих местах.

Отличительные особенности централизации: отсутствие передачи полномочий и пределов компетентности, что приводит к снижению оперативности в принятии решений.

Основная цель делегирования полномочий – сделать возможной децентрализацию управления организацией. Передаются лишь полномочия, всю ответственность продолжает нести старший руководитель.

Основные принципы передачи полномочий:

– сотрудник должен обладать достаточными полномочиями для достижения требуемого результата;

– сотрудник должен знать, перед кем он несет ответственность;

– все, что превышает компетенцию должности, передается высшим звеньям управления;

– старшее должностное лицо продолжает нести ответственность за действия подчиненного. Факторы, влияющие на уровень децентрализации:

1) размер затрат;

2) степень унификации;

3) размеры организации;

4) философия менеджмента;

5) наличие подходящего руководителя;

6) использование приемов контроля. Чем выше возможности контролирования, тем большей степени децентрализации можно достичь;

7) география деятельности организации;

8) влияние внешней среды.

Масштабы управления. При установлении масштабов управления помимо степени сложности, характера осуществляемой работы необходимо учитывать субъективные возможности менеджера, его способности сотрудничать с коллегами.

Менеджер вправе осуществлять следующие действия для управления и контроля:

– составление ясного и краткого плана;

– делегирование полномочий;

– использование контрольно-проверочных нормативов.

Необходимость установления масштабов управления.

1. **Понятие стратегического менеджмента. Стратегия предприятия. Стратегическое планирование. SWOT-анализ при разработке стратегии.**

Стратегическое управление – процесс разработки, принятия и реализации стратегических решений, центральным звеном которого является стратегический выбор, основанный на сопоставлении собственного ресурсного потенциала предприятия с возможностями и угрозами внешнего окружения. Стержнем стратегического управления выступает система стратегий, включающая ряд взаимосвязанных конкретных предпринимательских, организационных и трудовых стратегий. Стратегия – это заранее спланированная реакция организации на изменение внешней среды, линия ее поведения, выбранная для достижения желаемого результата.

Стратегическое планирование на макроуровне занимается прогнозированием структурных сдвигов и основных пропорций в экономике страны в целом или крупного ее региона.

Стратегическое планирование на микроуровне – разработка научно-технического уровня производства и конкурентоспособности фирмы в целом, оценка инвестиций, их окупаемости, прибыли и ее распределения, а также оценка процесса производства конкретных товаров от закупки сырья до сбыта готовых продуктов и услуг.

Основная цель планирования – согласование различных направлений развития фирмы в заранее установленные отрезки времени.

SWOT-анализ позволяет выявить и проанализировать сильные и слабые стороны, дать оценку возможностей развития и потенциаль­ных угроз. Он представляет собой последовательность этапов [30,66]:

♦ I этап — создание рабочей группы аналитиков и плана работы;

♦ II этап — фиксация данных о текущем состоянии муниципально­го образования;

♦ III этап — согласование представления элементов SWOT;

♦ IV этап — определение приоритетов развития и объектов рефор­мирования муниципального образования.

**Финансы предприятия**

1. **Понятие «финансы предприятий». Особенности финансового механизма различных организаций.**

Финансы предприятий – замкнутые денежные отношения, связанные с формированием и перераспределением финансовых ресурсов между подразделениями и сферами деятельности одного юридического лица (с целью адаптации к изменению рыночной среды, обеспечения конкурентных преимуществ, ускорения научно-технического прогресса, гармонизации отношений в коллективе и др.), а также взаимоотношения с бюджетами разных уровней, инвестиционная и эмиссионная деятельность юридических лиц.

Источники формирования финансов предприятия:

• собственные и приравненные к ним средства (акционерный капитал, паевые взносы, прибыль от основной деятельности, целевые поступления и др.);

• средства, мобилизуемые на финансовом рынке в результате операций с ценными бумагами; средства, поступающие в порядке перераспределения (бюджетные субсидии, субвенции, страховые возмещения и т.п.).

В условиях рыночной экономики предприятия осуществляют свою деятельность на началах коммерческого расчета, целью которого является получение прибыли. Они самостоятельно распределяют выручку от реализации продукции, формируют и используют фонды производственного и социального назначения, изыскивают необходимые средства для расширения производства продукции, используя кредитные ресурсы и возможности финансового рынка.

Финансы предприятий различных форм собственности, являясь основой единой финансовой системы страны, обслуживают процесс создания и распределения общественного продукта и национального дохода.

Финансы коммерческих организаций выполняют следующие функции:

Воспроизводственная функция – состоит в обслуживании денежными ресурсами кругооборота основного и оборотного капиталов в процессе коммерческой деятельности предприятия на основе формирования и использования денежных доходов и накоплений.

Распределительная функция – состоит в обеспечении оптимальных пропорций распределения прибыли (дохода) между предприятиями и государством, между различными фондами предприятий.

Контрольная функция – это финансовый контроль за производственно-хозяйственной деятельностью предприятия с точки зрения потребления и расходов необходимых ресурсов, а также контроль взаимоотношений предприятия с банками, государством и другими предприятиями.

С помощью денежных отношений определяются важные показатели финансового состояния предприятия:

Самоокупаемость – это способность предприятия покрывать свои расходы (затраты) результатами производства.

Самофинансирование – это способность предприятия из заработанных средств не только возмещать свои затраты, но и финансировать расширение производствава и решение социальных задач.

1. **Понятия финансирования и инвестирования. Влияние финансовых решений на структуру баланса предприятия.**

Финансовое инвестирование заключается во вложении временно свободных активов в проект различных сроков реализации. Финансовое инвестирование предполагает обеспечение всех возможных целей инвестора. Финансовое инвестирование осуществляется предприятием в следующих основных формах: 1. Вложение капитала в уставные фонды совместных предприятий. Эта форма финансового инвестирования имеет наиболее тесную связь с операционной деятельностью предприятия. По своему содержанию эта форма финансового инвестирования во многом подменяет реальное инвестирование, являясь при этом менее капиталоемкой и более оперативной. Приоритетной целью данной формы инвестирования является не столько получение высокой инвестиционной прибыли, сколько установление форм финансового влияния на предприятия для обеспечения стабильного формирования своей операционной прибыли. 2. Вложение капитала в доходные виды денежных инструментов. Эта форма финансового инвестирования направлена, прежде всего, на эффективное использование временно свободных денежных активов предприятия. Основным видом денежных инструментов инвестирования является депозитный вклад в коммерческих банках. Данная форма используется для краткосрочного инвестирования капитала и ее главной целью являет-ся генерирование инвестиционной прибыли. 3. Вложение капитала в доходные виды фондовых инструментов. Эта форма финансовых инвестиций является наиболее массовой и перспективной. Она характеризуется вложением капитала в различные виды ценных бумаг, свободно обращающихся на фондовом рынке.

**Маркетинг**

1. **Понятие маркетинга, его широкие и узкие трактовки. Современные концепции маркетинга.**

В основе термина “ маркетинг “ лежит слово “ market “, что означает рынок.

Поэтому маркетинг ( это концепция управления, хозяйствования в условиях рынка, провозглашающая ориентацию производства на удовлетворение конкретных потребностей конкретных потребителей. Маркетинг ( система управления производственно-сбытовой деятельностью организации, направленная на получение приемлемой величины прибыли посредством учета и активного влияния на рыночные условия.

Маркетинг (это система планирования ассортимента и объема выпускаемых изделий, определение цен, распределение продуктов между выбранными рынками и стимулирование их сбыта с целью удовлетворения потребностей. Стратегический маркетинг представляет собой постоянный анализ потребностей рынка, что предшествует разработке эффективных товаров предназначенных для конкретных покупателей и обладающих особыми свойствами, отличающих их от товаров конкурентов. Этапы стратегического маркетинга: анализ потребностей для определения; анализ конкурентоспособности; анализ привлекательности рынка; сегментация рынка; выбор стратегии рынка.

Сложившийся в Р. рынок продавца медленно, но все верно переходит в новое для него качество - рынок покупателя.

Теперь продавец руководствуется теоретическими разработками, которые предполагают след. концепции ведения маркет. деят-ти:

1. Концепция совершенствования производства - работает, когда спрос больше предложения. Совершенствовать пр-во можно повышением производительности труда для снижения себестоимости товара.

2. Концепция совершенствования товара - наибольшее кол-во и эксплутационные свойства тов. Т. о. компания занимается усовершенствованием товаров иногда даже в ущерб нуждам клиентов.

3. Концепция интенсификации коммерческих усилий - доводит до гос-ва приемы выявления потенциальных покупателей и «жесткой продажи». Применяется для улучшения реализации товаров пассивного спроса. Т. о. концепция направлена на удовлетворение нужд продавца.

4. Концепция маркетинга - где все внимание сосредотачивается на покупателе «любите клиента, а не товар», «клиент всегда прав», «отыщите потребность и удовлетворяйте ее». Главная задача- разработка и внедрение более эффект. Способов определение нужд и потребностей целевых рынков.

5. Концепция социально-этического маркетинга - задача организации- определение нужд, потребностей и интересов целевых рынков и обеспечение желаемой удовлетворенность более эффект. И более продуктивными (чем у конкурентов) способами, с одновременным сохранением или укреплением благополучия потребителей и общества в целом.

1. **Источники и виды маркетинговой информации. Методы получения информации для маркетингового анализа.**

Маркетинговое исследование – это научное исследование в рамках маркетинговой деятельности, которое включает целевой системный сбор, упорядочение и анализ новых данных об отрасли, рынке, его субъектах и объектах.

Принципы маркетингового исследования: 1) законность; 2) научность, т. е. применение научных методов, объективность и точность полученных данных; 3) деловая цель, т. е. необходимость маркетингового исследования должна быть экономически обоснована; 4) договорной характер отношений исследователя и заказчика.

Виды маркетинговых исследований.

По охвату аудитории: дискретные проекты (так называемые проекты ad hoc) – направленные на изучение отдельных специфических проблем; интегральные мониторинговые исследования, для которых характерны регулярность, широкий охват, сопоставимость данных во временной перспективе.

По отношению к фирме-заказчику: внешние и внутренние.

Цели маркетинговых исследований: 1) определить реальную и потенциальную емкость рынка по продукту (изучение емкости рынка способствует правильной оценке шансов фирмы на рынке и предотвращению неоправданных потерь); 2) определить долю на рынке; 3) проанализировать поведение потребителей (знание потребностей потенциального клиента поможет не только установить конкурентоспособные цены на продукцию, но и внести изменения в сам продукт, оптимизировать каналы продвижения и рекламную стратегию, т. е. скорректировать все компоненты комплекса маркетинга); 4) провести анализ конкурентов или анализ предложения (знания о товарах и маркетинговой политике конкурентов необходимы для лучшей ориентации на рынке и победы в конкурентной борьбе); 5) изучить каналы сбыта и найти наиболее эффективный из них; 6) провести оценку общего объема рынка (исследование по определенному продукту/услуге/сегменту; сегментацию рынка по категориям продукта; сегментацию рынка по брендам; тенденции рынка).

При выполнении исследований специалисты опираются на данные из следующих источников информации.

1. Источники вторичной информации (desk research) – это уже имеющаяся в наличии информация, для сбора которой не требуется специального исследования: 1) опубликованные данные информационных агентств (например, РосБизнесКонсалтинг); 2) отраслевые и специализированные СМИ; 3) статистическая и новостная информация государственных органов (Госкомстат, ГТК и т. д.); 4) федеральное и местное законодательство; 5) сеть Интернет; 6) аналитические исследования исследовательских компаний; 7) специализированные базы данных.

2. Источники первичной информации (field research) – это результаты специального исследования: 1) экспертные интервью с руководителями и специалистами компаний, с потребителями товаров;

2) результаты опросов специалистов и представителей производственных предприятий данной отрасли;

3) пилотные интервью; 4) анкетирование.

1. **Анализ конкурентов. Выявление типа конкуренции. Оценка степени монополизации рынка.**

Важным условием успеха фирмы является надежная система слежения за конкурентами и анализа их действий. Это необходимо для определения границ, в пределах которых возможно их стратегическое продвижение, развитие стратегического потенциала и пр.

Анализ конкурентов должен выявить:

во-первых, общее состояние конкуренции (острота, масштабы, степень государственного регулирования);

во-вторых, характер конкурирующей продукции (степень ее новизны, дифференциации, частоту и причины внедрения новинок конкурентами, например, погоня за лидером, усовершенствование отдельных элементов, повышение качества, нежности, безопасности, придание дополнительных свойств, вероятность новых технологических изменений);

в-третьих, главные факторы успеха в конкурентной борьбе;

в-четвертых, самых опасных конкурентов.

Стратегические конкурентные группы

Поскольку конкурентов часто бывает слишком много и изучить каждого в отдельности сложно, фирмы с одинаковыми стратегическими характеристиками и конкурирующими на одной основе целесообразно объединять в стратегические группы.

 условиях чистой монополии, когда спрос на продукцию фирмы совпадает с рыночным, его эластичность является определяющей оценкой рыночной власти фирмы. В других случаях, когда рыночная власть делится между двумя, тремя или большим количеством фирм, она зависит от следующих факторов:

1. Эластичность рыночного спроса. Спрос на продукцию отдельной фирмы не может быть менее эластичным, чем рыночный спрос. Чем большее количество фирм представлено на рынке, тем более эластичен будет спрос на продукцию каждой из них. Присутствие конкурентов не позволяет отдельной фирме значительно поднимать цену без опасения потерять часть своего рынка сбыта.

Поэтому оценка эластичности спроса на продукцию фирмы является той информацией, которая должна быть известна руководству фирмы. Данные об эластичности должны быть получены путем анализа сбытовой деятельности фирмы, объема продаж при различных ценах, проведения маркетинговых исследований, оценки деятельности конкурентов и т.д.

2. Количество фирм на рынке. Однако само по себе количество фирм еще не дает представления о том, насколько рынок монополизирован. Для оценки конкурентности рынка используется индекс рыночной концентрации Герфиндаля, характеризующий степень монополизации рынка:

 H=p12 + p22 + …….+ p12 +….+ pn2 (12.2)

 где Н— показатель концентрации; p1 ,p2,…….,pi …. pn — процентная доля фирм на рынке.

1. **Формирование продукта: придание продукту основной полезности, дополнительных свойств, создание упаковки.**

До приобретения товара каждый покупатель оценивает его полезность. Эта оценка зависит не только от объективных характеристик товара, но и от технического процесса восприятия и переработки человеком информации о продукте и его внешнего образа. Ожидаемая полезность продукта в сознании потребителя формируется на основании его субъективного опыта, системы ценностей, рекламы и т.д. Эта ожидаемая полезность товара – результат действия всех элементов маркетинга. Задача создателей товара – придать продукту свойства и образ технически благоприятные ля восприятия потенциальными покупателями. Разработка каждого продукта – важнейший элемент маркетинга и конкуренции.

Работа над продуктом включает придание ему:

- функции полезности в соответствии с его назначением;

- специфических функций, соответствующих запросам целевых покупателей;

- дополнительной полезности;

- формирование внешних параметров.

Каждый товар является носителей основных целевых характеристик:

1. Полезность функциональностей.

2. Безопасность.

3. Удобство пользования.

4. Надёжность.

5. Сохранность.

Для улучшения образа продукта при создании товара особое внимание уделяется выбору следующих параметров:

1. Форма продукта. Придаётся сознательно. Обеспечивает основные и дополнительные полезности. Наилучшая форма содержит минимальное число элементов, согласованных и симметричных. При создании формы используются базисные формы (шар, куб, цилиндр) или их комбинации. С помощью формы можно индивидуализировать товар. Необычность формы привлекает покупателя. По некоторым достигнута идеальная форма (игла, ракета).

