Финансовое планирование, как и любое другое, начинается с установления целей и задач. Затем, необходимо определить затраты на эти цели и задачи, т.е. сколько денег потребуется для реализации каждой из них. Заключительным этапом финансового планирования является выбор источника финансирования. При этом, необходимо убедиться, что финансовые потребности реалистичны и доступных источников финансирования достаточно для их удовлетворения.

**ТРИ ЭТАПА ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ**

**1.Установление целей и задач организации**. Установление целей и задач – одна из важнейших задач управления. Цель – это конечное состояние, которого стремится достичь организация. Задача – конкретная формулировка того, чего организация намеревается достичь за определенный период времени. Если цели и задачи не конкретны и неизмеримы, их нельзя перевести в затраты и нельзя произвести финансовое планирование. Также, цели и задачи должны быть реалистичны, иначе их невозможно реализовать и профинансировать.

**2.Бюджетирование для финансовых нужд**. Бюджет – финансовый документ, прогнозирующий доходы и/или расходы за определенный периодом времени в будущем. Как только известны цели задачи организации на определенный период времени, скажем, на следующий календарный год, появляется возможность оценить различные затрат фирмы, и доходов, которые она получит. Объединив эти показатели в общеорганизационном бюджете, можно определить существует ли потребность в привлечении дополнительного финансирования из внешних источников.

Обычно, бюджетирование начинается с построения отдельных бюджетов продаж и по различным видам расходов: на производство, на человеческие ресурсы, на продвижение, управление и т.д. Точность бюджетирования увеличивается, если составление бюджетов сначала происходит в отдельных отделах на более короткие промежутки времени. Эти бюджеты с легкостью объединяются в консолидированный кассовый бюджет организации. К тому же бюджеты отделов помогают менеджерам оценивать и контролировать финансовые результаты на протяжении всего периода, на который рассчитан общий кассовый бюджет.

Сегодня большинство фирм применяют 1-2 подхода к бюджетированию. При применении традиционного подхода, каждый новый бюджет основывается на данных бюджета за предыдущий год в долларах. Эти данные преобразуются таким образом, чтобы отвечать любым изменениям в целях, а менеджеры должны обосновывать появление только новых статей расходов. Проблема данного подхода заключается в том, что остается возможность для манипуляции статьями бюджета в целях защиты (иногда корыстных) интересов составителя или его или ее отдела.

Эта проблема в общем и целом решается при бюджетировании с нуля.

Бюджетирование с нуля – это подход, при котором каждая статья расходов должна быть обоснована в каждом бюджете. Это позволяет значительно сократить лишние расходы. Однако, некоторые руководители считают, что бюджетирование с нуля требует слишком много бумажной работы, на которую уходит много времени.

**3.Определение источников финансирования**. Существуют 4 основных источника финансирования: прибыль от продаж, собственный капитал, заемный капитал и продажа активов. Как правило, будущие продажи обеспечивают большую часть финансирования организации.

Прибыль от продаж – первый тип финансирования.

Вторым типом финансирования является собственный капитал – средства, полученные от продажи долей собственности в организации. Практически единственным направлением использования собственного капитала является долгосрочное финансирование: финансирование открытия бизнеса и его расширения и поглощений. Собственный капитал не рассматривается в качестве источника покрытия краткосрочных финансовых потребностей.

Третьим типом финансирования является заемный капитал – средства, полученные путем займов. Заемный капитал может привлекаться для реализации как краткосрочных, так и долгосрочных целей.

Четвертым источником финансирования является продажа активов. Как правило, фирма приобретает активы, если они необходимы для осуществления хозяйственной деятельности. Поэтому, продажа активов – решительный шаг. Однако, это может стать последней надеждой, когда нет возможности использовать ни собственный, ни заемный капитал. Также, продажа активов может осуществляться, если они больше не нужны для хозяйственной деятельности предприятия.

