

Б1.О.19

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА)

Учебная дисциплина	Предпринимательство
По направлению подготовки	42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Профиль (программа бакалавриата)	«Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях»
Форма обучения	Очно-заочная

Оценочные материалы (средства) дисциплины рассмотрены (актуализированы) и утверждены на заседании кафедры экономики и финансов

Протокол заседания № 10 от «22» мая 2026 г.
Заведующий кафедрой Мизюн Владимир Анатольевич

Оглавление

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ И ЭТАПЫ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	3
2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ ФОРМИРОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	9
3. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	37
4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	50
5. ДИАГНОСТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ УРОВЕНЬ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	64
6. ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ.....	67

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ И ЭТАПЫ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы (средства) по дисциплине «Предпринимательство» сформированы на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования-бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации №512 от 08.06.2017 г. и учебного плана направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль (программа бакалавриата) «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях».

В соответствии с матрицей компетенций основной профессиональной образовательной программы бакалавриата, профиль «профиль «Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях», в процессе обучения по дисциплине «Предпринимательство» происходит формирование закрепленных за дисциплиной компетенций обучающихся. Оценка сформированности компетенций на каждом этапе обучения происходит через оценку планируемых результатов обучения по дисциплине (знаний, умений, навыков).

Результаты освоения образовательной программы (компетенции)	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Этапы формирования компетенции (семестры, темы)	Оценочные средства
УК-1- Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.	УК-1.1- Осуществляет поиск, критический анализ и обобщение информации для решения поставленных задач	Знать: - принципы сбора, отбора и обобщения информации, необходимой для разработки бизнес-плана; Уметь: - анализировать и систематизировать разнородные данные; Владеть: - навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками;	Раздел 1. Бизнес-план в системе управления бизнесом. Тема 1. Предпринимательство и его место в современной экономике. Правовые основы и организационно-правовые формы предпринимательской деятельности. Тема 2. Предпринимательское проектирование и бизнес-план. Тема 3. Прогнозирование и планирование в условиях рынка. Тема 4. Сущность и содержание бизнес-планирования. <u>Бизнес-ориентирующая воспитательная работа:</u> предпринимательская деятельность и бизнес-планирование.	Устный опрос, проверка практических заданий, оценка выступления (докладов презентаций) групп с частью бизнес-плана и проверка соответствующих разделов бизнес-планов

	УК-1.2- Анализирует поставленную задачу и предлагает варианты ее решения с применением принципов системного подхода	Знать: - методики системного подхода для решения профессиональных задач. Уметь: - анализировать и оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в процессе бизнес-планирования. Владеть: - методами принятия решений в процессе бизнес-планирования.	Раздел 2. Структура и содержание разделов бизнес-плана, маркетинговые исследования Тема 5. Назначение бизнес-плана. Структура бизнес-плана	
УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1. Проявляет экономическую культуру в различных областях жизнедеятельности	Знать: - теоретические основы, задачи, принципы и этапы бизнес - планирования на предприятии; - содержание, структуру и последовательность разработки бизнес-плана; - законодательные и нормативные правовые акты, регламентирующие предпринимательскую деятельность организаций; Уметь: - разрабатывать бизнес-планы конкретных проектов; Владеть: - методикой бизнес-планирования предпринимательской деятельности и навыками разработки бизнес-планов предприятия	Раздел 1. Бизнес-план в системе управления бизнесом. Тема 1. Предпринимательство и его место в современной экономике. Правовые основы и организационно-правовые формы предпринимательской деятельности. Тема 2. Предпринимательское проектирование и бизнес-план. Тема 3. Прогнозирование и планирование в условиях рынка. Тема 4. Сущность и содержание бизнес-	Устный опрос, проверка практических заданий, оценка выступления (докладов презентаций) групп с частью бизнес-плана и проверка соответствующих разделов бизнес-планов

			планирования. <u>Бизнес-ориентирующая воспитательная работа:</u> предпринимательская деятельность и бизнес-планирование.	
	УК-9.2. Принимает обоснованные экономические решения в профессиональных задачах	Знать: - состав и назначение финансовых ресурсов предприятия, структуру доходов и расходов предприятия, их классификацию; - понятие и сущность себестоимости продукции (услуги) как экономической категории, ее виды, резервы и факторы снижения себестоимости; - основные принципы и задачи учета затрат и калькулирования себестоимости продукции компании; - виды рисков в проекте, методы их анализа и оценки, снижения уровня рисков. Уметь: - использовать прикладные программы, применяемые для разработки бизнес-планов; Владеть: - навыками организации бизнес-планирования для обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана; - современными методами планирования и управления в бизнесе	Раздел 2. Структура и содержание разделов бизнес-плана, маркетинговые исследования Тема 5. Назначение бизнес-плана. Структура бизнес-плана Раздел 3. Проектная часть бизнес-плана Тема 7. Составление плана производства	