2. Цвет продукта – простейшее и дешёвое средство в вариации и индивидуализации продукта. Существует 7,5 млн. оттенков, 2800 названий. Цвет влияет на психику человека (возбуждает, успокаивает), влияя на восприятие продукта. Применение некоторых цветов установлено законодательно (светофор). Комбинации цветов защищены патентами (Coca-Cola). Цвет активно используется в новых областях. При создании упаковки возможности цветовых решений безграничны.

3. Материал продукта придаёт основную полезность продукту, но возможны и его замены. Дизайнер должен учитывать связь восприятия материала с формой и цветом.

4. Запах – основная или дополнительная полезность. Он присущ многим продуктам, но в рамках маркетинга его стали усиливать, придавать товарам сознательно или заглушать нежелательный запах.

5. Упаковка.

6. Марка.

1. **Марка и марочная политика фирмы. Брендинг.**

Товарная марка является базовым элементом маркетинговой атрибутики товара, определяющим привлечение внимания к товару и вероятность повторной покупки. Марка — это название, символ, изображение, термин или их комбинация, которая используется для отличия и распознания данного товара среди аналогичных.

Марка состоит из товарного имени, марочного знака и товарного знака. Марочный знак — это та часть марки, которая визуально узнаётся, но не произносится (рисунок, символ, сочетания контуров, цветов, шрифтовое оформление). Товарный знак — марка или её часть, обладающая правовой защитой.

Классификация товарных марок:

Индивидуальное марочное имя присваивается каждой ассортиментной позиции. Наименование по классификаторам видов продукции: размеры товаров, и т. п. Товарной маркой не является.

Единое марочное имя для всего ассортимента или всей номенклатуры товаров предприятия. Применяется в том случае, когда товар является сильно диверсифицированным или представлять товарное предложение в географическом смысле очень широко.

Марочные имена для отдельной группы товаров. Применяется в том смысле, когда необходимо привлечь внимание потребителей к этим товарам или защитить их от близких конкурирующих аналогов.

Комплексная товарная марка — сочетание марки производителя с маркой отдельного товара. Применяется в случаях, когда необходимо подчеркнуть особые качества товара или его исключительное рыночное позиционирование.

Марочная стратегия представляет собой решение о взаимодействии ассортимента товарного предложения и имеющихся у предпринимателя ТМ.

Предложение потребителям товаров с новыми качествами под известной потребителям маркой. Потребителя должна быть уверены, что эти товары принесут им дополнительные выгоды или преимущества.

Использование известной потребителям марки для тех групп товаров, которые раньше эту марку не использовали. Обычно применяется при диверсификации товарного предложения.

В рамках одной или нескольких категорий товарного предложения предлагаются товары под различными марками (обычно частными или совместными). Применяется в том случае, когда это товарное предложение ориентировано на несколько достаточно узких групп потребителей, четко различающихся друг от друга по запросам.

Представляет собой новую, ранее не применявшуюся марку, которой оснащается впервые представленный на данном рынке товар. Обычно применяется в условиях сильной конкуренции и может быть двух видов: 1) агрессивная марка (предназначена для как можно более лучшего заполнения и вытеснения других марок); 2) дифференцированная марка (предназначена для поддержки повышения потребления данного марочного товара).

1. **Роль ценовой политики фирмы в решении задач маркетинга. Ценовая эластичность спроса.**

Ценообразование на предприятии представляет собой процесс, состоящий из нескольких взаимосвязанных этапов: сбор и систематический анализ информации о рынке; обоснование основных целей ценовой политики предприятия на определенный период времени; выбор методов ценообразования; установка конкретного уровня цены и формирование системы скидок и надбавок к цене; корректировка ценового поведения предприятия в зависимости от складывающейся рыночной конъюнктуры. Ценовая политика – это механизм принятия решений о поведении предприятия на основных типах рынков для достижения поставленных целей хозяйственной деятельности. На начальном этапе разработки ценовой политики предприятию необходимо решить, каких именно хозяйственных целей оно стремится достичь с помощью выпуска конкретного товара. Обычно выделяют три основные цели ценовой политики: обеспечение сбыта (выживаемости), максимизация прибыли, удержание рынка. Обеспечение сбыта – главная цель предприятий, осуществляющих свою деятельность в условиях жесткой конкуренции, когда на рынке представлено много производителей аналогичного товара. Выбор этой цели возможен в тех случаях, когда спрос потребителей по цене эластичен, а также в тех случаях, когда предприятие ставит задачу добиться максимального роста объема сбыта и увеличения совокупной прибыли путем некоторого снижения дохода с каждой единицы товара. С этой целью предприятие занижает цены, что способствует расширению сбыта и захвату большой доли рынка. Постановка цели максимизации прибыли означает, что предприятие стремится максимизировать текущую прибыль. Оно производит оценку спроса и издержек применительно к разным уровням цен и выбирает такую цену, которая обеспечит максимальное возмещение затрат. Цель, преследующая удержание рынка, предполагает сохранение предприятием существующего положения на рынке или благоприятных условий для своей деятельности, что требует принятия различных мер для предотвращения спада сбыта и обострения конкурентной борьбы.

**Налоги и налогообложение**

1. **Налоги в системе производственных отношений. Функции налогов. Понятие налога и сбора в Налоговом кодексе Российской Федерации.**

Налог – индивидуально безвозмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц в форме отчуждения принадлежащих им на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления денежных средств в целях финансового обеспечения деятельности государства и (или) муниципальных образований (ст. 8 НК РФ).

Сущность налога состоит в отчуждении государством в свою пользу принадлежащих частным лицам денежных средств. Посредством налогообложения государство в одностороннем порядке изымает в централизованные фонды определенную часть ВВП для реализации публичных задач и функций. При этом часть собственности налогоплательщиков – физических лиц и организаций – в денежной форме переходит в собственность государства.

Налогоплательщик не вправе распоряжаться по своему усмотрению той частью своего имущества, которая в виде определенной денежной суммы подлежит взносу в казну, и обязан регулярно перечислять эту сумму в пользу государства, так как иначе были бы нарушены права и охраняемые законом интересы других лиц, а также государства. Взыскание налога не может расцениваться как произвольное лишение собственника его имущества, оно представляет собой законное изъятие части имущества, вытекающее из конституционной публично-правовой обязанности (постановления КС рФ от 17 декабря 1996 г. № 20-П, от 11 ноября 1997 г. № 16-П).

В состав основных функций, выполняемых налогом, включаются следующие.

1. Казначейская функция характеризует налог ответом на вопрос, куда поступает налог, где он мобилизуется для последующего перераспределения. Казначейская функция возникает у налога в связи с его поступлением в строго определенный централизованный фонд – бюджет и показывает формирующую бюджетные доходы роль налога. При этом следует различать фискальную (казначейскую) функцию налога и его фискальное значение, так как они имеют разные признаки проявления. Казначейская функция определяет направление движения налога и его предназначение конкретному бюджету, в то время как фискальное значение налога связано с его обременительной функцией через величину налога и показывает абсолютную и относительную доли конкретного налога в общей структуре налоговых доходов бюджетов.

2. Обременительная функция указывает количественную сторону налога и отвечает на вопросы, каков налог по величине, насколько в абсолютном и относительном выражении он обременителен для налогоплательщика. Этой функции свойственно распределение между налогоплательщиками с учетом их податных возможностей налоговой нагрузки в соответствии с социально-экономическими приоритетами государственной политики. Дифференцирование обременительного эффекта производится с помощью двух элементов налога – налоговой ставки и налоговых льгот.

3. Аналитическая функция позволяет сделать определенные выводы о характерных особенностях макроэкономического развития страны в сложившихся на конкретно-исторический момент социально-экономических условиях.

1. **Классификация налогов. Общие и специальные налоги, прямые и косвенные. Налоги, учитываемые при формировании затрат. Налоги, включаемые в цену продукции, работ и услуг.**

НК РФ предусматривает одну классификацию налогов и сборов: все налоги и сборы, взимаемые в Российской Федерации, делятся на федеральные, региональные и местные (п. 1 ст. 12

НК РФ). Федеральными признаются налоги и сборы, устанавливаемые НК и обязательные к уплате на всей территории РФ. Региональными – налоги и сборы, устанавливаемые НК РФ и законами субъектов РФ, вводимые в действие в соответствии с НК РФ, законами субъектов РФ и обязательные к уплате на территориях субъектов РФ. Местными – налоги и сборы, устанавливаемые НК РФ и нормативными правовыми актами представительных органов местного самоуправления, вводимые в действие в соответствии с НК РФ нормативными правовыми актами представительных органов местного самоуправления и обязательные к уплате на территориях соответствующих муниципальных образований.

Налоги подразделяются на налоги, уплачиваемые физическими лицами; налоги, уплачиваемые организациями; смешанные налоги, уплачиваемые как физическими лицами, так и организациями.

По объекту обложения выделяют: 1) налоги на имущество; 2) налоги на доходы (прибыль); 3) налоги на определенные виды деятельности.

Классификация налогов на прямые и косвенные. Критерием классификации выступает субъект, несущий налоговое бремя. Для прямых налогов таким лицом выступает непосредственно налогоплательщик, для косвенных – конечный потребитель (покупатель) товаров, работ или услуг. Налогоплательщик включает сумму косвенного налога в цену товара, перекладывая реальное бремя его уплаты на покупателя. В случае дальнейшей перепродажи этот покупатель, в свою очередь, становится налогоплательщиком.

Прямые налоги, в свою очередь, принято классифицировать на личные и реальные. Размер личных налогов определяется полученными доходами, реальные налоги исчисляются в зависимости не от действительных, а от предполагаемых доходов налогоплательщика.

По масштабам применения косвенные налоги с определенной долей условности можно разделить на универсальные и специальные. Универсальным является налог на добавленную стоимость, которым облагается реализация практически любого товара (работы, услуги). Обложению специальными налогами (например, акцизами) подлежит лишь узкий, ограниченный перечень товаров.

По порядку исчисления налоги подразделяются на окладные и неокладные. Окладные налоги исчисляются налоговыми органами. К ним относится ряд налогов, уплачиваемых физическими лицами (транспортный налог, земельный налог). Налоги, исчисляемые частными лицами, относятся к неокладным.

Налоги можно классифицировать на целевые и общие (нецелевые). Налоги не могут увязываться с определенными расходами бюджета, они обеспечивают общую совокупность всех расходов государства.

1. **Понятие и свойства налоговой системы. Анализ налоговой системы Российской Федерации.**

Налоговая система РФ совокупность налогов и сборов, установленных на ее территории действующим законодательством, выплачиваемых физическими лицами и организациями.

К физическим лицам относятся: граждане РФ, иностранные граждане, лица без гражданства, индивидуальные предприниматели, частные детективы.

К организациям относятся: юридические лица, а также иностранные юридические лица образующие в соответствии с Российским законодательством международные организации, их филиалы и представительства, созданные на территории РФ.

Основные принципы налоговой системы:

* принцип ясности формирование налогового законодательства и иных элементов норматив но-правовой базы; взимание налогов не должно допускать неоднозначности толкования и быть одинаково понятным как плательщикам налогов, так и контролирующим органам;
* принцип налоговой справедливости. Все налоговые плательщики независимо от их материального, имущественного положения, национальности, политических и религиозных различий несут равную обязанность перед обществом к уплате налогов;
* принцип равного распределения налогового бремени или тяжести по уплате налогов. Степень тяжести по уплате налогов должна соответствовать возможностям плательщика и быть экономически обоснованной;
* принцип оптимальности построения налоговой системы.

Налоговая система, с одной стороны, должна обеспечивать потребности государства в финансовых средствах, т. е. выполнять свою фискальную роль, а с другой не препятствовать деловой предпринимательской активности и экономическому росту. Налоговая система включает в себя три уровня налогов:

* федеральный налог (налог на добавленную стоимость, акцизы на определенную группу товаров, подоходный налог с физических лиц, налог с биржевой деятельности, налог, служащий источником образования дорожных фондов, государственная
* пошлина, платежи за пользование природными ресурсами, сбор за использование наименований Россия, РФ и образование на их основе слов и словосочетаний);
* региональный налог (налог на имущество предприятий и другие региональные сборы);
* местные налоги (налог на имущество физических лиц, земельный налог, налог на наследование и дарение, регистрационный сбор с физических лиц, занимающихся предпринимательской деятельностью, целевые сборы с граждан и предприятий на содержание милиции и др.).
1. **Экономическое содержание налога на добавленную стоимость. Анализ текущего состояния НДС в России.**

Налог на добавленную стоимость является регулирующим федеральным налогом.

Налог на добавленную стоимость представляет собой форму изъятия в бюджет части добавленной стоимости, создаваемой на всех стадиях производства и определяемой как разница между стоимостью реализованных товаров, работ и услуг и стоимостью материальных затрат, отнесенных на издержки производства и обращения.

НДС взимается со всех товаров, работ и услуг в течение всего производственного цикла. НДС является стабильным и регулярным источником доходов для бюджета.

Налогоплательщиками налога на добавленную стоимость являются:

1) организации;

2) индивидуальные предприниматели;

3) лица, признаваемые налогоплательщиками налога на добавленную стоимость в связи с перемещением товаров через таможенную границу РФ

Объектом налогообложения являются следующие операции:

1) реализация товаров (работ, услуг) на территории РФ, в том числе реализация предметов залога и передача товаров по соглашению о предоставлении отступного или новации, а также передача имущественных прав;

2) передача на территории РФ товаров для собственных нужд, расходы на которые не принимаются к вычету при исчислении налога на прибыль организаций;

3) выполнение строительно-монтажных работ для собственного потребления;

4) ввоз товаров на таможенную территорию РФ.

Местом реализации работ (услуг) признается территория РФ.

Налогообложение производится по налоговой ставке 0 %при реализации:

1) товаров, вывезенных в таможенном режиме экспорта;

2) работ (услуг), выполняемых в космическом пространстве и др.

Налогообложение производится по налоговой ставке 10 %при реализации:

1) следующих продовольственных товаров: мяса и мясопродуктов; молока и молокопродуктов; соли; зерна, комбикормов; хлеба; крупы; муки; макаронных изделий; рыбы живой; продуктов детского и диабетического питания; овощей;

2) товаров для детей:

3) периодических печатных изданий;

4) следующих медицинских товаров отечественного и зарубежного производства.

Налогообложение производится по налоговой ставке 18 %в остальных случаях. Моментом определения налоговой базы является:

1) день отгрузки;

2) день оплаты.

1. **Экономическое содержание налога на прибыль. Анализ текущего состояния налога на прибыль в России.**

Налог на добавленную стоимость (НДС) является косвенным налогом. При реализации товаров (работ, услуг) налогоплательщик дополнительно к цене реализуемых товаров (работ, услуг) предъявляет к оплате покупателю и сумму НДС. Налогоплательщик перекладывает свои расходы по уплате НДС на покупателя, который при перепродаже товара исчисляет НДС, перекладывая бремя по его уплате на своего покупателя, и так до конечного потребителя. Налоговое бремя уплаты НДС несут не налогоплательщики, а конечный потребитель товаров (работ, услуг).

Налогоплательщики НДС: организации; индивидуальные предприниматели; лица, перемещающие товары через таможенную границу РФ.

Организации и индивидуальные предприниматели освобождаются от уплаты НДС, если за три предшествующих календарных месяца сумма выручки от реализации товаров (кроме подакцизных) не превысила в совокупности 1 млн руб. Данное правило не распространяется на лиц, реализующих подакцизные товары. Если одновременно реализуются и подакцизные, и неподакцизные товары, то указанные лица освобождаются от уплаты НДС только по операциям с неподакцизными товарами.