**ОЦЕНКА И КОНТРОЛЬ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ**

Важно убедиться, что финансовые планы исполняются, и выявить проблемы до того как они обострятся. Соответственно, финансовому менеджеру необходимо определить способы контроля и оценки финансовых результатов. В целях сопоставления результатов составляются промежуточные бюджеты (еженедельные, ежемесячные, ежеквартальные). Такие сопоставления позволяют определить сферы деятельности, для которых необходимо пересмотреть имеющиеся или составить дополнительные планы.

Внешние источники финансирования

Финансовый менеджмент включает в себя всю деятельность по получению и эффективному использованию денежных средств. Эффективный финансовый менеджмент подразумевает тщательное планирование, которое начинается с определения финансовых потребностей фирмы.

Деньги необходимы для открытия бизнеса. Затем, доход от продаж может быть использован на продолжение деятельности организации и для обеспечения прибыли. Однако, как правило, доходы от продаж поступают неравномерно. Уровни доходов и расходов меняются от сезона к сезону и из года в год. Если у организации высокие расходы и низкие доходы, ей может потребоваться временное финансирование. Кроме того, из-за необходимости приобретения новых активов или расширения деятельность, компании может потребоваться больше денежных средств, чем имеется внутри фирмы. В подобных ситуациях организациям приходится искать внешние источники финансирования. Обычно – это краткосрочное и долгосрочное финансирование.

**1.Краткосрочное финансирование** – денежные средства, которые будут использоваться компанией не больше года, а затем будут возвращены. Существует множество краткосрочных финансовых потребностей, но две из них заслуживают особого внимания. Во-первых, определенная обязательная коммерческая деятельность может сказаться на денежном потоке компании и создать потребность в краткосрочном финансировании.

Денежный поток – приток и отток денежных средств. В идеале, в компанию за период должно поступать достаточно денежных средств для покрытия всех ее расходов за тот же период. Но идеал не всегда достижим. Неуравновешенность денежного потока компании может появиться, например, если она предлагает своим клиентам возможность приобретения своих товаров, работ, услуг в кредит. Выплаты за такие покупки в кредит, как правило, не поступают ранее 30 – 60 дней. Тогда, для оплаты счетов до получения выплат от клиентов, организации необходимо прибегнуть к краткосрочному финансированию. Непредвиденные расходы также могут вызвать недостаток денежного потока у компании.

Еще одной из важнейших потребностей в краткосрочном финансировании, связанных с недостатком денежного потока являются товарно-материальные запасы.

Производители, оптовые и розничные продавцы вкладывают значительные средства в товарно-материальные запасы. Более того, большинство товаров производится за 4-9 месяцев до их продажи конечному потребителю, из-за чего у производителей появляется потребность в краткосрочном финансировании. Заемные средства используются для оплаты сырья и материалов, выплаты заработных плат и ренты и покрытия стоимости хранения запасов прежде, чем товары будут проданы. Затем, средства, полученные от продаж, используются для выплаты займов. Кроме того, краткосрочное финансирование может потребоваться оптовым и розничным продавцам для создания товарно-материальных запасов в преддверии периода пика продаж. В этом случае займы также возвращаются после распродажи товаров.

**2.Долгосрочное финансирование** – денежные средства, которые будут использоваться более года. Долгосрочное финансирование необходимо для открытия нового бизнеса. Также, потребность в долгосрочном финансировании появляется при осуществлении расширения и слияний, разработки и вывода на рынок нового продукта, и для замены устаревшего и неэффективного оборудования.

Суммы долгосрочного финансирования, необходимого фирмам могут быть огромными.

Источники необеспеченного финансирования

Необеспеченное финансирование – финансирование, для получения которого не нужен залог. Большая часть краткосрочного финансирования является необеспеченным. К источникам необеспеченного краткосрочного финансирования относятся: товарные кредиты, векселя, банковские кредиты, коммерческие бумаги[[1]](#footnote-1) и коммерческие векселя.

**1.ТОВАРНЫЙ КРЕДИТ**

Оптовые продавцы могут обеспечить финансовую помощь розничным продавцам, предоставив им возможность оплатить товар в течение 30-60 дней (или более длительного периода).Такая отсрочка платежа, которая также может предоставляться производителями, получила название товарный кредит или открытый счет[[2]](#footnote-2). В частности, товарный кредит – это отсрочка платежа, гарантируемая поставщиком потребителю.

