

## Оглавление

Предисловие	3
<b>Раздел 1. Фирма как организация по преобразованию ресурсов, производству товаров и оказанию услуг</b>	<b>7</b>
<b>Глава 1. Общая характеристика фирмы: цели, задачи, функции и структура</b>	<b>8</b>
1.1. Понятие фирмы, ее общая характеристика	8
1.2. Цели и задачи фирмы, ее функции и структура	11
1.3. Роль малых и средних фирм в развитии экономики	14
<b>Глава 2. Фирма как основной субъект предпринимательской деятельности</b>	<b>18</b>
2.1. Сущность предпринимательской деятельности и ее субъекты	18
2.2. Виды предпринимательства и их развитие	26
2.2.1. Производственное предпринимательство	26
2.2.2. Коммерческое предпринимательство	31
2.2.3. Финансовое предпринимательство	35
2.2.4. Консультативное предпринимательство	36
2.3. Современные формы предпринимательской деятельности в России	43
2.4. Особенности организации предпринимательской деятельности за рубежом	47
<b>Глава 3. Организационная структура фирмы и принципы управления</b>	<b>52</b>
3.1. Организационная структура фирмы	52
3.2. Важнейшие принципиальные положения современного управления	62
3.3. Главные критерии системы управления: конкурентоспособность и эффективность	68
<b>Глава 4. Инновационный характер фирмы. Система инновационных коммуникаций</b>	<b>76</b>
4.1. Связь предпринимательского характера фирмы с инновациями. Сущность инноваций	76
4.2. Виды инноваций, основные этапы их разработки	79
4.3. Преимущества малых фирм в осуществлении инновационных проектов	84
4.4. Оценка эффективности инновационных проектов	90
4.5. Система инновационных коммуникаций и ее развитие в современных условиях	95
<b>Глава 5. Научно-техническое развитие и инвестиции фирмы</b>	<b>111</b>
5.1. Научно-техническое развитие фирмы — основа повышения эффективности ее деятельности	111
5.2. Основные направления научно - технического развития фирмы	115
5.3. Сущность инвестиций и характеристика инвестиционного процесса	118
5.4. Инвестиционные отношения участников инноваций	125

<b>Раздел II. Обеспечение устойчивого развития фирмы</b>	<b>133</b>
<b>Глава 6. Стратегическое развитие фирмы</b>	<b>134</b>
6.1. Значение и сущность стратегического управления	134
6.2. Стратегическое планирование. Программы и проекты развития	144
6.3. Стратегические изменения в фирме	150
<b>Глава 7. Ресурсное обеспечение фирмы: основные фонды, оборотные средства, трудовые ресурсы</b>	
7.1. Ресурсы фирмы	156
7.2. Износ, амортизация и совершенствование основных фондов	162
7.3. Показатели и пути улучшения использования основных производственных фондов	168
7.4. Оборотные средства фирмы	175
7.5. Оценка использования и пути экономии элементов оборотных фондов на фирме	178
7.6. Значение и пути ускорения оборачиваемости оборотных средств	189
7.7. Трудовые ресурсы и управление персоналом фирмы	195
<b>Глава 8. Экономические затраты и результаты деятельности фирмы.</b>	
<b>Издержки производства и себестоимость продукции</b>	<b>217</b>
8.1. Затраты и результаты деятельности фирмы	217
8.2. Классификация затрат на производство продукции и планирование себестоимости	219
8.3. Зарубежный опыт определения издержек производства	223
8.4. Важнейшие пути снижения затрат на производство продукции	230
<b>Глава 9. Прибыль как результат и цель функционирования фирмы</b>	<b>235</b>
9.1. Понятие прибыли	235
9.2. Резервы повышения прибыли	237
9.3. Факторы, влияющие на величину прибыли	256
<b>Глава 10. Ценообразование на продукцию и услуги фирмы</b>	<b>259</b>
10.1. Ценовая политика фирмы при затратном ценообразовании	259
10.2. Показатели деятельности фирмы при рыночном ценообразовании	266
10.3. Распределение постоянных затрат между товарными позициями продукции	274
<b>Раздел III. Внешние связи фирмы</b>	<b>285</b>
<b>Глава 11. Взаимодействие фирмы с государством</b>	<b>286</b>
11.1. Внешняя среда функционирования фирмы	286
11.2. Виды взаимодействия фирмы с государством	
11.3. Проблемы государственной поддержки развитие предприятий и фирм в России	
11.3.1. Система государственной поддержки малого бизнеса	
<b>Глава 12. Маркетинг, изучение рынков, товаров и услуг</b>	
12.1. Сущность и содержание маркетинга	

- 12.2. Процесс управления маркетингом на фирме
- 12.3. Анализ рынков и рыночных возможностей фирмы
- 12.4. Сегментирование и отбор целевых рынков
- 12.5. Инструменты маркетинга
  - 12.5.1. Разработка товаров, товарных марок, упаковки, услуг
  - 12.5.2. Установление цен на товары: задачи и политика ценообразования на фирме
  - 12.5.3. Методы распространения товаров: каналы распределения, товародвижение, розничная и оптовая торговля
  - 12.5.4. Продвижение товаров на рынке
- 12.6. Осуществление маркетинговых мероприятий: стратегия, планирование, контроль

### **Глава 13. Управление запасами и движением товаров. Логистические системы**

- 13.1. Организация материально-технического обеспечения на предприятии, фирме
  - 13.1.1. Инфраструктура материально-технического обеспечения
  - 13.1.2. Организационная структура управления материально-техническим обеспечением
- 13.2. Планирование материально - технического обеспечения
- 13.3. Условия поставок материальных ресурсов
- 13.4. Управление запасами
  - 13.4.1. Основные принципы процессов управления запасами и их оптимизация
  - 13.4.2. Разновидности моделей управления запасами 346
  - 13.4.3. Анализ использования запасов 350
  - 13.4.4. Анализ оборачиваемости запасов 352
- 13.5. Планирование доставки материалов 353
- 13.6. Коммерческая логистика 354
- 13.7. Выбор поставщика 356

## **Раздел IV. Институциональный контроль деятельности фирмы 361**

- Глава 14. Мониторинг производственно-хозяйственной деятельности 362**
  - 14.1. Контроль исполнения плановых заданий 362
  - 14.2. Оценка отклонений от плана 369
- Глава 15. Налогообложение фирмы 374**
  - 15.1. Общая характеристика налоговой системы 374
  - 15.2. Налог на добавленную стоимость 378
  - 15.3. Акцизы 387
  - 15.4. Налог с продаж 393
  - 15.5. Налог на прибыль 400
  - 15.6. Налог на имущество предприятия 412
  - 15.7. Ответственность налогоплательщика за налоговые правонарушения 417
- Глава 16. Механизм несостоятельности и банкротства фирмы 422**
  - 16.1. Банкротство фирм — атрибут рыночной экономики 422
  - 16.2. Процедура банкротства 428
  - 16.3. Мониторинг несостоятельности фирм 432
- Заключение 440**
- Терминологический словарь 441**