Объект налогообложения НДС – операции по реализации товаров (работ, услуг) на территории РФ, в том числе на безвозмездной основе; передача товаров (выполнение работ, оказание услуг) для собственных нужд, расходы на которые не принимаются к вычету при исчислении налога на прибыль организаций; выполнение строительно-монтажных работ для собственного потребления; ввоз товаров на таможенную территорию РФ.

НК РФ предусматривает изъятия из перечня объектов обложения НДС. Не облагаются НДС операции, не признаваемые налоговым законодательством реализацией товаров (работ или услуг). К ним в соответствии с п. 3 ст. 39 НК РФ относят операции:

– связанные с обращением российской или иностранной валюты;

– передача имущества правопреемникам при реорганизации;

– передача имущества некоммерческим организациям на осуществление основной уставной деятельности, не связанной с предпринимательством;

– передача имущества инвестиционного характера (вклады в уставный капитал хозяйственных обществ и товариществ, по договору простого товарищества, паевые взносы в паевые фонды кооперативов);

– передача жилых помещений физическим лицам в домах государственного (муниципального) жилищного фонда при проведении приватизации;

– изъятие имущества путем конфискации, наследование имущества, обращение в собственность иных лиц бесхозяйных и брошенных вещей, бесхозяйных животных, находки, клада в соответствии с ГК РФ. Кроме того, не облагаются НДС:

– передача на безвозмездной основе объектов социально-культурного и жилищно-коммунального назначения, дорог, электрических сетей, подстанций, газовых сетей, водозаборных сооружений и подобных объектов государственным (местным) органам власти.

1. **Экономическое содержание налога на доходы физических лиц. Анализ текущего состояния налога на доходы физических лиц в России.**

Налог на доходы физических лиц – прямой налог, обращенный непосредственно к доходам граждан – налогоплательщиков. По всей сущности является юридической формой экономической связи человека и государства, поэтому правовой режим подоходного налога во многом определяется принципом постоянного местопребывания. Налог уплачивают лица, являющиеся налоговыми резидентами РФ, а также лица, не являющиеся налоговыми резидентами, но получающие доходы от российских источников. Налоговые резиденты – гражданам РФ, иностранцы и лица без гражданства, проживающие на территории РФ не менее 183 дней в году.

Объектом НК для физических лиц – резидентов признается любой доход, полученный как от источников в РФ, так и за её пределами, а для физических лиц –нерезидентов – только доход, полученный от источников на территории России (ст.209 НК).

По общему правилу в состав налогооблагаемой базы включаются все доходы налогоплательщика, полученные им как в денежной, так и в натуральных формах, или право на распоряжение которыми у него возникло. А также доходы в виде материальной выгоды.(ст.210 НК). А также имеются исключение, из этого положения, - об этом говорят ст.211-213,214 НК РФ.

Также законодатель устанавливает доходы. Не подлежащие налогообложению ст.217 НК РФ.

Кроме объектов. Не подлежащих налогообложению. Законодательством установлены налоговые вычеты – денежные суммы в твердо-определенном размере, вычитаемые из налоговой базы некоторых категорий налогоплательщиков. Они могут быть стандартными, социальными. Имущественными и профессиональными.

По общему правилу налоговый период по данному виду налога составляет один календарный год, а ставка составляет 13% и иные ставки. Установленные ст.193 НК РФ.

Физические лица могут уплачивать налог на доходы как самостоятельно, так и через налоговых агентов.

Лица, самостоятельно рассчитывающие и уплачивающие налог ст.228 НК обязаны представлять в налоговый орган по месту своего учета налоговую декларацию (ст.229 НК РФ). **БЛОК 2. (из этого блока в экзаменационное задание войдет ДВА вопроса)**

**Финансовый учет и отчетность**

1. **Необходимость вариативности способов амортизации внеоборотных активов. Критерии выбора и влияние на финансовый результат.**

Амортизация внеоборотных активов является наиболее типичным видом калькуляционных затрат. Организация эти расходы в данном отчетном периоде не несет, а только возмещает произведенные затраты по их приобретению. Методы начисления амортизации, длительность периода возмещения в системе УУ организация определяет сама. При этом следует исходить из того, что начисляя амортизацию необходима не только возместить первоначально затраченные средства на покупку внеоборотных активов, но и обеспечить покрытие их обесценения из-за инфляции. Также следует иметь в виду, что машины и оборудования обычно становятся более совершенными и следовательно стоят больше своих предшественников, аналогичных по назначению. Поэтому амортизация одних и тех же объектов в УУ может быть выше той, что начисляется в ФУ и налоговом учете (т.к. сумма начисленной амортизации не должна превышать балансовую сумму объектов).

В УУ выделяется несколько методов начисления амортизации:

- линейный метод

- метод убывающих (дегрессивных) и возрастающих сумм амортизаций

- метод начисления в зависимости от объема выпуска продукции, РиУ.

Линейный метод обеспечивает постепенное начисление амортизации в течение всего СПИ объекта и годовая сумма амортизации определяется путем деления первоначальной стоимости объекта на число лет его полезного использования.

Убывающая (возрастающая) амортизация может быть арифметически убывающей (возрастающей) и геометрически убывающей (возрастающей)

Арифметически убывающая амортизация уменьшается из года в год на одну и тужу сумму (величина дигрессии)

При геометрически убывающей амортизации, ее величина снижается ежегодно на определенный коэффициент.

1. **Материально-производственные запасы: понятие, проблематика учета и оценки, влияние учетной методологии на финансовый результат.**

Материально-производственные запасы – активы, используемые в качестве сырья, материалов и т. п. при производстве продукции, предназначенной для продажи, а также для управленческих нужд организации.

Материально-производственные запасы принимаются к бухгалтерскому учету по фактической себестоимости, которая формируется из затрат на приобретение.

Для учета запасов предназначены счета 10 «Материалы», 15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей», 16 «Отклонение в стоимости материальных ценностей».

На счете 10 «Материалы» запасы учитываются по плановой себестоимости. После составления годовой отчетной калькуляции плановая себестоимость материалов корректируется до фактической.

При учете материалов по учетным ценам разница между стоимостью ценностей по этим ценам и фактической себестоимостью приобретения (заготовления) ценностей отражается на счете 16 «Отклонение в стоимости материалов».

Превышение фактической себестоимости над плановой отражается следующей проводкой:

Дебет счета 20 «Основное производство»

Кредит счета 16 «Отклонение в стоимости материалов».

Отрицательные отклонения (фактическая себестоимость ниже плановой) сторнируются.

Организации, осуществляющие заготовление запасов, относящихся к средствам в обороте, применяют счет 15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей».

1. Отражена покупная стоимость запасов:

Дебет счета 15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей»

Кредит счета 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками».

2. Отражена стоимость фактически поступивших и оприходованных запасов:

Дебет счета 10 «Материалы» Кредит счета 15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей».

3. Отражена положительная сумма разницы между фактической себестоимостью и учетной ценой:

Дебет счета 16 «Отклонения в стоимости материальных ценностей»

Кредит счета 15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей».

4. Отражена отрицательная сумма разницы между фактической себестоимостью и учетной ценой:

Дебет счета 15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей»

Кредит счета 16 «Отклонения в стоимости материальных ценностей».

1. **Понятие, классификация и оценка финансовых вложений. Актуальные вопросы учета и раскрытия информации о финансовых вложениях.**

К финансовым вложениям относят инвестиции организаций в государственные ценные бумаги (облигации и другие долговые обязательства), в ценные бумаги и уставные капиталы других организаций, а также предоставленные другим организациям займы на территории Российской Федерации и за ее пределами.

Ценная бумага —- денежный документ, удостоверяющий имущественное право или отношение займа владельца документа к лицу, выпустившего такой документ.

В соответствии со ст. 143 Гражданского кодекса Российской Федерации к ценным бумагам относятся государственная облигация, облигация, вексель, чек, депозитный и сберегательный сертификаты, банковская сберегательная книжка на предъявителя, коносамент, акция, приватизационные ценные бумаги и другие документы, которые зако­нами о ценных бумагах или в установленном ими порядке отнесены к числу ценных бумаг.

Финансовые вложения классифицируют по различным признакам:

в связи с уставным капиталом, по формам собственности, срокам, на которые они произведены, и др.

В зависимости от связи с уставным капиталом различают финансовые вложения с целью образования уставного капитала и долговые.

К вложениям с целью образования уставного капитала относят акции, вклады в уставные капиталы других организаций и инвестиционные сертификаты, подтверждающие долю участия в инвестиционном фонде и дающие право на получение дохода от ценных бумаг, составляющих инвестиционный фонд.

К долговым ценным бумагам относят облигации, закладные, депозитные и сберегательные сертификаты, казначейские обязательства, векселя.

По формам собственности различают государственные и негосударственные ценные бумаги.

В зависимости от срока, на который произведены финансовые вложения, они подразделяются на долгосрочные (когда установленный срок их погашения превышает 1 год или вложения осуществлены с намерением получать доходы по ним более 1 года) и кратко­срочные (когда установленный срок их погашения не превышает 1 года или вложения осуществлены без намерения получать доходы по ним более 1 года).

Долгосрочные и краткосрочные финансовые вложения учитывают на активном счете 58 «Финансовые вложения», к которому мо­гут быть открыты следующие субсчета:

58-1 «Паи и акции»;

58-2 «Долговые ценные бумаги»;

58-3 «Предоставленные займы»;

58-4 «Вклады по договору простого товарищества» и др.

По дебету счета 58 отражают финансовые вложения организации с кредита соответствующих счетов (51 «Расчетные счета», 52 «Валютные счета», 10 «Материалы» и иных счетов). С кредита счета 58 списывают финансовые вложения на счет 91 «Прочие доходы и расходы».

1. **Особенности учета капитала и резервов в контексте современных экономических условий.**

В составе собственного капитала организации учитываются уставный (складочный), добавочный и резервный капитал, нераспределенная прибыль и прочие резервы.

В бухгалтерском балансе отражается величина уставного (складочного) капитала, зарегистрированная в учредительных документах как совокупность вкладов (долей, акций, паевых взносов) учредителей (участников) организации.

Уставный (складочный) капитал и фактическая задолженность учредителей (участников) по вкладам (взносам) в уставный (складочный) капитал отражаются в бухгалтерском балансе отдельно.

Организация может создавать резервы сомнительных долгов по расчетам с другими организациями и гражданами за продукцию, товары, работы и услуги с отнесением сумм резервов на финансовые результаты организации.

Сомнительным долгом признается дебиторская задолженность организации, которая не погашена в сроки, установленные договором, и не обеспечена соответствующими гарантиями.

Резерв сомнительных долгов создается на основе результатов проведенной инвентаризации дебиторской задолженности организации.

Величина резерва определяется отдельно по каждому сомнительному долгу в зависимости от финансового состояния (платежеспособности) должника и оценки вероятности погашения долга полностью или частично.

Если до конца отчетного года, следующего за годом создания резерва сомнительных долгов, этот резерв в какой-либо части не будет использован, то неизрасходованные суммы присоединяются при составлении бухгалтерского баланса на конец отчетного года к финансовым результатам.

В целях равномерного включения предстоящих расходов в издержки производства или обращения отчетного периода организация может создавать резервы на предстоящую оплату отпусков работникам; выплату ежегодного вознаграждения за выслугу лет; выплату вознаграждений по итогам работы за год; ремонт основных средств; производственные затраты по подготовительным работам в связи с сезонным характером производства; предстоящие затраты на рекультивацию земель и осуществление иных природоохранных мероприятий; предстоящие затраты по ремонту предметов, предназначенных для сдачи в аренду по договору проката; гарантийный ремонт и гарантийное обслуживание; покрытие иных предвиденных затрат и другие цели, предусмотренные законодательством Российской Федерации, нормативными правовыми актами Министерства финансов Российской Федерации. В бухгалтерском балансе на конец отчетного года отражаются по отдельной статье остатки резервов, переходящие на следующий год, определенные исходя из правил, установленных нормативными актами системы нормативного регулирования бухгалтерского учета.

1. **Дебиторская задолженность: оценка и представление в отчетности. Необходимость методики формирования резерва по сомнительным долгам.**

**П**редприятия, организации и другие юридические лица независимо от форм собственности при формировании и обобщении в бухгалтерском учете и отчетности информации о дебиторской задолженности должны руководствоваться нормами Положения (стандарта) бухгалтерского учета 10 "Дебиторская задолженность" (далее - П(С)БУ 10), утвержденного приказом Министерства финансов Украины от 8 октября 1999 г. № 237, зарегистрированного в Министерстве юстиции Украины 25 октября 1999 г. № 725/4018.

П(С)БУ 10 определяет методологические основы формирования в бухгалтерском учете и раскрытия в финансовой отчетности информации о дебиторской задолженности.

Нормы этого Положения применяются с учетом особенностей оценки и раскрытия информации относительно дебиторской задолженности, установленных другими положениями (стандартами) бухгалтерского учета.

Следует отметить, что нормы П(С)БУ 10 не распространяются на бюджетные учреждения.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ И КЛАССИФИКАЦИЯ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ

В соответствии с П(С)БУ 10 дебиторская задолженность -- это сумма задолженности дебиторов предприятию на определенную дату.

Под дебиторами следует понимать юридических и физических лиц, которые вследствие минувших событий задолжали предприятию определенные суммы денежных средств, их эквивалентов или прочих активов.

С целью составления финансовой отчетности дебиторская задолженность классифицируется по таким признакам:

\* связи с нормальным операционным циклом (нормальный операционный цикл -- промежуток времени между приобретением запасов для осуществления деятельности и получением средств от реализации произведенной из них продукции или товаров и услуг);

4 сроку погашения;

\* объектам, относительно которых возникли обязательства дебиторов;

4 своевременности оплаты должником дебиторской задолженности.

По первым двум признакам выделяют долгосрочную и текущую дебиторскую задолженность.

Долгосрочная дебиторская задолженность -- сумма дебиторской задолженности, которая не возникает в ходе нормального операционного цикла и будет погашена после 12 месяцев с даты баланса.

Текущая дебиторская задолженность -- сумма дебиторской задолженности, которая возникает в ходе нормального операционного цикла или будет погашена на протяжении 12 месяцев с даты баланса. Текущей дебиторской задолженностью считается также сумма дебиторской задолженности, которая продолжается больше одного года, но ожидается, что она будет погашена в ходе нормального операционного цикла предприятия.

1. **Проблематика учета погашения обязательств.**

Сумма, которую признали в качестве оценочного обязательства, должна представлять собой оценку затрат для исполнения текущей обязанности на отчетную дату.

Наилучшая оценка затрат – это сумма, которую компания уплатила бы для выполнения обязанности по состоянию на отчетную дату или перевела третьей стороне на эту дату. При оценке единого обязательства наиболее вероятный результат может быть наилучшей оценкой. Компания должна рассмотреть и другие возможные варианты. Если существуют другие результаты, которые могут быть выше или ниже наилучшей оценки, то наилучшей оценкой будет считаться та сумма, которая выше или ниже. Обязательства необходимо оценивать до исчисления налога.

Риски и неопределенности необходимо учитывать при наилучшей оценке величины оценочного обязательства. Риску присуще такое качество, как изменчивость результата. Сумма оцениваемого обязательства может увеличиваться или уменьшаться за счет корректировки на риск. В условиях неопределенности необходимо осторожно подходить к оценке обязательств, чтобы не завысить доходы и активы и не снизить расходы или обязательства.

Если временная стоимость денег оказывает существенное влияние, то сумма оценочного обязательства представляет собой дисконтированное значение затрат, которые необходимо произвести для исполнения обязанности. Ставка дисконта должна быть до налоговой. Она отражает текущие рыночные оценки временной стоимости денег и риска. Ставка дисконта не отражает риск, на который производится корректировка потоков денежных средств. Будущие события, которые оказывают влияние на исполнение обязанности, необходимо отражать в сумме оценочного обязательства. Это возможно только при наличии того, что эти события произойдут.