От 80 до 90 процентов всех сделок между организациями предполагает своеобразный товарный кредит. Обычно приобретенные товары доставляются вместе с счет фактурой (или товарной накладной), в которой отражаются условия кредита. Сумма выплачивается в срок, и, как правило, с нее не взимается процент. На самом деле, продавец даже может предложить скидку за своевременную оплату. Условия предоставления скидки специально оговариваются в счет фактуре.

**2.ВЕКСЕЛЯ, ВЫПИСЫВАЕМЫЕ ПОСТАВЩИКАМ**

Вексель – это письменное обязательство заемщика выплатить кредитору определенную сумму в заранее оговоренную дату. Хотя период возврата может достигать 1 года, большинство векселей заключаются на срок от 60 до 180 дней. Потребитель, приобретающий товары в кредит является векселедателем и стороной, выпускающей вексель. Компания, продающая товары в кредит называется векселедержателем.

**3.НЕОБЕСПЕЧЕННЫЕ БАНКОВСКИЕ КРЕДИТЫ**

Коммерческие банки предлагают своим потребителям краткосрочные кредиты без обеспечения по ставке, зависящей от рейтинга кредитоспособности заемщика. Базисная ставка процента (также часто называемая прайм-рейт) – наименьшая процентная ставка, взимаемая банками по краткосрочным кредитам. Эта наименьшая ставка, как правило, предоставляется крупным компаниям с «превосходным» рейтингом кредитоспособности. Организациям с рейтингом кредитоспособности от «хорошего» до «высокого» могут платить базисную процентную ставку, увеличенную на 4%. Разумеется, если банк считает, что возможно возникновение проблем с выплатой кредита, заявка заемщика на кредит может быть отклонена.

Банки, как правило, предоставляют краткосрочные займы посредствам векселей. Векселя, выписываемые банками схожи с векселями, выписываемые поставщикам.

**4.КОММЕРЧЕСКИЕ БУМАГИ**

Коммерческая бумага – краткосрочный вексель, выпускаемый крупными корпорациями. Коммерческая бумага обеспечена только репутацией выпускающей ее фирмы; никакого залога не предполагается. Обычно, коммерческая бумага имеет номинал – от 5 000$ до 100 000$. Корпорации, выпускающие коммерческие бумаги выплачивают процент по ставке чуть ниже ставки, взимаемой коммерческими банками. Поэтому, выпуск коммерческих бумаг дешевле получения краткосрочного финансирования от банка.

Крупные фирмы с «превосходным» рейтингом кредитоспособности могут быстро привлечь крупные суммы денег. Они могут выпустить коммерческие бумаги общей стоимостью на миллионы долларов. Однако, коммерческие бумаги не являются безрисковыми: если выпускающая их корпорация столкнется с серьезными финансовыми проблемами, она не сможет выплатить обещанные суммы.

**5.КОММЕРЧЕСКИЕ ВЕКСЕЛЯ**

Коммерческий вексель – письменное распоряжение клиенту (трассату) выплатить определенную сумму денег поставщику (трассанту) за товары или услуги. Зачастую, коммерческий вексель используется, когда поставщик уверен в финансовом положении клиента.

В данном случае вексель похож на обычный чек за одним исключением: вексель оформляется покупателем, а не продавцом. Вексель на предъявителя – коммерческий вексель, который подлежит оплате по запросу - когда бы трассант не решил забрать свои деньги. Срочный вексель – коммерческий вексель, дата выплаты по которому точно определена. Как векселя, выписываемые поставщикам, так и коммерческие векселя являются переуступляемыми инструментами, которые могут обесцениваться или быть использованы в качестве залога для кредита.

Бухгалтерский учет

**1.ОБЩЕЕ ОПРЕДЕЛЕНИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА**

Сегодня управление любым бизнесом невозможно без точных и своевременных данных бухгалтерского учета. Руководители, сотрудники, кредиторы, поставщики, акционеры и органы государственной власти ориентируются на информацию, содержащуюся в двух финансовых отчетах: балансе и отчете о финансовых результатах. Оба эти отчета обобщают результаты деятельности фирмы за определенный период времени. Они отражают результаты десятка или даже сотен операций, проведенных за отчетный период.