ОПК-4- Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1- Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.	Знать: - методы сбора и анализа социологических данных о запросах и потребностях общества и отдельных аудиторных групп Уметь: - использовать инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов в рамках бизнес-плана; - Владеть: - навыками использования основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий.	Раздел 1. Бизнес-план в системе управления бизнесом. Тема 1. Предпринимательство и его место в современной экономике. Правовые основы и организационно-правовые формы предпринимательской деятельности. Тема 2. Предпринимательское проектирование и бизнес-план. Тема 3. Прогнозирование и планирование в условиях рынка. Тема 4. Сущность и содержание бизнес-планирования. <u>Бизнес-ориентирующая воспитательная работа:</u> предпринимательская деятельность и бизнес-планирование. Раздел 2. Структура и содержание разделов бизнес-плана, маркетинговые исследования Тема 5. Назначение бизнес-плана. Раздел 3.	Устный опрос, проверка практических заданий, оценка выступления (докладов презентаций) групп с частью бизнес-плана и проверка соответствующих разделов бизнес-планов
--	---	--	--	---

			Проектная часть бизнес-плана Тема 7. Составление плана производства Структура бизнес-плана	
	ОПК-4.2-Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	Знать: - методы анализа внешней среды в процессе бизнес-планирования. Уметь: - осуществлять разработку бизнес-плана в соответствии с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп Владеть: - навыками учета основных характеристик целевой аудитории в процессе бизнес-планирования. -	Раздел 2. Структура и содержание разделов бизнес-плана, маркетинговые исследования Тема 6. Исследование и анализ рынка, план маркетинга. Раздел 3. Проектная часть бизнес-плана Тема 8. Разработка организационного плана Тема 9. Разработка финансового плана Тема 10. Оценка эффективности и рисков	

2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ ФОРМИРОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Для проверки и закрепления знаний обучающиеся на занятиях должны участвовать в обсуждении с преподавателем по каждой из тем после прослушивания лекционного материала, выполнения практических и тестовых заданий, групповых практических работ (формирование определенных частей бизнес-планов и докладов-презентаций к ним) по темам 1-10 и подготовки к промежуточной аттестации. Практические работы выполняются в группах по 5-6 человек.

Средство оценки результатов обучения – «устный опрос – участие в обсуждении»

Раздел 1. Бизнес-план в системе управления бизнесом.

Тема 1. Предпринимательство и его место в современной экономике. Правовые основы и организационно-правовые формы предпринимательской деятельности.

1. Понятие предпринимательства. Основные признаки и черты предпринимательской деятельности.
2. Определение сущности предпринимательской деятельности в законодательных актах. Экономические, социальные и правовые условия предпринимательской деятельности.
3. Функции предпринимательства. Основные ресурсы и факторы бизнеса. Содержание и структура предпринимательской деятельности.
4. Основные признаки классификации предпринимательства. Типы и виды предпринимательства. Малый бизнес и условия его развития. Роль малого бизнеса в развитии экономики. Критерии определения субъектов малого предпринимательства.
5. Особенности, преимущества и недостатки деятельности малых предприятий. Система поддержки малого предпринимательства. Государственные и негосударственные структуры по поддержке малого бизнеса.
6. Роль малого предпринимательства в экономике.
7. Предпринимательская деятельность на рынке ценных бумаг.
8. Предпринимательская деятельность на рынке банковских услуг. Предпринимательская деятельность на рынке страховых услуг.
9. Посредническое предпринимательство. Предпринимательская деятельность в области экономики и бухгалтерского учета.

10. **Гражданский кодекс Российской Федерации (предпринимательская деятельность; объекты и субъекты предпринимательской деятельности; виды предпринимательской деятельности по количеству собственников, по характеру объединения).**
11. **Налоговый кодекс РФ (федеральные, региональные и местные налоги).**
12. **Трудовой кодекс РФ (трудовые отношения между работниками и работодателями). Федеральный закон от 6 июля 2007 года «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (малый, средний и крупный бизнес; микропредприятия). Федеральный закон от 8 августа 2001 г. N 129-ФЗ "О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей».**
13. Юридические и физические лица. Товарищества и общества: полное товарищество, товарищество на вере, общество с ограниченной ответственностью, акционерное общество, дочерние и зависимые общества.
14. Производственные кооперативы. Предпринимательская деятельность без образования юридического лица. Основные принципы создания и функционирования индивидуальной предпринимательской деятельности. Принятие решений.
15. Ведение документации и отчетности. Как заполнять формы отчетности. Бухгалтерская отчетность.

