

Финансы устный семинар

Студенты У18-6 (5 группа)
Красавин Никита, Муляев
Константин, Санджиев
Санджи, Прохорова
Александра, Козлова
Валерия, Гришина Дарья

Финансовое распределение как процесс определения направлений и пропорций использования денежных средств.

Распределение финансовых ресурсов - это определение пропорций направления финансовых ресурсов на формирование дополнительных активов и другие цели, обеспечивающие развитие предприятия в предстоящем периоде.

в процессе формирования политики распределения финансовых ресурсов необходимо учитывать противоположные мотивации собственников предприятия (акционеров, участников) — получение высоких текущих доходов или значительное увеличение их размеров в перспективе.

Финансовое распределение как процесс определения активов и обязательств, выраженных в денежной форме, в соответствии с целями субъектов экономической деятельности.

достижение целей экономическими субъектами посредством перемещения стоимостной формы активов и обязательств. В процессе финансового распределения субъекты хозяйственной деятельности выявляют необходимые материальные активы, суммы денежных средств и финансовые инструменты с одной стороны, и требуемые займы, кредиты и иные пассивы с другой.

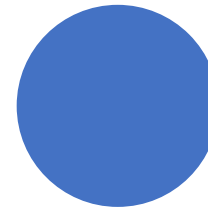
- На микроуровне происходит процесс вычленения из состава валового дохода конкретных форм денег как средств обращения и платежа, финансовых вложений (ценные бумаги, проценты, дивиденды по ценным бумагам, кредиты, субсидии и др.) и формирование запасов.
- На макроуровне финансовые отношения, возникающие в результате распределения стоимости НДС с помощью таких инструментов, как налоги, сборы, пошлины, а также получения государством мобилизованных средств (доходы от госпредприятий, приватизации, внешнеэкономической деятельности, эмиссии ценных бумаг и денег, госкредита, реализации части национального богатства), обеспечивают формирование централизованных средств государства и образование на их основе общегосударственных фондов, имеющих целевой характер расходования.

- Целью финансовой политики коммерческой организации является максимизация прибыли.

Ключевыми задачами финансовой политики КО являются:

- – выявление возможных источников финансирования деятельности КО;
- – формирование взвешенной учетной политики;
- – обоснование направлений использования финансовых ресурсов, способствующих достижению целей уставной деятельности КО;
- – минимизация финансовых рисков коммерческой организации.

Цель и задачи финансового распределения в коммерческой организации.



Цель, принципы и формы финансового распределения на макроэкономическом уровне.

- Целью финансового распределения на макроуровне является рост подушевого ВВП и национального дохода, рост национального богатства.
- Финансовое распределение на макроуровне организуется с помощью следующих базовых принципов: отчётный характер деятельности, обязательное наличие нормативно-правового обеспечения, принцип стратегического долгосрочного планирования; любой шаг должен быть направлен на выполнение цели распределения государственных финансов, всё несоответствующее отсекается (последовательность); делегирование полномочий среди звеньев гос. аппарата.
- Формы распределения государственных финансов: безвозмездное финансирование (дотации (межбюджетные трансферты, предоставляемые бесплатно и на условиях безвозвратности), субвенции, субсидии, компенсации, социальные пенсии, гарантированные выплаты, льготы) и кредитование. Нужды и потребности государственных и муниципальных образований удовлетворяются за счет бюджетных средств и внебюджетных источников, которые мобилизуются под конкретные цели и задачи.

Результативность как критерий оценки эффективности финансового распределения и перераспределения.

- Реализация финансовой политики также должна предусматривать рост финансовых ресурсов, находящихся в распоряжении субъектов хозяйствования, способствовать созданию прочной финансовой основы.
- Итогом деятельности финансового распределения и перераспределения является улучшение результатов организации, повышение ее экономических показателей. Таким образом, на основе полученных результатов (уровень прибыли, рентабельности) мы можем сделать вывод об эффективности проводимой политики распределения/перераспределения.

Специфика финансового распределения в домашних хозяйства в зависимости от модели потребительск ого поведения.