Бухгалтерский учет – процесс систематического сбора, анализа информации и составления отчетов. Информация, необходимая клиентам является основным продуктом, предлагаемым аудиторскими фирмами.

Многие путают бухгалтерский учет с ведением учетных регистров. Ведение учетных регистров – неотъемлемая часть бухгалтерского учета. Специалист по ведению учетных регистров отвечает за запись (или хранение) информации, которая в последствии обрабатывается в системе бухгалтерского учета.

Основными пользователями бухгалтерской информации являются руководители. Система бухгалтерского учета компании предоставляет информацию о доходах, расходах, дебиторской задолженности, суммах кредитов и задолженностей, прибылях, доходах по инвестициям и т.д. Эта информация может собираться в целом по фирме, по каждому продукту, по каждому району сбыта, магазину или продавцу, по каждому подразделению или отделу. При этом, как правило, могут применяться любые способы, которые могут помочь руководителям организации.

Бухгалтерская информация помогает менеджерам планировать и устанавливать цели, организовывать, мотивировать и осуществлять контроль. Эта информация необходима кредиторам и поставщикам для оценки кредитного риска. Акционерам и инвесторам – для оценки надежности инвестиций, органам государственной власти – для подтверждения правильности налоговых отчислений, отчислений из заработной оплаты и одобрения нового выпуска акций и облигаций. Бухгалтерская система компании должна предоставлять всю эту информацию в установленной форме.

**2.БАЗОВЫЕ ПРАВИЛА БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА**

Базовым правилом бухгалтерского учета является балансовое равновесие. Оно показывает соотношение между активами, обязательствами и собственным капиталом организации.

**Активы** – материальные ценности, которыми владеет компания: наличные денежные средства, запасы, земля, оборудования, здания, патенты и т.д.

**Обязательства** – долговые обязательства компании, т.е. то, что она взяла взаймы.

**Собственный капитал** – разница между активами и обязательствами фирмы, т.е. то, что останется у владельцев организации, если ее активы будут использованы для выплаты обязательств.

Соотношение между этими тремя терминами следующее:

Собственный капитал=активы-обязательства

(Собственный капитал равен активам фирмы за вычетом ее обязательств)

Собственный капитал как для индивидуального предпринимателя, так и для компании с долевым участием характеризуется разницей между активами и обязательствами. В компании с долевым участием доля каждого участника указывается отдельно с указанием имени владельца. В корпорациях собственным капиталом часто называют ее акционерный капитал. Акционерный капитал – общая стоимость всех акций компании, увеличенная на сумму нераспределенной прибыли, накопленную на данный момент времени.

Путем алгебраических преобразований получим стандартную формулу балансового равновесия:

Активы=обязательства+собственный капитал

(Активы равны обязательствам, увеличенным на сумму собственного капитала)

**3. БАЛАНС**

**Баланс (или отчет о финансовом положении) – отчет о сумме активов, обязательств и собственного капитала компании в определенный момент времени, отражающий различные денежные средства, становящиеся частью балансового равновесия**. Баланс должен показывать, что балансовое равновесие действительно соблюдается, т.е. что сумма активов компании равна сумме ее обязательств, увеличенной на сумму собственного капитала. Баланс составляется по крайней мере раз в год, но большинство фирм также составляет баланс раз в полугодие, в квартал и месяц.

**4. ОТЧЕТ О ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТАХ.**

**Отчет о финансовых результатах – отчет о доходах и расходах компании за данный отчетный период**. Отчет о финансовых результатах также часто называют отчетом о прибылях и убытках. Отчет может составляться ежемесячно, ежеквартально, раз в полугодие или ежегодно. Отчет о финансовых результатах за предыдущий год должен быть включен в ежегодный отчет компании, предоставляемый ее акционерам.