Тема 2. Предпринимательское проектирование и бизнес-план.

1. Современные направления инноваций и инновационное предпринимательство.
2. Системный анализ и проектирование (планирование) предпринимательской деятельности и его значение в современной экономике.
3. Экспертиза предпринимательского бизнес-проекта по разделам: содержание и структура проекта, ценностно-смысловые основы деятельности участников проекта, компетентности участников проекта.

Тема 3. Прогнозирование и планирование в условиях рынка

1. Рыночная экономика и объективная необходимость планирования на макро- и микроуровнях.
2. Система планирования в условиях рынка как основной метод и составная часть управления экономикой.
3. Прогнозирование в рыночной экономике: понятие, содержание, роль и значение; взаимосвязь прогнозирования и планирования.
4. Роль и место планирования в управлении предприятием. Планирование как наука и вид экономической деятельности. Сущность и структура объектов планирования.

5. Предмет планирования. Временные границы планирования. Экономический механизм управления предприятием.
6. Система планов: перспективное, среднесрочное, текущее планирование. Бизнес-план предприятия.

Тема 4. Сущность и содержание бизнес-планирования

1. Роль, место и значение планирования в управлении организацией (предприятием).
2. Предмет планирования. Сущность и структура объектов планирования в организации.
3. Возможность и необходимость планирования в условиях рыночных отношений.
4. Значение бизнес-плана в современных условиях.
5. Бизнес-ориентирующая воспитательная работа: предпринимательская деятельность и бизнес-планирование. Роль и место предпринимательства в экономике.
6. Содержание предпринимательской деятельности. Классификация предпринимательской деятельности.
7. Молодежное предпринимательство. Понятие бизнеса как инициативной экономической деятельности.
8. Объекты бизнеса. Нормативно-законодательная база для организации бизнеса.
9. Планирование как инструмент для обеспечения динамичного развития бизнеса. Понятие и содержание бизнес-планирования.

Раздел 2. Структура и содержание разделов бизнес-плана, маркетинговые исследования.

Тема 5. Назначение бизнес-плана. Структура бизнес-плана

1. Цели и задачи бизнес-планирования.
2. Типология бизнес-планов развития организации.
3. Обзор подходов к формированию бизнес-плана.
4. Содержание и применение бизнес-плана.
5. Структура бизнес-плана.
6. Краткая характеристика основных частей бизнес-плана.
7. Титульный лист бизнес-плана. Резюме.
8. Уникальность бизнеса.
9. Описание компании и ее стратегический план.
10. Планируемая стратегия фирмы: вход на рынок или его развитие через анализ факторов, условий, слабых мест в действиях конкурентов.
11. Описание отрасли экономической деятельности и рынка сбыта, его структуры, емкости,

темпов роста.

12. Анализ конкурентных преимуществ собственного бизнеса.
13. Прогноз финансовых результатов.
14. Требуемая сумма инвестиций.
15. Особенности структуры резюме бизнес-плана нового и действующего бизнеса.
16. Примерная форма резюме.

Тема 6. Исследование и анализ рынка, план маркетинга.

1. Маркетинговые исследования рынка продуктов (товаров, услуг).
2. Прогноз конъюнктуры рынка.
3. Описание продукта, целевой рынок, позиционирование.
4. Жизненный цикл продукта.
5. Анализ спроса.
6. Анализ маркетинговой среды: конкуренты, SWOT-анализ.
7. Прогноз коммерческой деятельности анализируемых фирм-конкурентов.
8. Общая стратегия маркетинга: рыночная стратегия бизнеса, описание и анализ особенностей потребительского рынка, влияние внешних факторов на объем и структуру сбыта.
9. Анализ продаж за предшествующий период.
10. Сегментация рынка.
11. Определение емкости рынка.
12. Прогноз развития рынка.
13. Планирование ассортимента.
14. Оценка конкурентоспособности товара.
15. Планирование цены.
16. Прогнозирование величины продаж.
17. Разработка собственной ценовой политики фирмы, а также сравнение с ценовой стратегией конкурентов.
18. Анализ системы ценовых скидок как инструмента стимулирования реализации.
19. Сравнительный анализ эффективности методов реализации.
20. Структура собственной торговой сети.
21. Политика по послепродажному обслуживанию и предоставление гарантий.
22. Реклама и продвижение товара на рынок.