При определении суммы оценочного обязательства не требуется учета прибыли от ожидаемого выбытия актива. Если затраты, которые необходимы для погашения обязательства, будут возмещены другой стороной, то такое возмещение признается только в том случае, если это возмещение будет получено компанией, которая погашает обязательство. В отчете о прибылях и убытках необходимо представлять суммы по оценочному обязательству за минусом суммы возмещения. Необходимо проводить анализ оценочных обязательств на каждую отчетную дату, а также проводить их корректировку для наилучшей оценки. Оценочное обязательство аннулируется, если отток ресурсов, который представлял экономическую выгоду, перестал быть вероятным для исполнения обязанности.

1. **Проблемы признания доходов и расходов и выявления финансовых результатов в бухгалтерском учете и особенности отражения в бухгалтерской отчетности.**

В процессе финансово–хозяйственной деятельности сельскохозяйственное предприятие получает доходы, которые слагаются из разных составляющих, имеют различную форму, разные источники и направляются на различные цели.

Согласно ПБУ 9/99 «Доходы организации» «доходами организации признается увеличение экономических выгод в результате поступления активов (денежных средств, иного имущества) и (или) погашение обязательств, приводящее к увеличению капитала этой организации, за исключением вклада участников (собственников имущества)».

Не признаются доходами организации поступления от других юридических и физических лиц:

• сумм НДС, акцизов, экспортных пошлин и иных аналогичных обязательных платежей;

• по договорам комиссии, агентским и иным аналогичным договорам в пользу комитента, принципала и т.п.;

• в порядке предварительной оплаты продукции, товаров, работ, услуг;

• в залог, если договором предусмотрена передача заложенного имущества залогодержателю; в погашение кредита, займа, предоставленного заемщику.

В зависимости от характера, условий получения и направлений деятельности доходы организации могут подразделяться следующим образом:

1) доходы от обычных видов деятельности;

2) прочие доходы.

Доходами от обычных видов деятельности является выручка от продажи продукции и товаров, поступления, связанные с выполнением работ, оказанием услуг. При этом выручка принимается к бухгалтерскому учету в сумме, исчисленной в денежном выражении, равной величине поступления денежных средств и иного имущества и (или) величине дебиторской задолженности.

Согласно ПБУ 9/99 выручка признается в бухгалтерском учете при наличии следующих условий:

• организация имеет право на получение этой выручки, вытекающее из конкретного договора или подтвержденное иным соответствующим образом;

• сумма выручки может быть определена;

• имеется уверенность в том, что в результате конкретной операции произойдет увеличение экономических выгод организации. Уверенность в этом возникает в случае, если организация получила в оплату актив либо отсутствует неопределенность в отношении получения актива;

• право собственности (владения, пользования и распоряжения) на продукцию (товар) перешло от организации к покупателю или работа принята заказчиком (услуга оказана);

• расходы, которые произведены или будут произведены в связи с этой операцией, могут быть определены.

1. **Отражение затрат на производство в финансовом учете и способы влияния на прибыль. Взаимодействие финансового и управленческого учета.**

Затраты, включаемые в себестоимость продукции, работ, услуг

Состав затрат, включаемых в себестоимость, можно кратко охарактеризовать так:

· затраты, связанные с процессом производства и предоставлением услуг потребителям, включая материальные затраты и расходы на оплату труда работников, занятых в производственном процессе;

· затраты на подготовку и освоение производства;

· затраты накопительного характера, непосредственно связанные с совершенствованием технологии и организации производства;

· затраты на обслуживание производственного процесса: по обеспечению производства сырьем, материалами и др.; на поддержание основных средств;

· затраты по обеспечению нормальных условий труда и техники безопасности;

· затраты, связанные с управлением производством: содержание работников аппарата управления; эксплуатационные расходы по содержанию зданий, помещений; оплата услуг связи, вычислительных центров, банков и др.;

· затраты, связанные с подготовкой и переподготовкой кадров;

· выплаты, предусмотренные законодательством РФ о труде, за не проработанное на производстве время: оплата очередных и дополнительных отпусков; компенсация за неиспользованный отпуск;

· отчисления в социальные фонды;

· амортизационные отчисления основных фондов, нематериальных активов;

· затраты на оплату работ службы заказчика, связанные с обеспечением организации договорных отношений и обслуживанием расчетов между производителями и потребителями;

· налоги, сборы, платежи и другие отчисления;

· другие виды затрат, включаемые в себестоимость в соответствии с установленным законодательством положением.

Кроме того, в себестоимость включаются:

· потери от брака;

· потери от простоев по внутрипроизводственным причинам;

· недостачи материальных ценностей в производстве и на складах в пределах норм естественной убыли и сверх норм, если виновник не установлен.

Экономическая информация может быть разделена на следующие виды:

1Нормативно-справочная

2Плановая

3Учетная

Нормативно-справочная информация определяется технологией производства, внутрипроизводственным разделением труда, уровнем развития внутренних хозяйственных связей. Все эти признаки являются основополагающими признаками технико-экономического и оперативного производственного планирования, учета производства, методов учета затрат, методов калькулирования себестоимости продукции.

Основное содержание плановой информации, является технико-экономическое и оперативно-производственное планирование

1. **Бухгалтерская (финансовая) отчетность: сущность, состав и содержание, границы информативности.**

Все данные текущего бухгалтерского учета и других видов учета также обобщаются и систематизируются с помощью отчетности.

Отчетность – система сводных показателей о финансовом состоянии предприятия. Она представляет собой заключительный этап всего учетного процесса и является способом периодического обобщения данных текущего учета.

Отчетность носит двусторонний характер. С одной стороны, она адресуется внешним пользователям: налоговым органам, банкам и т.д., с другой стороны она используется на самом предприятии для принятия управленческих решений на основе показателей хозяйственной деятельности.

Основные требования, предъявляемые к отчетности: (обязательность; своевременность (квартальная, годовая отчетность); достоверность информации; сопоставимость данных; единство форм и методики для всех предприятий. простота; доступность; краткость; ясность; гласность и др.)

Показатели отчетности призваны соответствовать реальному состоянию средств предприятия за определенный период, вытекать из данных текущего учета и подтверждаться первичными документами и бухгалтерскими записями. Методическое руководство отчетностью осуществляет в Российской Федерации Министерство финансов, которое разрабатывает и утверждает формы бухгалтерской отчетности, обязательные для всех предприятий.

Предоставляемая всеми предприятиями отчетность классифицируется по видам, периодичности составления и объему.

С точки зрения видов выделяются 3 вида отчетности: (статистическая; оперативная; бухгалтерская;)

По периодичности составления: (годовая; внутригодовая (ежеквартальная);)

отчетность в Российской Федерации предоставляется ежеквартально нарастающим итогом: за 3 месяца, за полугодие, за 9 месяцев, за год. Внутригодовая отчетность более краткая, чем годовая и содержит меньшее количество форм и показателей. Более сжаты сроки представления внутригодовой отчетности. Годовая отчетность характеризует все стороны хозяйственной деятельности предприятия и финансовый результат за год.

В зависимости от объема:

1) первичная (составляется на предприятии);

2) сводная (составляется вышестоящими организациями по всем предприятиям).

Объем бухгалтерской отчетности определяется: табелем действующих форм, где приводится их перечень с указанием сроков предоставления. Основанием для заполнения табеля служат «Положения о бухгалтерском учете и отчетности в РФ», инструкции МинФина.

1. **Бухгалтерский баланс, отчет о финансовых результатах и отчет о движении денежных средств как основные отчетные документы финансового учета.**

С помощью бухгалтерского баланса хозяйственные средства группируются в двух разрезах: 1) по их составу и размещению; 2) по источникам их образования и целевому назначению. Это позволяет определить: 1) какими средствами располагает предприятие – материалами, топливом, денежными средствами, готовой продукцией и т. д. ; 2) из каких источников эти средства получены – от государства в виде уставного фонда или бюджетного финансирования или от банка в виде кредита и т. д. Таблица, в которой отражаются хозяйственные средства, состоит из двух частей: левая – актив, правая – пассив. В активе – состав, размещение и использование средств. В пассиве – источники образования средств и их целевое назначение.

Отчет о прибылях и убытках должен характеризовать финансовые результаты деятельности организации за отчетный период.

Пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о прибылях и убытках должны раскрывать сведения, относящиеся к учетной политике организации, и обеспечивать пользователей дополнительными данными, которые нецелесообразно включать в бухгалтерский баланс и отчет о прибылях и убытках, но которые необходимы пользователям бухгалтерской отчетности для реальной оценки финансового положения организации, финансовых результатов ее деятельности и изменений в ее финансовом положении.

В пояснениях к бухгалтерскому балансу и отчету о прибылях и убытках должно быть указано, что бухгалтерская отчетность сформирована организацией исходя из действующих в Российской Федерации правил бухгалтерского учета и отчетности, кроме случаев, когда организация допустила при формировании бухгалтерской отчетности отступления от этих правил.

Отчет о движении денежных средств должен характеризовать изменения в финансовом положении организации в разрезе текущей, инвестиционной и финансовой деятельности.

Организация может представлять дополнительную информацию, сопутствующую бухгалтерской отчетности, если исполнительный орган считает ее полезной для заинтересованных пользователей при принятии экономических решений. В ней раскрываются динамика важнейших экономических и финансовых показателей деятельности организации за ряд лет; планируемое развитие организации; предполагаемые капитальные и долгосрочные финансовые вложения; политика в отношении заемных средств, управления рисками; деятельность организации в области научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ; природоохранные мероприятия; иная информация.

Дополнительная информация при необходимости может быть представлена в виде аналитических таблиц, графиков и диаграмм.

В случаях, предусмотренных федеральными законами, бухгалтерская отчетность подлежит обязательному аудиту.

Итоговая часть аудиторского заключения, выданного по результатам обязательного аудита бухгалтерской отчетности, должна прилагаться к этой отчетности.

1. **Принципы бухгалтерского учета и их информационное содержание.**

Принципы бухгалтерского учета - это исходные, базовые положения бухгалтерского учета как науки, лежащие в основе разработки правил ведения учета и составления отчетности, закрепленные в стандартах и положениях, регламентирующих бухгалтерский учет. На основе базовых принципов бухгалтерского учета разрабатывается учетная политика организации и формируются показатели финансовой отчетности.

Бухгалтерский учет - язык бизнеса любой организации, на котором разговаривают бухгалтеры и менеджеры всех уровней. Оперируя понятиями и показателями, они должны понимать под ними одно и то же, либо знать методы расчета этих показателей для обеспечения их сопоставимости при анализе. Стремление снабдить многочисленные заинтересованные стороны одними и теми же правилами, использовать конкретно определенные подходы к регистрации хозяйственных операций и расчетам показателей означает, что бухгалтерский учет стремится к объективности. Стремясь к объективности, необходимо выполнять принципы, устанавливающие порядок записи данных о хозяйственных операциях.

Основные принципы и правила ведения бухгалтерского учета в организациях установлены законом « О бухгалтерском учете», Положением по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в РФ, Положением по бухгалтерскому учету «Учетная политика организации», Планом счетов бухгалтерского учета и другими нормативными документами. Рассмотрим основные принципы бухгалтерского учета.

Своевременность финансовой отчетности. Отчетная информация представляется в сроки, в которые она не теряет своей ценности для пользователя. Законом РФ о бухгалтерском учете (ст. 15) установлено, что годовые отчеты представляются в течение 90 дней, а квартальные - в течение 30 дней по окончании отчетного периода. Эти требования к срокам более жесткие по сравнению с теми, которые установлены в других странах, они позволяют обеспечить актуальность отчетной информации.

Значимость. Финансовые отчеты должны содержать все данные, которые оказывают существенное влияние на оценки и решения их пользователей. Состав форм отчетности определен Законом о бухгалтерском учете. В Положении "Бухгалтерская отчетность организации", содержится исчерпывающий перечень показателей, обязательных для отражения в отчетности в интересах всех ее пользователей.

Ценность для прогнозирования провозглашается несмотря на то, что отчетная информация относится к прошедшим событиям и служит для оценки результатов деятельности. Этому требованию отвечает стандартный подбор показателей отчетности, предусмотренный стандартом и формами бухгалтерской отчетности со всеми приложениями к ней, утвержденными специальным приказом Минфина РФ. Строго установленные отчетные форматы положительно отличают нашу отчетность от отчетности многих других стран, где содержание отчетов определяется их составителями либо выбирается ими из предложенных схем.

**12. Понятие, задачи, основа и содержание учетной политики предприятия.**

Под учетной политикой организации понимается принятая ею совокупность способов ведения бухгалтерского учета - первичного наблюдения, стоимостного измерения, текущей группировки и итогового обобщения фактов хозяйственной деятельности.

К способам ведения бухгалтерского учета относятся способы группировки и оценки фактов хозяйственной деятельности, погашения стоимости активов, организации документооборота, инвентаризации, способы применения счетов бухгалтерского учета, системы регистров бухгалтерского учета, обработки информации и иные соответствующие способы и приемы.

Учетная политика организации формируется главным бухгалтером (бухгалтером) организации на основе Положения по бухгалтерскому учету «Учетная политика организации» ПБУ 1/98 и утверждается руководителем организации.

При этом утверждается:

* рабочий план счетов бухгалтерского учета, содержащий синтетические и аналитические счета, необходимые для ведения бухгалтерского учета в соответствии с требованиями своевременности и полноты учета и отчетности;
* формы первичных учетных документов, применяемых для оформления фактов хозяйственной деятельности, по которым не предусмотрены типовые формы первичных учетных документов, а также формы документов для внутренней бухгалтерской отчетности;
* порядок проведения инвентаризации активов и обязательств организации;
* методы оценки активов и обязательств;
* правила документооборота и технология обработки учетной информации;
* порядок контроля за хозяйственными операциями;
* другие решения, необходимые для организации бухгалтерского учета.

При формировании учетной политики предполагается, что:

* активы и обязательства организации существуют обособленно от активов и обязательств собственников этой организации и активов и обязательств других организаций (допущение имущественной обособленности);
* организация будет продолжать свою деятельность в обозримом будущем и у нее отсутствуют намерения и необходимость ликвидации или существенного сокращения деятельности и, следовательно, обязательства будут погашаться в установленном порядке (допущение непрерывности деятельности);
* принятая организацией учетная политика применяется последовательно от одного отчетного года к другому (допущение последовательности применения учетной политики);
* факты хозяйственной деятельности организации относятся к тому отчетному периоду, в котором они имели место, независимо от фактического времени поступления или выплаты денежных средств, связанных с этими фактами (допущение временной определенности факторов хозяйственной деятельности).

**Управленческий учет**

1. **Модульная структура управленческого учета. Основные характеристики управленческого учета.**

Управленческий учет на предприятии целесообразно организовать по центрам ответственности.

Центр затрат – подразделение, руководитель которого отвечает только за затраты. Можно считать, что центр затрат – это самое мелкое подразделение, а остальные центры ответственности состоят из центров затрат. В соответствии с классификацией затрат центры затрат можно разбить на центры регулируемых затрат и центры частично регулируемых затрат.

Центр выручки – подразделение, руководитель которого отвечает только за выручку.

Центр прибыли – подразделение, руководитель которого отвечает как за затраты, так и за прибыль. Центр прибыли может, в свою очередь, состоять из нескольких центров затрат.

Центр инвестиций – подразделение, руководитель которого отвечает за капиталовложения. Проблемы, решаемые центрами инвестиций, решаются обычно на уровне высшего руководства экономического субъекта.