**5. ЗНАЧЕНИЕ БАЛАНСА И ОТЧЕТА О ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТАХ**

Информация, содержащаяся в этих двух финансовых отчетах, приобретает еще большее значение, когда она сопоставляется с показателями предыдущих лет, показателями конкурентов и со средними результатами по отрасли, в которой функционирует организация. Некоторые финансовые коэффициенты также рассчитываются на основании данной информации. Эти коэффициенты характеризуют рентабельность фирмы, ее краткосрочное финансовое положение, деятельность в сфере управления дебиторской задолженностью и запасами и ее долгосрочное долговое финансирование. Также, как и информация из финансовых отчетов компании, эти коэффициенты необходимо сопоставлять с показателями за предыдущие отчетные периоды, с показателями конкурентов и со средними значениями в целом по отрасли.

Операционный менеджмент

Операционный менеджмент включает в себя всю деятельность менеджеров, осуществляемую для производства продуктов (товаров, работ и идей). Операционная деятельность относится как к организациям, оказывающим услуги, так и к производственным предприятиям. По сути, производство – преобразование ресурсов в товары и услуги.

**1.Технология** – навыки и приемы, используемые компанией для преобразования исходных ресурсов в готовые товары и услуги. Процесс преобразования меняется в зависимости от главных факторов производства, степени изменения исходных ресурсов и количества способов, используемых в процессе преобразования.

**2**.Часто **операционный менеджмент** начинается с исследований и разработок продукта. Результатом исследований и разработок может быть как совершенно новый продукт, так и доработка уже существующего. Ограниченность жизненного цикла каждого продукта стимулирует компании к постоянным инвестициям в проведение исследований и разработок.

**3.Операционный план** – это план производства. Во-первых, моделирование необходимо для решения вопросов, связанных с производственным ассортиментом, необходимой производственной мощностью, используемой технологией, созданием средств производства и человеческими ресурсами. Затем, операционный менеджмент фокусируется на использовании ресурсов и средств производства. Этапы этого периодического планирования: (1) выбор приемлемого периода планирования (2) оценка рыночного спроса (3) сопоставление спроса и производственных возможностей и (4) согласование объема производства и спроса.

**4**.Основными сферами **операционного контроля** являются: снабжение, контроль запасов, календарное планирование и контроль качества. Снабжение включает в себя выбор поставщиков и планирование закупок. Контроль запасов – управление запасами сырья и готовой продукции, а также процессом производства в целях минимизации общей стоимости запасов. Календарное планирование гарантирует, что материалы в нужное время находятся в нужном месте – для использования в пределах подразделения или для отправки покупателю. Контроль качества гарантирует, что продукция соответствует своему описанию.

**5.Автоматизация** – повсеместное или почти повсеместное использование машин для выполнения работ, которое значительно меняет способ выполнения работы как на заводе, так и в офисе. Все чаще в различных отраслях используются станки с программным управлением, так называемые роботы, для выполнения монотонных и опасных для человека заданий. Гибкие производственные системы объединяют роботизированное и компьютеризированное производство для более эффективного выпуска более мелких партий, чем при использовании традиционных сборочных линий.

1)Что такое бизнес?

Слово «бизнес» часто используется во многих языках. Но что именно обозначает это слово? На современном этапе увеличилось количество понятий и операций, относящихся к бизнесу. Согласно традиционному подходу, бизнес – просто обмен или торговля тем, что нужно людям. Сегодня, определение бизнеса стало более формальным. Одним из определений бизнеса является производство, дистрибуция и продажа товаров и услуг в целях получения прибыли. Для анализа этого определения рассмотрим каждую из его частей.

Во-первых, производство – это оказание услуг или преобразование сырья в готовую продукцию. Одним из примеров такого преобразования является превращение железной руды в железные детали для автомобилей. Затем, эти товары необходимо доставить с завода к месту продажи. Этот процесс получил название дистрибуции. Машину может потребоваться доставить из завода в Детройте автодилеру в Майами.

Третья часть – продажа товаров и услуг. Продажа – это обмен товаров и услуг на деньги. Машина продается кому-то за деньги. Товары – продукты, которые требуются людям, например, товаром может являться машина. С другой стороны, услуги – это действия, которые человек, или группа людей, выполняет для другого человека или компании. К примеру, автомеханик оказывает услугу, когда он ремонтирует машину. Врач также оказывает услугу, когда он заботиться о заболевшем человеке.