Модели финансового поведения

Понятие поведения потребителей

В общем виде под **потребительским (покупательским) поведением** следует понимать процесс формирования спроса покупателей, которые осуществляют выбор товаров и услуг, опираясь на целый ряд факторов субъективного и объективного характера. Иначе его определяют как систему социальных действий, направленную на удовлетворение человеческих потребностей

Сущность потребительского поведения заключается в том, что попадая в определённую среду рынка, потребители вынуждены изыскивать способы удовлетворения своих потребностей и в каждом конкретном случае предложения товаров и услуг принимать решение об их покупке или отказа от нее.

Считается, что поведение потребителей тесно связано с системой ценностных установок личности. Более того, свое влияние (порой разнонаправленное) на него оказывают культурные, психологические, социальные, экономические и иные факторы.

Базовые модели потребительского поведения

Экономическая

Экономическая модель предполагает, что в процессе принятия решения о покупке или отказа от него потребитель руководствуется исключительно прагматическими соображениями, опираясь на личные представления о степени выгоды совершаемой покупки и максимальной полезности приобретаемых товаров.

Социологическая

В основе модели социологического толка лежит предположение о том, что определяющую роль в поведении потребителей играет общественная среда, в которой живет индивид или к которой он бы хотел принадлежать.

Психологическая

Особая роль в психологической модели отводится оценке правильности выбора продукции со стороны потребителя. В том случае, если эта оценка положительна, приверженность к товару повышается, а если отрицательна, то, наоборот, ослабляется.

Базовые модели потребительского поведения

Экономическая

Основопологающими факторами, определяющими характер потребительского решения, в данной модели выступают:

- цена продаж;
- уровень доходов покупателя;
- эксплуатационные расходы и пр.

Социологическая

Основными факторами потребительского поведения в данной модели считаются:

- социальные классы
 - культура общества.
- Особое влияние на поведение покупателей оказывают их семья, друзья, референтные группы, социальные статусы и роли.

Психологическая

В соответствии с психологической моделью реальное поведение покупателей определяется такими факторами, как:

- тип личности;
- жизненный опыт;
- восприятие внешнего мира;
- целевые установки и убеждения;
- самомнение (самопредставление и самооценка)

Современные модели потребительского поведения

«Общий вагон»

Модель «общего вагона» основана на приверженности потребителей к группе, вызывающей у них стремление быть похожими на остальных. В этом случае речь идет о создании эффекта массовости, когда потребители покупают товар не потому что он им действительно необходим, а потому, что они хотят быть как все.

«Сноб»

Модель «сноба» прямо противоположна модели «общего вагона». Она предполагает, что в основе принятия потребителем решения о покупке лежит возможность выделиться из общей массы, то есть стать не таким как все.

Демонастративное

Демонстративное потребительское поведение основано на выборе продукции по цене, то есть потребитель считает, что качество товаров и услуг тем выше, чем дороже они стоят. Соответственно с ростом цен увеличивает и спрос на продукцию.

«Цена-качество»

В основе модели «цена-качество» лежит постулат о том, что не все дорогие продукты характеризуются высоким качеством. Соответственно, при совершении потребительского выбора особое внимание уделяется качественным характеристикам продукции, а не их цене.

«Верность бренду»

Верность к бренду предполагает, что потребители будут выбирать ту марку, которой они доверяют, которую знают и к которой они уже привыкли.

Специфика финансового распределения домашних хозяйств

Финансовое распределение в зависимости от базовых моделей потребительского поведения

Экономическое

В рамках экономической модели в качестве основных источников в основном используются собственные доходы, ресурсы направлены на наиболее выгодные (с экономической точки зрения) покупки, влияние бренда и других нематериальных стимулов ограничено к минимуму. Свободные средства инвестируются в недвижимость, ценные бумаги, валюту и т.д.

Социологическое

В рамках социологической модели большую роль в потребительском поведении играют устоявшиеся стереотипы и традиции, основными источниками также выступают собственные доходы. Покупки совершаются неспонтанно, а осознанно, однако чаще всего они оказываются экономически невыгодными. В российской действительности таким стереотипом является необходимость владеть собственным жильем (получение ипотеки), даже если есть большая вероятность переехать в другую страну.

Финансовое распределение в зависимости от базовых потребительского поведения

Психологическое

Для данного типа характерны импульсивные и незапланированные покупки, высока доля займов в основных источниках. Инвестирование возможно только лишь в случае глобальной на нее моды (1950-е года в США). Финансовое распределение становится полностью стихийным и теряет свою первоначальную функцию, поддержка и развитие финансового положения домашнего хозяйства.