Каждый тип центра ответственности нуждается в определенном наборе учетных данных для эффективной деятельности. Именно поэтому увязка организации управленческого учета со структурой предприятия по центрам ответственности является оптимальной.

В управленческом учете используется несколько методов калькулирования, с помощью которых формируется себестоимость единицы выпускаемой продукции. Среди них позаказный, попередельный, попроцессный методы, а также методы «директ-костинг» и «стандарт-кост».

«Директ-костинг» представляет собой систему учета затрат и калькулирования себестоимости, основанную на определении реальной стоимости продукции и услуг вне зависимости от расчетных условно-постоянных и накладных расходов. Постоянные производственные и накладные расходы не включаются в себестоимость продукции, а относятся непосредственно на счет прибылей и убытков в том периоде, когда они произошли. Преимуществом такой системы становится возможность лучше контролировать затраты и выявлять предельные (маржинальные) издержки на выпуск каждой дополнительной единицы продукции.

1. **Классификация затрат, особенности практического применения. Вариативность распределения затрат и оценка финансового результата.**

Терминология. В отечественных нормативных, учебных и научных изданиях для обозначения понятия потребленных ресурсов или денег, которые нужно заплатить за товары и услуги, используются три термина, отличия между которыми и область применения строго не определены, – «затраты», «издержки», «расходы». В нормативных актах, регулирующих налогообложение, в основном используются термины «расходы» и «затраты» как синонимы. Примеры – в 25 главе НК РФ в одном предложении используются оба понятия. Более того в налоговом кодексе (ст. 252, гл. 25) дается определение «расходов» через «затраты»: расходы определены как обоснованные и документально подтвержденные затраты (а в некоторых случаях, убытки), осуществленные (понесенные) налогоплательщиком. В нормативных документах регламентирующих финансовый учет, также используются как слова синонимы термины расходы, затраты, издержки. Например, в ПБУ 2/94 и ПБУ 4/99 используются все три термина, ПБУ 5/01, 6/01, 10/99, 15/01 используется как термин «затраты», так и термин «расходы».

Существенное значение неопределенность терминологии приобретает в связи с тем, что нет строгого деления затрат (расходов, издержек) в зависимости от принципа соответствия, согласно которому расходы уменьшают доходы того же отчетного периода. Например, в Великобритании и США: термин «expenses» означает затраты, используемые при исчислении прибыли или калькулировании остатков запасов, т.е. данный показатель исчисляется по принципу начисления. Термин «expenditures» означает расход, не связанный с процессом калькулирования (используется, например, для проектирования денежного потока).

Затраты на продукт (затраты, включаемые в производственную себестоимость) распределяются между себестоимостью проданной продукции и запасами НЗП, готовой продукции, отгруженной продукции. Относятся на уменьшение прибыли только тогда, когда продукция реализована.Это может случиться через несколько периодов после ее производства. Если на конец отчетного периода в незавершенном производстве и на складах остаются запасы, то сумма затрат на продукт распределяется между отчетом о прибылях и убытках и балансом. Пр.: затраты основных материалов, сдельная заработная плата производственных рабочих с начислениями на нее, проч.

Расходы на период (периодические, декапитализируемые) всегда влияют в полной сумме на исчисление прибыли того отчетного периода, когда они были произведены. Они не проходят через стадию запасов, а сразу же относятся на уменьшение себестоимости проданной продукции. Поэтому они никогда не будут отражены в балансе, они в полной сумме попадут в ф. 2 «Отчет о прибылях и убытках». В финансовом учете они отражаются в периоде возникновения по дебету счета 90 «Продажи». Примеры: расходы на управление (если выбран соответствующий вариант в учетной политике); отклонения фактической от нормативной себестоимости готовой продукции (если в учетной политике принята оценка готовой продукции по нормативной или плановой себестоимости); издержки обращения (в соответствии с нормативными документами. Например, в торговых организациях - за исключением транспортных расходов).

1. **Особенности и область применения систем калькулирования себестоимости. Влияние применения системы калькулирования на прибыль организации.**

Принципиальное отличие АВС - метода от других методов учета затрат и калькулирования состоит в порядке распределения накладных расходов. Объектом учета затрат при этом методе является отдельный вид деятельности (функция, операция), а объектом калькулирования - вид продукции (работ, услуг).

АВС - метод, по сути своей являясь альтернативой позаказному методу учета затрат и калькулирования, эффективен для предприятий, ха­рактеризующихся высоким уровнем накладных расходов.

В основе АВС - метода лежит понятие действия (activity), т.е. того что выполняется людьми или техникой для удовлетворения нужд и желаний потребителей. Эти действия требуют затрат материальных, трудовых и финансовых ресурсов бизнеса. Стоимость потребленных ресурсов включает расходы на оплату персонала, используемое сырье и материалы, работу машин и оборудования и другие факторы, обеспечивающие производственную деятельность и обслуживание внут­ренних и внешних потребителей и клиентов.

Сложные процессы производственно-хозяйственной деятельности предприятий можно представить в виде совокупности действий (операций) по выполнению функций снабжения, производства и сбыта, а также координирующую их сферу управления, работу которой также можно представить в виде совокупности определенных действий.

Каждая операция или действие требует затрат соответствующих ре­сурсов. Система АВС определяет эти затраты с использованием средств и методов управленческого и бухгалтерского учета; в частности груп­пировки предстоящих и имевших место затрат по местам формирова­ния и центрам ответственности.

Однако те или иные действия совпадают с деятельностью функционального подразделения предприятия лишь в случаях, когда оно однородно, если это подразделение выполняет только одну функцию, например снабжения или сбыта. Большинство подразделений осу­ществляют разнородные функции, требующие разных расходов. Кроме того, даже однородную функцию можно разделить на ряд последовательных этапов действий, отличающихся разным уровнем затрат.

С помощью метода АВС на изделия и другие объекты калькулирования можно прямо отнести часть накладных расходов, представив их как затраты действий цеховых и общезаводских служб, непосредственно связанных с теми или иными видами продукции.

В отличие оттрадиционных методов исчисления себестоимости продукции метод АВС не учитывает затраты по периодам в разрезе отдельных наименований изделий и услуг, а наоборот, относит на них только те издержки, которые связаны с набором действий по произ­водству и сбыту конкретных видов продукции. Конечно, и в этом случае часть накладных расходов должна распределиться, но эта будет меньшая часть, и базу их распределения можно выбрать более обоснованную.

1. **Маржинальный подход к обоснованию управленческих решений.**

Экономической наукой разработаны в рамках маркетингового анализа достаточно надежные требования к обоснованию управленческих решений, направленных на достижение максимально возможной величины прибыли. Главным условием применения этих подходов является предварительное деление затрат на постоянные и переменные. Чтобы обосновать управленческое решение по реализации конкретных мероприятий, необходимо:

учесть ограничения, обусловленные производственной мощностью предприятия, обеспеченностью оборотными средствами, трудовыми ресурсами, а также учесть потребности рынка в каждом товаре, с учетом этих ограничений производить корректировку планов, заключать договоры с поставщиками материальных, технических и энергетических ресурсов, а также формировать портфель заказов на выпускаемую продукцию;

оценить, как изменится ситуация на рынке при увеличении выпуска одних товаров и снижении производства других; составить прогноз на то, как будут реагировать конкретные заказчики (потребители) на изменения в ассортименте и объеме выпускаемой продукции;

провести экономический анализ по изменению прибыли и себестоимости продукции и объему продаж в случае возможного снижения цен при одновременном увеличении выпуска продукции;

обосновать целесообразность максимально возможного увеличения выпуска изделий, имеющих высокую рентабельность и обеспечивающих большой вклад в формирование прибыли предприятия;

разработать наиболее обоснованный метод распределения косвенных расходов и постоянных затрат предприятия между отдельными видами продукции при многономенклатурном производстве;

провести детальную классификацию затрат на переменные и постоянные с последующим распределением постоянных затрат по видам продукции и по центрам ответственности за затраты.

Классификация затрат на постоянные и переменные и их распределение по видам продукции дают возможность проводить анализ безубыточности как отдельных продуктов, так и всего ассортимента, выпускаемой предприятием продукции. На основе экономического анализа в конечном итоге разрабатываются управленческие решения, направленные на увеличение прибыли предприятия.

Наряду с этими требованиями, следует более полно использовать экономический анализ в целях определения вклада отдельных видов продукции в получении прибыли, маржинального дохода и покрытие постоянных затрат. Для сравнения и оценки вклада отдельных продуктов в возмещение постоянных затрат следует рассчитывать коэффициент вклада в покрытие постоянных затрат и коэффициент вклада в получение прибыли.

**5. Генеральный бюджет, его структура и последовательность составления.**

Генеральный бюджет — это всестороннее представление разработанных менеджерами операционных и финансовых бюджетов на будущий период времени (обычно на год) через систему показателей, которые суммируются в финансовых бюджетах.

Он охватывает управленческие решения, как в области операционной деятельности, так и финансовой.

Менеджеры подразделений продаж, производства, логистики тратят значительную часть времени на подготовку бюджета и на анализ его выполнения.

Терминология, используемая для описания бюджетов, различается в организациях. Во многих компаниях финансовые бюджеты включают бюджет прибыли и убытков, бюджет движении денежных средств и бюджетный баланс. В некоторых организациях, таких как Hewlett-Packard, бюджетирование — это определение заданных параметров. Во многих организациях, например Nissan Motor Company и Owens-Coming, финансовый бюджет представляется как план по прибыли.

Бюджеты являются основной характерной чертой большинства систем управления организацией и контроля. По большому счету, бюджеты:

- заставляют планировать и анализировать выполнение плана планов;

- обеспечивают критерии эффективности,

- осуществляют координацию и коммуникацию внутри организации.

Проводимые финансовыми аналитиками обзоры деятельности крупнейших промышленных компаний: США, Австралии, Голландии, Японии и Великобритании показывают интересное сходство и различия в составлении бюджетов.

Применение генеральных бюджетов широко распространено во всех компаниях.

Так, разработка генерального бюджета в компаниях США – 91%, Японии – 93%, Австралии – 100%, Великобритании и Голландии – также по 100%.

Различия возникают в других аспектах. Американские менеджеры и главные бухгалтеры предпочитают активное участие менеджеров подразделений в составлении бюджетов. Самой важной целью бюджетирования они считают расчет прибыли на инвестированный капитал.

В отличие от них японские менеджеры и главные бухгалтеры предпочитают менее интенсивное участие линейных менеджеров, а важнейшей целью определяют доходы от продаж. Обзоры австралийских и японских компаний свидетельствуют о том, что составление бюджетов играет важную роль в управлении компанией.

Таким образом, в зависимости от поставленных задач различают следующие виды бюджетов:

а) генеральный и частные;

б) гибкие и статические.

**Аудит**

1. **Аудит – сущность, цели и задачи. Современные проблемы аудита.**

Аудит – предпринимательская деятельность по независимой проверке бухгалтерского учета и финансовой (бухгалтерской) отчетности организаций и индивидуальных предпринимателей.

Цель аудита – выражение мнения аудитора о достоверности финансовой отчетности аудируемых лиц. В РФ цель аудита – выражение мнения аудитора о соответствии порядка ведения бухгалтерского учета законодательству РФ.

В своей работе аудитор должен придерживаться основных принципов аудиторской деятельности: независимости, честности, объективности; профессиональной компетентности; должной тщательности (добросовестности); конфиденциальности; профессионального поведения; следования техническим стандартам.

Виды аудита: операционный аудит, аудит на соответствие, аудит бухгалтерской отчетности, неэкономический аудит, разновидностями которого являются кадровый и экологический аудит.

Операционный аудит проводится с целью проверки любой части процедур управления компанией в целях оценки ее предварительности и эффективности с выработкой соответствующих рекомендаций.

Цель аудита на соответствие – проверка соблюдения в организации тех специфических процедур или правил, которые ей заданы.

Аудит может быть внешним (независимым) и внутренним.

Независимый аудит проводится аудиторской организацией или индивидуальными аудиторами, имеющими лицензию на осуществление аудиторской деятельности и не зависящими от клиента.

Внутренний аудит проводится сотрудниками организации. Внутренний аудит может решать различные задачи и организуется как независимый по отношению к проверяемым структурам организации, но не является независимым для третьих лиц.

1. **Регулирование аудиторской деятельности. Саморегулируемые организации. Аудиторские организации. Аудиторы. Современные проблемы регулирования аудиторской деятельности в России и зарубежом.**

**В** России аудиторская деятельность регулируется государством.

Лицензирование аудиторской деятельности осуществляется в соответствии с Федеральным законом «О лицензировании отдельных видов деятельности».

Основными функциями уполномоченного органа государственного регулирования аудиторской деятельности являются:

1) издание в пределах своей компетенции нормативных правовых актов, регулирующих аудиторскую деятельность;

2) организация в установленном законодательством РФ порядке системы аттестации, обучения и повышения квалификации аудиторов в РФ, лицензирование аудиторской деятельности;

3) организация системы надзора за соблюдением аудиторскими организациями и индивидуальными аудиторами лицензированных требований и условий;

4) контроль за соблюдением аудиторскими организациями и индивидуальными аудиторами федеральных стандартов аудиторской деятельности;

5) ведение государственных реестров аттестованных аудиторов, аудиторских организаций, индивидуальных аудиторов;

6) аккредитация профессиональных аудиторских объединений.

Аудиторская деятельность – это предпринимательская деятельность. Аудиторские услуги оказывают аудиторские организации и индивидуальные аудиторы. Им запрещается заниматься иной предпринимательской деятельностью, кроме проведения аудита.

Индивидуальный аудитор – аудитор, имеющий лицензию на осуществление аудиторской деятельности и практикующий в качестве индивидуального предпринимателя, но являющийся при этом сотрудником аудиторской фирмы.

Аудиторы – физические лица, имеющие квалификационный аттестат аудитора. Не менее 50 % кадрового состава должны составлять граждане РФ, постоянно проживающие на территории РФ, если руководителем аудиторской организации является иностранный гражданин – не менее 75 %. В штате аудиторской организации должно состоять не менее пяти аудиторов.

Аттестация на право осуществления аудиторской деятельности – проверка квалификации физических лиц, желающих заниматься аудиторской деятельностью. Проводится в форме квалификационного экзамена с выдачей квалификационного аттестата аудитора, который выдается без ограничения срока действия.

Требования на получение квалификационного аттестата аудитора:

1) наличие документа о высшем экономическом и (или) юридическом образовании, полученном в российских учреждениях высшего профессионального образования, имеющих государственную аккредитацию, либо иностранный документ об образовании, эквивалентный российскому документу о высшем образовании;

2) наличие стажа работы по экономической (юридической) специальности не менее трех лет.

Решение об аннулировании квалификационного аттестата аудитора принимается уполномоченным федеральным органом.

1. **Международные стандарты аудиторской деятельности. Причины и условия введения МСА в Российской Федерации.**

Существующая на данный момент в России система аудиторских стандартов свидетельствует о значительных различиях с МСА (состав, перечень документов, их классификация и внутренняя структура).

Сопоставление российских правил (стандартов) аудиторской деятельности (ПСАД) с МСА позволяет выделить следующие группы: 1) ПСАД, совпадающие по содержанию с МСА; 2) ПСАД, которые в своих существенных содержательных аспектах отличаются от аналога МСА; 3) ПСАД и МСА, не имеющие аналогов.

Цель разработки ПСАД – подготовка системы документов, которые основаны на МСА.

Основные причины несовпадения ПСАД и МСА: отличия в российском законодательстве, которое формирует ПСАД (бухгалтерское, налоговое и др.); изменение и переработка самих МСА.