Тогда, бизнес – это сочетание всей этой деятельности: производства, дистрибуции и продаж. Однако, существует еще один важный фактор. Этим фактором является получение прибыли или излишка товаров. Основной целью деятельности любой американской коммерческой компании является получение прибыли. Прибыль – это все денежные средства, остающиеся в распоряжении компании после оплаты всех ее расходов. И, следовательно, получение прибыли или излишка товаров является главной целью коммерческой деятельности.

2) Международный бизнес

К международному бизнесу относятся все бизнес-операции, в которых задействованы две и более страны. Такие деловые взаимоотношения могут быть как частными, так и государственными.

Существуют три основные причины, по которым компании ведут международные операции: для увеличения объемов продаж, приобретения ресурсов и для диверсификации источников поставок и продаж.

Понятие международного бизнеса включает в себя торговый баланс (соотношение между импортом и экспортом) и платежный баланс (разница между входящими и исходящими денежными потоками).

Существует множество способов, которыми компания может быть задействована в международном бизнесе, в т.ч. участие в экспорте и/или импорте товаров и услуг, прямых и портфельных инвестициях и стратегических альянсах с другими компаниями.

Экспортные товары – материальные блага, отправляемые в другую страну, импортные товары – материальные блага, ввозимые в страну. Поскольку эти товары физически вывозятся из страны и ввозятся в страну, такой импорт и экспорт иногда называют видимым.

Экспорт и импорт услуг – зарубежные доходы, не связанные с отправкой товаров в другую страну. Квитанция об оплате является подтверждением экспорта услуг, а совершение платеж – импорта. Услуги также называют невидимыми статьями экспорта и импорта. Международный бизнес охватывает множество различных услуг: путешествия, туризм и транспортировка; выполнение работ за рубежом; использование активов из-за рубежа.

Иностранные инвестиции – владение собственностью заграницей. Прямые инвестиции – разновидность иностранных инвестиций, когда после совершения вложений возможно участие в управлении организацией . Ситуация, когда две или более компаний принимают участие в прямых инвестициях, получила название совместное предприятие.

Портфельные инвестиции могут быть как долговыми, так и акционерными. Отличие таких инвестиций от прямых в том, что они не дают право на участие в управлении компанией.

3)Что такое банк?

Банк – безопасное место для хранения денег. Но это далеко не все. Люди откладывают деньги в банке, у банков есть деньги для предоставления кредитов. Кредиты предоставляют людям возможность совершать покупки, а компаниям – осуществлять закупки, строиться и расширяться, а также сохранять рабочие места своим сотрудникам. Эти кредиты позволяют экономике страны создавать, распределять и использовать материальные блага.

Сначала банки были немногим больше, чем обычные меняла, обменивавшие монеты и слитки за комиссию.

Способы организации и ведения деятельности банка зависят от его целей.

Существует множество типов банков, но в разных странах их называют по-разному.

Центральные банки, такие как Национальный Банк (Украина), Банк Англии (Великобритания) или Федеральная резервная система (США) управляют государственными финансами и денежно-кредитной политикой страны, а также отвечают за выпуск денежных знаков.

Коммерческие банки работают напрямую с населением. Целью деятельности таких банков является получение прибыли.

Коммерческие банки предлагают широкий спектр услуг. Далее приведены 3 основных типа банковских операций:

- вклады

- платежи

- кредиты.

Эти три вида деятельности являются основными банковскими услугами. Они позволяют банкам получать прибыль и достигать целей своей деятельности:

- открытие сберегательных и текущих счетов;

- предоставление своим клиентам услуг кредитования: потребительских кредитов и различных кредитных карт;

- предоставление клиентам, путешествующим заграницей иностранной валюты и дорожных чеков;

- инвестиционное консультирование: банки предоставляют возможность привлечения и вложения крупных сумм;

- оказание брокерских услуг;

- предоставление широкого спектра трастовых услуг[[3]](#footnote-3) как физическим, так и юридическим лицам.