К ПСАД, не совпадающим с МСА, относятся следующие: 1. Письменная информация аудитора руководству экономического субъекта по результатам проведенного аудита. 2. Образование аудитора. 3. Права и обязанности аудиторских организаций и проверяемых экономических субъектов. 4. Требования, предъявляемые к внутренним стандартам аудита организации. 5. Налоговый аудит и другие сопутствующие услуги по налоговым вопросам. Объединение с налоговыми органами.

Основные причины несовпадения стандартов

1. По поводу «Образования аудитора» в МСА нет единого стандарта, но Международным комитетом по МСА (IFAC) выпускаются отдельные инструктивные и регулирующие материалы. 2. По поводу «Письма руководству» у российских разработчиков существует четкое мотивированное мнение о том, что такой стандарт необходим, так как обычно национальные аудиторские стандарты предусматривают наличие той или иной формы развернутого отчета аудитора руководству субъекта. 3. По поводу ПСАД «Права и обязанности аудиторской организации» сложилось мнение как о документе, который, очевидно, ниже по своему уровню, чем стандарт. Эта точка зрения может привести в дальнейшем к отмене данного стандарта. 4. «Требования к внутреннему аудиту» – в зарубежной практике подготовка внутренних стандартов является работой аудиторской фирмы. 5. ПСАД «Налоговый аудит и другие сопутствующие услуги по налоговым вопросам».

1. **Методологические приемы аудита: существенность, риск, выборочный метод.**

**К** методическим приемам проведения проверки относят: фактическую проверку, документальную проверку, подтверждение, наблюдение, обследование, опрос, проверку механической точности, аналитические тесты, сканирование, исследование, специальную проверку, встречную проверку.

Под фактической проверкой понимают проверку количественного и качественного состояния объектов, которое устанавливается путем обследования, осмотра, исчисления, перерасчета, взвешивания, лабораторного анализа и других способов проверки фактического состояния активов.

Документальная проверка - это проверка документов и записей, которая может быть формальной, арифметической и по сути.

Формальная проверка заключается в визуальной проверке правильности записей всех реквизитов, в обнаружении безосновательных исправлений, подчисток, дописок в тексте и цифрах, в проверке достоверности подписей должностных и материально – ответственных лиц.

Арифметическая проверка документов заключается в проверке правильности расчетов в документах, учетных регистрах и отчетных формах.

Проверка документов по сути позволяет установить законность и целесообразность хозяйственных операций, правильность отражения операций на счетах бухгалтерского учета та включения в статьи затрат та доходов.

Подтверждение заключается в получении письменного ответа от клиента или третьих лиц с целью подтверждения точности информации (например, подтверждение дебиторской задолженности).

Наблюдение дает возможность получить общую характеристику возможностей клиента на основе визуального осмотра.

Обследование — это личное ознакомление с предметом исследования. Например, обследование мест хранения продукции, других запасов.

Опрос — это получение письменной или устной информации от клиента или о клиенте.

Проверка механической точности предусматривает проверку подсчета и передачи информации.

Аналитические тесты методы сравнения как в абсолютных единицах, так и в относительных (индексы, коэффициенты, проценты).

Сканирование — непрерывный, поэлементный просмотр информации (например, просмотр первичных документов по движению денежных средств в кассе с целью установления необычного факта).

Специальная проверка осуществляется с привлечением специалистов с узкой специализацией (специалист по дорожному строительству, технологи и др.). Используется для выявления разного рода отклонений от норм и с целью доказательств фактов нарушений и отклонений.

1. **Контроль качества аудиторской деятельности: необходимость, функции, субъекты контроля.**

ФЗ «Об аудиторской деятельности» предусмотрены три уровня качества аудита, два из которых являются внешним, а третий – внутренним.

Система проверки качества работы индивидуальных аудиторов и аудиторских организаций внешними проверяющими устанавливается Уполномоченным фед. законом.

Для обеспечения качества аудиторской деятельности осуществляется ее предварительный, текущий и последующий контроль.

Предварительно выполняются:

- На стадии аттестации аудитор и аудиторских организаций

- Текущий контроль осуществляется по двум направлениям:

а) контроль отдельных аудиторских проверок

б) общий контроль качества аудита.

Контроль отдельных аудиторских проверок предполагает:

- Обеспечение независимости

- Компетенции аудитора

- Текущий контроль их работы

- Знание наиболее проблемных вопросов бухучета клиента, проверку выполненной работы с точки зрения ее соответствия стандартам, достаточности документации и достижение целей аудита.

Общий контроль качества аудита базируется на определенных личных качествах аудитора, обоснованном распределении работы между членами группы аудиторов и надзоре за работой аудитора.

В соответствии с требованиями Ф С № 7 «Внутренний контроль качества аудита» в каждой аудиторской организации должна быть создана внутрифирменная система контроля качества работы.

Особенности зависят от размера аудиторской организации, ее специализированности, организационной структуры, наличия филиалов и подразделений.

Руководитель аудиторской организации обязан утверждать до начала проверки руководителя проверки, старших аудиторов и отразить это в общем плане аудита.

Последующий контроль, в соответствии с Законодательством возложен на уполномоченный федеральный орган, которым является Министерство финансов.

Министерство финансов может проводить такие проверки своими силами или делегировать право проверки аккредитованным профессиональным аудиторским объединениям в отношении участников этих объединений.

Внутренний контроль качества, так же как и внешний, включает три вида контроля: предварительный, текущий и последующий.

Предварительный внутр. контроль осуществляется при подготовке общего плана, расчете затрат времени на проведение аудита. Основным средством передачи исполнителям направляющих указаний служит программа аудита.

Текущий внутренний контроль работы исполнителей включает элементы руководящих указаний и проверки выполненной работы.

Последующий внутренний контроль состоит в проверке результатов работы, выполненной каждым исполнителем.

**6. Аудиторское заключение: значение, виды, порядок подготовки. Ценность аудиторского заключения для пользователя финансовой отчетности.**

Аудиторское заключение - это официальный документ, предназначенный для пользователей финансовой (бухгалтерской) отчетности аудируемых лиц, составленный в соответствии с федеральными правилами (стандартами) аудиторской деятельности и содержащий выраженное в установленной форме мнение аудиторской организации или индивидуального аудитора о достоверности финансовой (бухгалтерской) отчетности аудируемого лица и соответствии порядка ведения его бухгалтерского учета законодательству Российской Федерации.

В соответствии с вышеназванным стандартом по результатам проведенного аудита бухгалтерской отчетности экономического субъекта аудиторская организация должна выразить мнение о достоверности этой отчетности в форме безусловно положительного, условно положительного или отрицательного аудиторского заключения или отказаться в аудиторском заключении от выражения своего мнения.

В безусловно положительном аудиторском заключении мнение аудиторской фирмы о достоверности бухгалтерской отчетности экономического субъекта означает, что эта отчетность подготовлена таким образом, чтобы обеспечить во всех существенных аспектах отражение субъекта на отчетную дату и финансовых результатов его деятельности за отчетный период исходя из нормативного акта, регулирующего бухгалтерский учет и отчетность в Российской Федерации.

В условно положительном аудиторском заключении мнение аудиторской фирмы о достоверности бухгалтерской отчетности экономического субъекта означает, что за исключением определенных в аудиторском заключении обстоятельств бухгалтерская отчетность подготовлена таким образом, чтобы обеспечить во всех существенных аспектах отражение активов и пассивов экономического субъекта на отчетную дату и финансовых результатов его деятельности за отчетный период исходя из нормативного акта, регулирующего бухгалтерский учет и отчетность в Российской Федерации.

В отрицательном аудиторском заключении мнение аудиторской фирмы о достоверности бухгалтерской отчетности экономического субъекта означает, что в связи с определенными обстоятельствами эта отчетность подготовлена таким образом, что она не отражает во всех существенных аспектах активы и пассивы экономического субъекта на отчетную дату и финансовых результатов его деятельности за отчетный период исходя из нормативного акта, регулирующего бухгалтерский учет и отчетность в Российской Федерации.

В аудиторском заключении объект аудита должен быть обозначен как "бухгалтерская отчетность" с полным наименованием экономического субъекта и указанием проверяемого периода. Под словами "бухгалтерская отчетность" понимается вся совокупность форм бухгалтерской отчетности, установленная действующим законодательством Российской Федерации.

В аудиторском заключении должны быть ясно и полно изложены все существенные обстоятельства, приведшие к составлению аудиторской фирмой аудиторского заключения, отличного от безусловно положительного. Аудиторское заключение должно содержать, если это возможно, оценку в стоимостном выражении влияния таких обстоятельств на бухгалтерскую отчетность экономического субъекта.

**Налогообложение**

1. **Особенности определения цены сделки для целей налогообложения.**

**1** января 1999 г. вступила в силу первая часть налогового кодекса РФ. В связи с этим поменялся порядок определения цен на товары и услуги для целей налогообложения. Применяемая для расчета налога цена реализации – это цена сделки, которая установлена в договоре на основании соглашения между сторонами. Эта цена предположительно соответствует уровню свободных рыночных цен. Налоговые службы обязаны обосновывать правильность использования цены реализации и определять уровень рыночных цен. Налоговые органы контролируют правильность использования цен по сделкам в следующих случаях:

1) если сделка совершается между взаимозависимыми лицами;

2) если сделка по своему характеру является товарообменной;

3) уровень цен, который используется налогоплательщиком по однородным товарам в краткосрочный период, существенно колеблется (более чем на 30 %).

В указанных случаях, когда использованные сторонами сделки цены отклоняются от рыночных цен однородных товаров более чем на 30 %, налоговая служба имеет право принять мотивированное решение, согласно которому должны будут начисляться дополнительные налоги и пени, рассчитанные на основании рыночных цен.

Рыночная цена товара или услуги – это цена, которая формируется на основе взаимодействия спроса и предложения на рынке однородных (идентичных) товаров или услуг в аналогичных (сопоставимых) экономических условиях.

В процессе определения рыночных цен товара берется во внимание информация о совершенных на момент продажи данного товара сделках с однородными (идентичными) товарами в аналогичных (сопоставимых) условиях. Для того чтобы определить сопоставимость условий сделок, необходимо принимать во внимание, объем поставляемой товарной партии, сроки выполнения обязательств и другие условия, оказывающее воздействие на цены.

Если на аналогичном рынке товаров отсутствуют сделки по однородным (идентичным) товарам, или если информация о них недоступна, для определения рыночной цены применяют:

1) метод цены последующей реализации;

2) затратный метод.

Метод определения цены последующей реализации состоит в расчете рыночной цены как разности между ценой последующей реализации (перепродажи) товаров покупателем и его затратами на продвижение товара, его реализацию и наценки. Наценка в данном случае рассчитывается так, чтобы получить разумную и характерную для этой сферы деятельности прибыль.

Затратный метод состоит в том, что рыночная цена товара рассчитывается как произведенные затраты плюс наценка. В качестве произведенных затрат выступают обычные в таких случаях косвенные и прямые производственные затраты и затраты на реализацию, а также транспортные расходы, расходы на хранение, страхование и т. п. Наценка рассчитывается так, чтобы получить разумную и характерную для этой сферы деятельности прибыль.

 **2. Типология схем налоговой оптимизации и критерии выбора.**

Рассмотрим основные способы минимизации налогов.

1.Отсрочка уплаты налогов. Один из путей отсрочить констатацию получения дохода, а следовательно, и уплату налога на прибыль от прироста капитала при продаже актива заключается в отсрочке даты совершения сделки. При покупке отдельным лицом дома или иного крупного актива продавец часто ссужает покупателю некоторую сумму денег для оплаты части стоимости покупки, которую последний оплачивает в течение нескольких лет. Когда же в данном случае фактически происходит продажа актива и продавец должен платить налог на прибыль от прироста капитала? Происходит ли это после того, как покупатель уже "контролирует" актив, или же когда он окончательно выплатил всю ссуду? Ответ зависит, по крайней мере частично, от того, как вы совершаете продажу. Если объект продажи не переходит в руки покупателя до тех пор, пока им не получены все фонды, последние выплаты могут быть рассмотрены скорее как часть покупной цены, чем долговые платежи. В этом случае продавец имеет возможность отложить уплату налога на прибыль от прироста капитала (такие сделки называются покупкой в рассрочку).

2.Налоговый арбитраж. Арбитраж подразумевает использование преимущества разницы в цене на один и тот же товар в случае, когда товар продается. Допустим, золото продается по цене 590 у. е. за унцию в Нью-Йорке и 625 у. е. в Цюрихе, а стоимость морской перевозки золота между этими городами 8 у. е., при этом можно купить золото в Нью-Йорке и переправить его в Цюрих с целью получения гарантированной прибыли. Налоговый арбитраж включает в себя использование преимуществ различных налоговых ставок, которыми облагаются конкретные виды доходов или отдельные индивидуумы.

В общем, термин "арбитраж" относится к ситуациям, где имеется гарантированная выручка, т.е. нет риска. Хотя теоретически налоговое законодательство обеспечивает множество возможностей для безрискового налогового арбитража, на практике большинство действий по избеганию налогов определенный риск содержит. Частично это происходит согласно общему положению налогового законодательства о том, что некоторые сделки, предпринятые с целью избежания налогов, не будут вознаграждены благоприятным налогообложением. Существует много ситуаций, в которых отдельные лица должны показать, что они рискуют, чтобы получить льготный налоговый режим. Но риск, предполагаемый в подобном случае, минимален.

Этот термин также относится к ситуациям, в которых различные индивидуумы сталкиваются с различными налоговыми ставками и некоторые безрисковые сделки могут быть спланированы так, что оба индивидуума получают выгоду в результате сокращения их общих налоговых обязательств.

3. Договорная политика в целях оптимизации налогообложения является одним из действенных инструментов налогового планирования и фактором, определяющим уровень налогового бремени.

 **3. Необходимость и условия назначения выездной налоговой проверки.**

Основанием для проведения проверки является решение, подписанное либо руководителем налогового органа, либо его заместителем (ст. 89 НК РФ).

Ст. 89 НК РФ говорит о том, что форма решения разрабатывается и утверждается МНС России. Эта форма установлена Приложением № 1 к Порядку назначения выездных налоговых проверок, утверждённому приказом МНС России от 8 октября 1999 г. № АП316/318 (зарегистрирован в Минюсте России 15 ноября 1999 г., № 1978). Согласно Приложению № 1, в решении указываются:

– наименование налогового органа, номер и дата решения;

– наименование налогоплательщика (плательщика сбора, налогового агента), у которого назначается проверка, и его ИНН (в случае назначения выездной проверки филиала или представительства помимо наименования самой организации указывается наименование филиала или представительства и вод причины постановки на учёт по месту его нахождения);

– период, за который проводится проверка, и вопросы, подлежащие выяснению (виды налогов, по которым проводится проверка);

– должности и классные чины либо специальные звания всех без исключения лиц, входящих в состав проверяющей группы, в том числе привлекаемых к проверке сотрудников федеральных органов налоговой полиции и иных правоохранительных и контролирующих органов.

От того, насколько правильно заполнены данные реквизиты, зависит в конечном итоге, правомерность проведения выездной проверки и полномочность членов проверяющей группы.

Несоблюдение данных ограничений33 является основанием воспрепятствования налогоплательщиком проведению выездной проверки (например, назначение повторной выездной проверки) либо основанием для предъявления налогоплательщиком иска о признании недействительным принятого по результатам проверки решения.

Есть некоторые некорректность формулировок данных НК РФ. Например, налоговой проверкой могут быть охвачены только три календарных года, непосредственно предшествующие году проведения проверки. Получается, что невозможно провести проверку за отчётные периоды текущего года. Или запрещение проведения двух и более выездных проверок по одним и тем же налогам за один и тот же период. Что понимать под периодом не ясно. Наверно, речь идёт о налоговом периоде. Очевидно, что при жёсткой регламентации всех норм требуется и чёткость соответствующих формулировок.

Период, указанный в решении о проведении выездной проверки, не должен выходить за пределы трёх лет, предшествующих году проведения, и не должен включать уже проверенные по тем же налогам периоды. В противном случае налогоплательщик имеет право оспорить законность проводимой проверки.

**Анализ и интерпретация финансовой отчетности**

1. **Логика  и информационная  база  анализа  имущественного и  финансового потенциала предприятия**

Информационной базой анализа финансового состояния предприятия является бухгалтерская (финансовая) отчетность. Она выражает единую систему данных об имущественном и финансовом положении предприятия и о результатах его хозяйственной деятельности и формируется по регистрам бухгалтерского учета по установленным формам.

Исходя из международной практики, под финансовой отчетностью понимают совокупность всех отчетов и финансовую информацию, подпадающую под анализ или аудит: балансы, отчеты о прибылях и убытках (или аналогичный отчет), отчеты об использовании фондов и пояснения к ним.

Годовая отчетность российских предприятий состоит из:

1. Бухгалтерского баланса (форма №1).

2. Отчета о прибылях и убытках (форма №2).

3. Отчета об изменении капитала (форма №3).

4. Отчета о движении денежных средств (форма №4).

5. Приложения к бухгалтерскому балансу (форма №5).

6. Пояснительной записки (к формам №1-2).

7. Аудиторского заключения.

Бухгалтерскую (финансовую) отчетность обязаны составлять все предприятия и организации, осуществляющие предпринимательскую деятельность и являющиеся юридическими лицами, независимо от формы собственности.

Информация, содержащаяся в бухгалтерской отчетности, необходима для принятия решений собственниками, менеджерами предприятия, а также его контрагентами. Опираясь на отчетность, пользователи могут получить представление о четырех аспектах деятельности предприятия:

- имущественное и финансовое положение предприятия с позиции долгосрочной перспективы (то есть насколько устойчиво данное предприятие, является ли стратегически выгодным вкладывать в него средства и иметь контрагентные отношения);

- финансовые результаты (то есть прибыльно или убыточно работает предприятие в среднем);

- изменения в капитале собственников (то есть изменение чистых активов предприятия за счет всех факторов, включая внесение капитала, его изъятие, выплату дивидендов, формирование прибыли или убытка);

- ликвидность предприятия (то есть наличие у него свободных денежных средств как важнейшего элемента стабильной текущей работы в плане ритмичности расчетов с контрагентами).

Имущественное положение организации находит своё отражение в Бухгалтерском балансе (форма №1) и Приложении к Бухгалтерскому балансу (форма №5).

1. **Вариативность результатов  анализа финансовой  отчетности в  зависимости от   методологии бухгалтерского учета**

**В процессе анализа все стороны деятельности, все происходящие под ее влиянием** процессы и факторы, их обусловливающие, рассматриваются в переплетении и противоречивом разнонаправленном взаимодействии. При этом для удобства анализа искусственно выделяются отдельные процессы и рассматривается влияние на них разных факторов с тем, чтобы в конце исследования раскрыть их взаимосвязь и влияние на конечные результаты деятельности.

Финансовый анализ проводится с помощью моделей разного типа, позволяющих структурировать и идентифицировать взаимосвязи между основными показателями отчетности. Можно выделить три основных типа моделей, которые используются в финансовом анализе: дескриптивные, предикативные и нормативные.

Дескриптивные модели - это модели описательного характера. Они являются основными для оценки финансового состояния организации. К ним можно отнести построение системы отчетных балансов, представление финансовой отчетности в разрезах, вертикальный и горизонтальный анализ отчетности, систему аналитических коэффициентов, аналитические записи к отчетности.

Горизонтальный {временной) анализ - это сравнение каждой позиции отчетности с аналогичной ей позицией в предыдущем периоде или за более длительный промежуток времени. В зависимости от вкладываемого смысла, горизонтальным анализом также называют сравнение статей актива и пассива баланса и сравнительный анализ статей форм отчетности одной организации с другими организациями данной отрасли.

Трендовый анализ - это сравнение каждой позиции отчетности с аналогичной ей позицией ряда предыдущих периодов и определение тренда, т.е. основной тенденции динамики показателя, очищенной от случайных влияний и индивидуальных особенностей отдельных периодов. С помощью тренда формируются возможные значения показателей в будущем.

Вертикальный анализ - это определение структуры итоговых финансовых показателей с выявлением изменения каждой позиции по сравнению с предыдущим периодом.

Анализ относительных показателей {коэффициентов) - это расчет соотношений отдельных показателей, позиций отчета с позициями разных форм отчетности, определение взаимосвязей показателей. Относительные показатели подразделяются на коэффициенты распределения и коэффициенты координации. Коэффициенты распределения применяются в том случае, когда требуется определить, какую часть тот или иной абсолютный показатель финансового состояния составляет от итога включающей его группы абсолютных показателей. Коэффициенты координации используются для выражения соотношений разных по существу абсолютных показателей или линейных комбинаций, имеющих различный экономический смысл.

1. **Результаты оценки финансового положения как основной источник принятия управленческих решений.**

Основная цель анализа финансового состояния — получение небольшого числа ключевых, т.е. наиболее информативных показателей, дающих объективную и точную картину финансового состояния предприятия, его прибылей и убытков, изменений в структуре активов и пассивов, в расчетах с дебиторами и кредиторами. При этом аналитика, как правило, интересует не только текущее финансовое состояние фирмы, но и его проекция на ближайшую или более отдаленную перспективу, т.е. ожидаемые параметры финансового состояния.

Основные функции анализа финансового состояния: своевременная и объективная оценка финансового состояния фирмы, установление ее «болевых точек» и, изучение причин их образования;

выявление факторов и причин достигнутого состояния;

подготовка и обоснование принимаемых управленческих решений в области финансов;

выявление и мобилизация резервов улучшения финансового состояния фирмы и повышения эффективности всей хозяйствен­ной деятельности, прогнозирование возможных финансовых результатов и разработка моделей финансового состояния при разнообразных вариантах использования ресурсов.

Практика анализа финансового состояния выработала основные методы его проведения:

горизонтальный (временной) анализ, — сравнение каждой позиции отчетности с предыдущим периодом. Горизонтальный анализ заключается в построении одной или нескольких аналитических таблиц, в которых абсолютные балансовые показатели дополняются относительными темпами роста (снижения);

вертикальный, (структурный) анализ — определение структуры финансовых показателей с выявлением влияния каждой позиции отчетности на результат в целом. Такой анализ позволяет увидеть удельный вес каждой статьи баланса в его общем итоге. Обязательным элементом анализа являются динамические ряды этих величин, посредством которых можно отслеживать и прогнозировать структурные изменения состава активов и их источников покрытия.

**Международные стандарты финансовой отчетности**

1. **Необходимость регулирование учета и отчетности на наднациональном уровне. МСФО как система правил формирования финансовой отчетности. Применение МСФО в мире.**

Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО) представляют собой систему общепринятых требований, принципов, правил и процедур, которые определяют общий подход к составлению финансовой отчетности, полезной широкому кругу заинтересованных пользователей, и устанавливают единые требования к признанию, оценке и раскрытию финансово-хозяйственных операций.

Исторически сложилось так, что в каждой стране создавались соб­ственные стандарты учета и отчетности, отвечающие, в первую оче­редь, требованиям, которые выдвигают к отчетности ее основные пользователи.

Развитие международной торговли, появление много­национальных компаний, глобализация рынка капитала, глобализация экономических процессов и информационных технологий вызвала потребность в гармонизации финансовой отчетности компаний раз­ных стран. Это было обусловлено необходимостью получения и предоставления прозрачной, полезной, информативной, сопоставимой, однородной финансовой информации, понятной широкому кругу заинтересованных пользователей. Именно с этой целью было решено разработать международные стандарты финансового учета и отчетности, которые должны были обеспечить единую методологическую базу и установить основные принципы учета, в соответствии с которыми предприятия могли бы вести финансовый учет.

На сегодняшний день международно признанной является финансовая отчетность, составленная либо по МСФО, либо по ГААП США, поскольку только отчетность, подготовленная по этим стандартам, признается большинством фондовых бирж мира: ОПБУ США — для аме­риканских, МСФО — для неамериканских. В этой связи, в зависимости от того в котировальный лист какой биржи хочет войти фирма, и выбирается соответствующая модель учета.

Разработка и использование МСБУ и МСФО в практической деятельности:

- позволяют обеспечить единый подход к формированию качественной, прозрачной, сравнимой и достоверной отчетности в разных странах;

- помогают инвесторам и акционерам из разных стран качественнее анали­зировать отчетность потенциальных получателей инвестиций (опять же из разных стран), подготовленную согласно единым принципам, а значит, сопоставимую;

- позволяют фирмам, выходящим на фондовые площадки в разных странах, готовить не несколько комплектов финансовой отчетности (отдельно для ка­ждой национальной биржи), а ее единый набор для всех бирж, т.е. снижают за­траты на привлечение капитала;

- повышают общую культуру управления, внутри транснациональных корпо­раций, улучшают систему их внутреннего контроля и аудита.

1. **Применение МСФО в России. Анализ последствий Закона 208-ФЗ «О консолидированной финансовой отчетности».**

Экономический кризис начала двадцать первого века показал, что финансовая отчетность должна обеспечивать пользователей финансовой информации полезной информации, для принятия управленческих решений. В противном случае она (финансовая отчетность) является малоэффективной, в отдельных случаях губительна – выгоды от ее использования не оправдывают расходы на ее формирование. Основные информационные проблемы финансовой отчетности, обусловленные методологией бухгалтерского учета: низкая транспарентность, обусловленная недостаточно полными требованиями представления и раскрытия информации; несопоставимость отчетностей, составленных по национальным стандартам; отражение не всех фактов хозяйственной жизни (например, операции с финансовыми инструментами, контрактные обязательства); излишний оптимизм, который вселяет отчетность пользователям (например, метод начисления требует признание дохода, в то время как деньги еще не получены, учет по справедливой стоимости и пр.)

Регулирование бухгалтерского учета и отчетности в Российской Федерации, прежде всего, было обусловлено переходом от планируемой экономики к рыночной экономике, которые состоялся в 90-е годы двадцатого года. Стержнем реформы на правительственном уровне были определены международные стандарты финансовой отчетности. Толчком к началу реформы послужил семинар по проблемам учета на совместных предприятиях, проводившийся Центром ООН по ТНК и Торгово-промышленной палатой СССР в июне 1989г. в Москве, на котором были выявлены основные несоответствия российской и международной практики учета, намечены пути адаптации и интеграции системы учета России в международную учетную практику. Однако официальным началом процесса реформирования учета следует считать принятие Государственной Программы перехода РФ на принятую в международной практике систему учета и статистики в соответствии с требованиями развития рыночной экономики, утв. Пост. Верховного Совета РФ от 23.10.1992 № 3708-1. «Курс на международные стандарты» был взят в Программе реформирования бухгалтерского учета в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности, утв. Постановлением Правительства РФ от 06.08.1998г. №283, в которой была объявлено, что «цель реформирования системы бухгалтерского учета состоит в приведение национальной системы бухгалтерского учета в соответствие с требованиями рыночной экономики и международными стандартами финансовой отчетности». Дальнейшая корректировка и уточнение курса реформы учета и отчетности в России нашла свое отражение в Концепции развития бухгалтерского учета и отчетности в РФ на среднесрочную перспективу, одобренной Приказом Минфина №180 от 01.07.2004. Данный документ расставил приоритеты: индивидуальная отчетность должна быть по национальным стандартам, которые базируются на МСФО, а консолидированная отчетность компаний должна составляться в соответствии с международными учетными стандартами. В 2010 году опубликован документ, обсуждаемый с 2004 года, и который ввел законодательное требование о составление отчетности в соответствии с международные стандарты финансовой отчетности – Федеральный закон Российской Федерации от 27 июля 2010 г. N 208-ФЗ «О консолидированной финансовой отчетности».

1. **Необходимость и сравнительный анализ способов формирования отчетности по МСФО. Процедура трансформации отчетности.**

Основные отличительные особенности российской отчетности от МСФО можно разделить на четыре группы:

1) вопросы, которые совершенно не характерны для российского учета:

2) некоторые вопросы МСФО, понятие которых полностью отсутствует в РСБУ;

3) различия, которые касаются большинства предприятий;

4) различия, которые могут быть важны только для отдельных групп предприятий.

Среди вопросов, совершенно не характерных для российского учета можно назвать отсутствие корректировки в бухгалтерской отчетности на уровень инфляции. Это связано с вопросами пересчета результатов финансовой отчетности, выраженных в денежных единицах страны с гиперинфляционной экономикой, в единицы измерения, действующие на отчетную дату (МСФО 29).

МСФО 29 «Финансовая отчетность в условиях гиперинфляции» регламентирует порядок составления финансовой отчетности организации, отчитывающейся в валюте страны с гиперинфляционной экономикой. Анализ данных за отчетный период в этом случае осуществляется путем пересчета с учетом изменения в общей покупательской способности валюты, в единицах которой составлена финансовая отчетность. В первую очередь, при осуществлении трансформации данных российской отчетности в МСФО, переводимые данные подлежат корректировке с учетом инфляции в стране. Это самое главное отличие российских правил и является одной из основных причин несопоставимости РСБУ с МСФО.

Российскими правилами признание такого убытка не предусматривается.

В качестве примера следует привести следующие аналоги, которые отражены в российских правилах составления бухгалтерской отчетности:

• оценка износа основных средств;

• признание стимулов по договору операционной аренды (МСФО (IAS) 17 «Аренда», ПКИ (SIC) 15 «Операционная аренда – стимулы»);

• учет пенсионных планов с установленными выплатами и различных вознаграждений работникам (МСФО (IAS) 19 «Вознаграждения работникам»);

• учет отложенных налогов (МСФО (IAS) 12 «Налоги на прибыль»).

В МСФО 12 «Налоги на прибыль» отражена возможность признания отложенных налогов путем обязательств по балансу. Здесь важно понимать, что означает временная разница, то есть разница между налоговой базой актива и балансовой стоимостью. Налоговые обязательства должны сохраняться в течение определенного временного промежутка.

1. **Концептуальные основы финансовой отчетности в соответствии с МСФО. Цель финансовой отчетности и качественные характеристики информации. Элементы финансовой отчетности: признание и оценка.**

**Н**астоящие Концептуальные основы устанавливают принципы, лежащие в основе подготовки и представления финансовой отчетности для внешних пользователей. Назначение Концептуальных основ состоит в следующем:

(a) содействовать Совету при разработке будущих МСФО и пересмотре существующих МСФО;

(b) содействовать Совету в продвижении гармонизации нормативных актов, стандартов бухгалтерского учета и процедур, касающихся представления финансовой отчетности, путем создания основы для уменьшения случаев альтернативного порядка учета, допускаемых МСФО;

(c) содействовать национальным органам, разрабатывающим стандарты финансовой отчетности, в разработке национальных стандартов финансовой отчетности;

(d) содействовать составителям финансовой отчетности в применении МСФО и рассмотрении вопросов, которые еще не стали предметом конкретного МСФО;

(e) содействовать аудиторам в формировании мнения относительно того, соответствует ли финансовая отчетность МСФО;

(f) содействовать пользователям финансовой отчетности в интерпретации информации, содержащейся в финансовой отчетности, составленной в соответствии с МСФО; и

(g) предоставить тем, кто интересуется работой Совета по МСФО, информацию о подходе Совета к написанию МСФО.

Настоящие Концептуальные основы не являются документом из состава МСФО и, как следствие, не устанавливают нормы по конкретным вопросам оценки или раскрытия информации. Ни одно из положений настоящих Концептуальных основ не имеет преимущественной силы над положениями конкретных МСФО.