Торговый банк не работает с населением. Он предоставляет различные услуги юридическим лицам.

Инвестиционные банки – компании, контролирующие выпуск новых ценных бумаг (акций и облигаций).

Сберегательные банки – финансовые учреждения, предоставляющие, в противовес привычным банковским услугам, такие услуги, как открытие сберегательных счетов.

4) Компании

Компания – корпоративное предприятие, работающее как единый хозяйствующий субъект, в успехе которого задействованы все его члены. Компания состоит из некоторого количества людей, объединенного деятельностью промышленного или коммерческого предприятия. Каждая компания разрабатывает собственную политику. Политика компании – выбранная линия поведения, в соответствии с которой принимаются решения, и которая позволяет достичь согласованности действий. Существует некоторая разница между корпорацией, индивидуальным предпринимателем и компанией с долевым участием. Принципиальная разница в том, что индивидуальные предприниматели и компании не являются корпорациями, а общества с ограниченной ответственностью – являются. Корпорация – компания, прошедшая государственную регистрацию и юридически ведущая независимое от своих владельцев существование, т.е. корпорация продолжит свое существование даже после смерти ее владельцев. Акционерная компания является юридическим лицом со своими обязательствами. Общество с ограниченной ответственностью – акционерная компания, финансовые обязательства членов которой законодательно ограничены. Ответственность членов компании с неограниченной ответственностью никак не ограничена. Наиболее распространенным типом компании является «зарегистрированная компания». Компания может быть зарегистрирована в форме публичного или непубличного общества с ограниченной ответственностью. Непубличное общество с ограниченной ответственностью - общество с ограниченной ответственностью, которое не имеет права объявлять публичную подписку на свои акции и облигации и не позволяет своим членам передавать свои доли без получения предварительного согласия других акционеров. Число членов такой компании – от 2 до 50. Публичное общество с ограниченной ответственностью – общество с ограниченной ответственностью, которое может предлагать свои акции и облигации неопределенному кругу лиц; обычно в таких компаниях нет ограничений на передачу долей третьим лицам. Число членов такого общества – от 7 человек. Такая компания обязана иметь в своем названии аббревиатуру PLC и уставный капитал. Деятельность публичной компании регулируется жестче, чем деятельность непубличной организации. Большинство публичных компаний были преобразованы из непубличных путем прохождения процедур оформления в порядке, установленном законом о компаниях. Дочерняя компания – компания, более половины уставного капитала которой принадлежит другой компании, называемой головной или материнской. Считается, что дочерние компании одной материнской организации – взаимозависимы. Многие известные компании являются транснациональными, т.е. ведут свою деятельность в нескольких странах. Акционерная общество – компания, члены который создают общий фонд и ведут свою деятельность с использованием акционерного капитала. Сотрудники компании занимают разные должности. Взаимоотношения сотрудников, имеющих разное должностное положение, формируют организационную структуру компании. Сегодня деятельность компании подразделяется на три основные части: капитал (акционеры), управление и труд. Рассмотрим среднестатистическую компанию. В ней есть директор, являющийся руководителем высшего звена. Он принимает участие в работе совета директоров под управлением президента. Совет директоров определяет политику компании и принимает решения о направлениях расходования средств компании. Исполнительный директор – связующее звено между советом директоров и высшим руководством компании. Менеджеры среднего звена управляют различными отделами компании. За проведенную работу они отчитываются перед высшим руководством компании. Существует некоторая разница между исполнительными директорами и директорами, не наделенными исполнительными полномочиями. Директора, осуществляющие повседневное управление организацией называются исполнительными. Директора, принимающие участие в работе совета директоров, но не руководящие компанией напрямую – не наделены исполнительными полномочиями. В современном американском английском по отношению к исполнительному директору также используется термин inside director (внутренний управляющий) и термин outside director (внешний управляющий) – к директору, не наделенному исполнительными полномочиями.