Совет признает, что в ограниченном ряде случаев может иметь место противоречие между Концептуальными основами и каким-либо из МСФО. В тех случаях, когда имеет место подобное противоречие, требования МСФО имеют приоритет по сравнению с требованиями Концептуальных основ. Однако поскольку Совет по МСФО будет руководствоваться Концептуальными основами при разработке будущих МСФО и пересмотре существующих МСФО, число случаев, когда имеют место противоречия между Концептуальными основами и МСФО, будет сокращаться с течением времени.

Концептуальные основы будут периодически пересматриваться на основании опыта Совета по работе с ними.

1. **Профессиональное суждение бухгалтера как составляющая учета и отчетности по МСФО.**

В МСФО широко используется понятие «Профессиональное суждение» Бухгалтера или аудитора, пока еще непривычное для практики российского бухгалтерского учета. Это обусловлено тем, что действующие в россии правила бухгалтерского учета и отчетности довольно строго регламентируют большинство учетных операций, в то время как международные стандарты финансовой отчетности основаны, в большей мере, на применении профессионального суждения. В этом и заключается главная особенность мсфо: стандарты международной финансовой отчетности строятся на принципах, а наш бухгалтерский учет - на правилах.

МСФО излагают общие, основные принципы составления финансовой отчетности и не содержат конкретной детализации для каждого конкретного обстоятельства, признания или оценки объекта учета. Поэтому международные стандарты рекомендуют опираться на профессиональное суждение, основанное на полной, достоверной и объективной информации.

Так что же такое профессиональное суждение? Профессиональное суждение - это мнение (заключение) ответственного лица о деталях оценки и признания объекта учета в отчетности. Другими словами, профессиональное суждение представляет собой профессиональную оценку всех объективных факторов, позволяющих принять решение в условиях неопределенности.

Профессиональное суждение требуется, прежде всего, при решении вопроса о включении объекта учета в бухгалтерский баланс или в отчет о прибылях и убытках. При формировании профессионального суждения определяется, заключены ли в объекте будущие экономические выгоды, насколько вероятен приток или отток этих выгод, насколько надежно может быть измерена стоимость объекта.

Профессиональное суждение необходимо также при оценке конкретных фактов и событий, таких как соотношение экономического содержания и правовой формы, срок полезной службы объекта или процесса потребления заключенных в нём экономических выгод, возможность устаревания объекта, реальность погашения сомнительной дебиторской задолженности, число возможных обращений по обязательствам компании, возможный исход судебного разбирательства, в которое вовлечена компания и во многих других случаях.

Переход российской системы бухгалтерского учета на составление отчетности в соответствии с международными стандартами требует не только значительных организационно-технических и методологических мероприятий, но и перестройки сознания работников бухгалтерской службы, повышения уровня их профессиональной подготовки, выработки навыков по формированию профессиональных суждений. Особенно ярко это проявилось в банковской системе России, которая первой пошла на МСФО.

Учитывая высокую значимость профессионального суждения для формирования банковской финансовой отчетности в формате МСФО, Банк России в своих рекомендациях по составлению и представлению финансовой отчетности[1] обратил особое внимание на назначение кредитной организацией (далее Банк) лиц, ответственных за профессиональное суждение.

1. **Консолидированная финансовая отчетность: назначение и техника составления**

Согласно МСФО № 27 сводную финансовую отчетность должны составлять компании (материнские компании), которые контролируют деятельность других фирм (дочерних). Также стандарт применяют при учете инвестиций в дочерние, совместно контролируемые и ассоциированные организации в случаях, когда организация представляет отдельную финансовую отчетность.

Консолидированная финансовая отчетность – финансовая отчетность группы, которая представляется таким образом, как будто она подготовлена одной организацией.

Материнская организация – организация, имеющая одну или более дочерних организаций.

Дочерняя организация – организация, контролируемая другой (материнской) организацией.

Процесс формирования сводной отчетности – построчное сложение данных финансовых отчетов компаний, входящих в группу, содновременным исключением из итоговых показателей внутригрупповых операций.

Варианты составления консолидированной отчетности:

1) готовятся отчетности по МСФО для каждой компании группы. Затем данные этих отчетностей суммируются и корректируются для получения консолидированной отчетности;

2) складываются показатели российских отчетностей всех компаний. Затем агрегированная российская отчетность группы трансформируется в соответствии с МСФО и корректируется в целях консолидации.

Консолидация – сложение строк отчетности компаний группы и внесение корректировок, необходимых для составления сводной отчетности.

Этапы составления консолидированной отчетности:

1) сбор и анализ информации из дочерних компаний;

2) исключение внутригрупповых оборотов и остатков;

3) расчет основных поправок;

4) расчет инфляционных поправок;

5) сбор и анализ всех поправок и предварительного варианта;

6) подготовка информации для раскрытия;

7) выпуск отчетности с пояснениями.

В консолидированной финансовой отчетности необходимо раскрывать: факт консолидации организации; характер отношений между дочерней и материнской организациями; дату составления финансовой отчетности дочерней организации, если эта отчетность необходима при подготовке консолидированной финансовой отчетности и составлена на дату, не совпадающую с отчетной датой материнской организации.

При составлении отдельной финансовой отчетности материнской организацией, имеющей долю в совместно контролируемой организации, в отчетности должен быть раскрыт факт, что отчетность является отдельной финансовой отчетностью.

1. **Обесценение активов в соответствии с МСФО: необходимость регулирования и концепция учета. Критический анализ концепции учета обесценения в МСФО.**

Цель МСФО № 36 «Обесценивание активов»– установление процедур учета активов по величине, которая не превышает их возмещаемую сумму. Стандарт требует от предприятия регулярного проведения анализа состояния активов на предмет их возможного обесценивания. Стандарт применяется в отношении большинства активов, а также инвестиций в дочерние, ассоциированные и совместные компании. Оценку возмещаемой суммы актива следует производить в случае, если на отчетную дату появляется признак, который указывает на возможное обесценивание актива.

 Организация должна вести учет внешних и внутренних признаков. К внешним признакам относятся спад рыночной стоимости активов, существенные изменения в деятельности компании, а к внутренним – моральное устаревание актива, снижение технологических показателей актива и др.

 МСФО № 36 не применяется в отношении следующих активов:

 1) запасов;

 2) активов, которые возникли по договору на строительство;

 3) отложенных налоговых активов;

 4) активов, которые возникли из вознаграждений работникам;

 5) биологических активов;

 6) нематериальных активов, которые возникли из договорных прав страховщиков.

 Возмещаемая сумма актива определяется по наибольшему значению чистой продажной цены актива и стоимости от его использования.

 Чистая продажная цена– это сумма, которая получена от продажи актива в результате сделки между осведомленными независимыми сторонами. Сумму сделки необходимо корректировать с учетом затрат, связанных с реализацией актива.

 Стоимость от использования– это дисконтируемая стоимость оцениваемых будущих потоков, которые ожидаются в результате продолжительного использования актива и его выбытия в конце срока использования. МСФО № 36 устанавливает порядок действия по определению балансовой стоимости генерирующей единицы, порядок определения убытка от обесценивания по активам этой единицы.

 Балансовая стоимость– это сумма, по которой актив отражается после вычета суммы накопленной амортизации и накопленного убытка от обесценения.

 Убыток от обесценения– это сумма, на которую балансовая стоимость актива превышает его возмещаемую сумму. Если балансовая стоимость актива превышает его возмещаемую сумму, то это означает, что возник убыток от обесценивания актива. Для каждого актива необходимо отдельно оценивать возмещаемую сумму. Если это невозможно сделать, то компания должна возмещать сумму генерирующей единицы.

 Генерирующая единица для актива– это наименьшая группа активов, которая включает данный актив и генерирует поступление денежных средств от продолжительного использования актива**.**

1. **Сравнительный анализ учета аренды по МСФО и РСБУ. Информативность учета финансовой аренды как финансового соглашения для пользователей отчетности.**

|  |  |
| --- | --- |
| **МСФО** | **РСБУ** |
| **Классификация** |
| Аренда классифицируется как финансовая аренда, если она предусматривает передачу арендатору всех существенных рисков и вознаграждений, связанных с владением активов.Классификация аренды в большей степени зависит от сущности операции аренды, а не от формы договора.В стандарте приведены примеры ситуаций, в которых обычно аренда рассматривается как финансовая. | Термин «финансовая аренда» (лизинг) определен законодательством. В соответствии с законодательством по договору лизинга лизингодатель обязуется приобрести в собственность указанное лизингополучателем имущество у определенного им продавца и предоставить лизингополучателю это имущество за плату во временное владение и пользование.Имущество, переданное в лизинг, в течение всего срока действия договора лизинга является собственностьюлизингодателя. Условия постановки лизингового имущества на баланс лизингодателя или лизингополучателя определяются по согласованию между сторонами договора лизинга. |
| **Отражение финансовой аренды в отчетности арендодателя** |
| **Первоначальное признание** |
| Арендодатель должен учитывать активы, переданные на условиях финансовой аренды, в своем бухгалтерском балансе и представлять их как дебиторскую задолженность в сумме, равной величине чистых инвестиций в аренду.Под чистой инвестицией в аренду понимается дисконтированная стоимость будущих арендных платежей и дисконтированная остаточная стоимость арендованного имущества в конце срока аренды.Дебиторская задолженность по финансовой аренде отражается арендодателем в сумме основного долга с учетом начисленных процентов (финансового дохода) за минусом полученной оплаты от арендатора.Первоначальные прямые затраты должны амортизироваться в течение срока аренды (за исключением компаний производителей и дилеров). | Лизингодатель учитывает имущество, переданное по договору финансовой аренды, либо в качестве доходных вложений в материальные ценности (статья долгосрочных активов) (если по условиям договора лизинга лизинговое имущество учитывается на балансе лизингодателя), либо в качестве дебиторской задолженности и доходов будущих периодов (если по условиям договора лизинга лизинговое имущество учитывается на балансе лизингополучателя).В РСБУ отсутствуют специальные правила для компаний производителей – дилеров. |
| **Последующая оценка** |
| Признание финансового дохода должно отражать постоянную норму прибыли на чистые инвестиции арендодателя в финансовую аренду. То есть арендодатель должен начислять и удерживать с арендатора доход за предоставленное в его пользование финансирование.Основная сумма долга с течением срока аренды уменьшается. Соответственно, при постоянной процентной ставке арендодатель каждый месяц получает все меньшую сумму процентов в абсолютном выражении.Ежемесячно арендодатель производит начисление финансового дохода по процентам.При дисконтировании стоимости минимальных арендных платежей в основном используют ставку процента, подразумеваемую в договоре об аренде.Арендные платежи, полученные в отчетном периоде, уменьшают дебиторскую задолженность в части как основной суммы долга, так и начисленного финансового дохода.Арендные платежи распределяются между основной суммой долга и финансовым доходом с тем, чтобыобеспечить постоянную норму доходности. | Дисконтирование задолженности не производится. Доход не разделяется на финансовый доход и возмещение основной суммы долга.Лизингодатель отражает дебиторскую задолженность на сумму задолженности по лизинговым платежам согласно договору лизинга.Разница между затратами на приобретение лизингового имущества и суммой лизинговых платежей за весь период лизинга отражается как доходы будущих периодов с последующим признанием в доходах в течение срока лизинга.Причитающаяся по договору лизинга сумма лизингового платежа, поступившая в отчетном периоде, уменьшает дебиторскую задолженность лизингополучателя. |

1. **Ценность представляемой информации в соответствии с МСФО для пользователей. Структура и содержание компонентов финансовой отчетности в соответствии с МСФО.**

Трансформация бухгалтерской отчетности обозначает сближение национальной отчетности с МСФО. Как правило, трансформация представляет собой свод таблиц, наглядно показывающих переход от российских балансовых статей и статей отчета о финансовых результатах - к соответствующим показателям по МСФО. Процесс трансформации может быть реализован собственными силами организации или посредством привлечения сторонних специализированных организаций.

К достоинствам трансформации отчетности по сравнению с параллельным учетом можно отнести то, что она проще в составлении, хотя и требует специальных навыков. Еще одной особенностью является относительно низкие затраты.

Но недостатки трансформации заключаются в том, что отчетность имеет высокий информационный риск, ее неточность может составлять до 50 %. Также можно сказать, что отчетность не может предоставлять оперативную информацию пользователям, так как составляется только после составления отчетности по правилам РСУиО.

Независимо от того каким способом будут применяться МСФО при первом составлении отчетности по международным стандартам необходимо руководствоваться МСФО 1 «Первое применение МСФО». В соответствии с этим стандартом финансовая отчетность, соответствующая МСФО, должна представлять информацию:

1. понятную с точки зрения пользователей;

2. сравнимую для всех представленных периодов;

3. которая была бы «точкой отсчета» для учета в соответствии с МСФО;

4. расходы на составление которой не превышали бы выгод от ее ценности для пользователей.

Таким образом, предприятия должны сами выбирать тот способ перехода на МСФО, который считает более удобным. Но с внедрением МСФО торопиться не следует, необходимо предварительно изучать, анализировать и применять их с большой осторожностью.

Так же следует выяснить для себя как важна для предприятия отчетность, составленная на МСФО, планирует ли она выход на мировой рынок и ждет ли иностранных инвестиций. От этого будет зависеть применяемый способ. Не следует забывать о том, что затраты на составление такой отчетности не должны превышать выгод от ее использования. Опять же это ведет к тому, будет ли предприятие участвовать во внешнеэкономической деятельности.

**10. Оценочные обязательства, условные обязательства и условные активы по МСФО: необходимость регулирования и учет.**

Термин «оценочные обязательства» введен ПБУ 8/2010 «Оценочные обязательства, условные обязательства и условные активы». Он в целом аналогичен понятию резервов по МСФО (IAS) 37 «Резервы, условные обязательства и условные активы».

Оценочные обязательства отражаются в бухгалтерском учете на счете 96 «Резервы предстоящих расходов».

Для отражения оценочного обязательства должны выполняться следующие условия:

1. В результате прошлых событий возникло обязательство, исполнения которого невозможно избежать.

Таким образом:

- обязывающее событие должно произойти до окончания отчетного периода;

- выполнения обязанности нельзя избежать в силу:

требований законодательства или обычаев делового оборота;

существование другой стороны, перед которой возникло это обязательство. Например, реструктуризация, о которой не объявлено, не приводит к возникновению оценочного обязательства. И, напротив, реструктуризация, о которой объявлено, приведет к возникновению оценочного обязательства (при соблюдении остальных условий признания), поскольку у работников возникнут обоснованные ожидания увольнения и получения компенсации, у покупателей возникнут обоснованные ожидания прекращения выпуска соответствующей продукции и получения неустоек в связи с досрочным расторжением договоров, т.е. после объявления появляется другая сторона (работники, покупатели), перед которой возникает обязанность.

2. Уменьшение экономических выгод, необходимое для исполнения оценочного обязательства, вероятно (уменьшение экономических выгод более вероятно, чем его отсутствие).

3. Может быть обоснованно оценена величина оценочного обязательства.

Оценивается сумма затрат, необходимых для погашения обязательства. Оценка производится на основании суждений руководства, прошлого опыта или мнения экспертов. ПБУ 8/2010, в отличие от МСФО (IAS) 37, требует документального подтверждения обоснованности оценки.

Требования к дисконтированию стоимости оценочного обязательства присутствует и в ПБУ 8/2010 и в МСФО (IAS) 37. При этом, если МСФО (IAS) 37 считает необходимым дисконтирование «когда влияние фактора времени на стоимость денег существенно», то ПБУ 8/2010 определяет более четкие критерии – если срок исполнения оценочного обязательства превышает 12 месяцев, или меньший срок, установленный учетной политикой.