5) Продукт, рынок и рыночные отношения

Продукт – это все, что можно обменять. Продукты могут быть материальными и удовлетворять желания человека или нематериальными, но также иметь важное значения для удовлетворения интересов потребителей. Продукты подразделяются на две категории: товары и услуги. Гамбургер, например, является товаром, а медицинский осмотр – услугой. Когда вы покупаете автомобиль – вы приобретаете товар, если же вам нужно отрегулировать карбюратор, вы приобретаете услугу. Таким образом, товар – реальный, вещественный, материальный объект, который производится и потребляется. Услуга – нематериальна, она предполагает продажу помощи или совета, или доставку товаров потребителю.

Понятие продукта основывается на концепции рынка. Сегодняшний рынок – продолжение давней идеи о рынке как месте, куда люди приходили, чтобы продать или купить товары. В былые времена под рынок отводилась часть города и по определенным рыночным дням люди проезжали многие километры, чтобы продать или купить различные товары. Сегодня же нет необходимости в наличие постоянного географического положения любого рынка, например рынка золота или хлопка. Такой рынок – система операций, в которой устанавливается взаимосвязь между операциями различных физических и юридических лиц с данным товаром.

Некоторые приходят на рынок, чтобы купить (покупатели), другие – чтобы продать (продавцы). Рынок образуется, когда происходит обмен между теми, кто готов поставлять товары для обмена, и теми, кто выражает намерение использовать, контролировать и потреблять товары или услуги.

Спрос и предложение – факторы, определяющие цену на любом рынке. Предложение – количество товаров и услуг, которое продавцы готовы продать по различным ценам в данном месте и в данное время. Спрос – общее количество товаров и услуг данной категории, которые физические и юридические лица готовы приобрести в данном месте и в данное время.

Рынок позволяет перенаправлять товары от продавцов покупателям. А что, если продавцы хотят продать больше, чем нужно покупателям? Или если покупатели хотят приобрести больше, чем предлагаю продавцы?

Избыточное предложение – ситуация, когда предложение товара по данной цене превышает спрос. Избыток спроса - ситуация, когда спрос на товар по данной рыночной цене выше объема предложения.

Рынок находится в равновесии, когда объем товаров, который продавцы готовы предложить по данной рыночной цене точно соответствует объему товаров, которые покупатели готовы приобрести по такой же рыночной цене.

Значение равновесия в том, что только при равновесной цене интересы покупателей точно совпадают с интересами продавцов.

6) Финансы

Финансы – функциональный отдел компании, отвечающий за привлечение, управление денежными средствами и осуществление контроля их использования. В большинстве компаний есть финансовый менеджер или финансовый отдел, отвечающий за ее финансовые операции. Финансовый менеджмент реализует следующие финансовые функции:

Планирование

Взыскивание денежных средств (управление кредитными операциями)

Бюджетирование

Аудит

Привлечение денежных средств

Управление налогами

Контроль над использованием денежных средств

Консультирование руководителей по финансовым вопросам.

Таким образом, основными задачами финансового менеджера являются привлечение, планирование, контроль денежных средств и наиболее эффективное их использование.

Несомненно, без тщательно рассчитанных финансового плана и бюджета у организации мало шансов добиться успеха.

Привлечение денежных средств – важная часть финансовой деятельности, поскольку объем необходимых денежных средств и их источники являются ключевыми вопросами для качественного финансового менеджмента.

Финансовый контроль заключается в периодическом пересмотре и сопоставлении текущих доходов, расходов и затрат компании с их прогнозными значениями.

Управление кредитными операциями позволяет компании получать доходы по процентам от выдачи кредитов и займов.

Управление налогами – прогнозирование возможных налоговых последствий различных финансовых операций.

И, в заключении, финансовые специалисты обеспечивают руководителям помощь в принятии решении. Вся эта деятельность основывается в значительной степени на информации, содержащейся в бухгалтерской отчетности.

1. Обращающиеся на рынке краткосрочные долговые обязательства крупных компаний, не имеющие специального обеспечения [↑](#footnote-ref-1)
2. Форма расчетов, при которой покупатель периодически оплачивает задолженность [↑](#footnote-ref-2)
3. **Трастовые операции -** это операции коммерческих банков и специальных финансовых институтов, направленные на управление имуществом и осуществление других услуг по поручению клиента и в его интересах. [↑](#footnote-ref-3)