Раздел 3. Проектная часть бизнес-плана.

Тема 7. Составление плана производства

1. Описание бизнес-процессов производства продукта/ продажи товара/ оказания услуг.

2. Производственная программа.
3. Расчет потребности в основных фондах.
4. Расчет потребности в оборотных средствах.
5. Расчет потребности в трудовых ресурсах.
6. Смета расходов и калькуляция себестоимости продукции, товаров, услуг.
7. Расчет точки безубыточности и запаса прочности.
8. Расчет производственной мощности.
9. Планирование выпуска продукции.
10. Управление издержками и расчет себестоимости.

Тема 8. Разработка организационного плана

1. Собственность и ее роль в организации бизнеса.
2. Организационно-правовые формы предпринимательства в соответствии с Гражданским кодексом РФ.
3. Экономическое обоснование создания, реорганизации предприятия.
4. Организационная структура, экономическое обоснование и оценка эффективности.
5. Управленческая команда и персонал.
6. Планирование потребности в персонале.
7. Планирование трудоемкости производственной программы.
8. Расчет и анализ баланса рабочего времени.
9. Планирование производительности труда.
10. Состав средств на оплату труда.
11. Анализ фонда заработной платы.
12. Планирование фонда заработной платы.
13. Планирование снижения себестоимости продукции.
14. Планирование сметы затрат на производство продукции.

Тема 9. Разработка финансового плана

1. Финансы предпринимательской организации.
2. Управление финансами: финансовый механизм, финансовые методы, финансовые ресурсы, финансовые рычаги.
3. Оценка эффективности предпринимательской деятельности: принципы и методы.
4. Цели, задачи и функции финансового планирования.
5. Содержание финансового плана.
6. Анализ финансового положения.
7. Планирование доходов и поступлений.
8. Планирование расходов и отчислений.

9. Привлечение кредитов и анализ их эффективности.
10. Источники финансирования ресурсов предприятия и их соотношение.
11. Капитальные/инвестиционные затраты.
12. Формы и источники финансирования проекта.
13. Текущие расходы проекта.
14. Система налогообложения. Анализ эффективности инвестиций.
15. Срок полного возврата вложенных средств и получение дохода от них.
16. Составление графика безубыточности по материалам бизнес-плана.
17. Баланс доходов и расходов фирмы.
18. Составление календарного финансового плана.
19. Планирование и управление движением денежных средств.

Тема 10. Оценка эффективности и рисков

1. Методы оценки эффективности проектов.
2. Показатели эффективности.
3. Методы оценки рисков проекта.
4. Хозяйственный риск: сущность, место и роль в планировании.
5. Виды потерь и риска: материальные, трудовые, финансовые, времени.
6. Внешние и внутренние риски.
7. Показатели риска и методы его оценки.
8. Методы снижения риска: страхование, поручительство, распределение риска, резервирование средств.
9. Анализ и планирование риска.
10. Использование программных средств при подготовке и анализе бизнес-плана.
11. Основные ошибки, встречающиеся в бизнес-планах.
12. Методика проверки информации, представленной в бизнес-плане.
13. Форма представления (презентация) и экспертиза бизнес-плана.

Критерии оценивания устного ответа:

- выставляется оценка «зачтено», если видно, что обучающийся владеет информацией по заданной теме, чётко отвечает на вопросы, умеет делать необходимые выводы по имеющемуся материалу;
- выставляется оценка «не зачтено», если обучающийся не может чётко ответить на вопрос преподавателя, умеет делать выводы, но не может их доказать.

Порядок проведения промежуточной и итоговой аттестации по дисциплине для инвалидов и лиц с ОВЗ предусмотрен Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Средство оценки результатов обучения – практическое задание

Для проверки и закрепления знаний преподаватель даёт обучающимся выполнить практические задания по темам 1-10 после прослушивания и обсуждения лекционного материала. Задачи могут решаться как индивидуально, так и в группах.

Семестр 5.

Задание 1. Оцените и проанализируйте сильные и слабые стороны предприятия-инициатора бизнес-проекта, товаров (работ, услуг) планируемых к производству и реализации, дайте характеристику отрасли, в которой работает предприятие, оцените степень конкуренции и уровень доходности в отрасли.

Задание 2. Проведите анализ сильных и слабых сторон конкурентов и собственного бизнеса. Оцените рынки сбыта. Приведите примеры возможных каналов распределения товаров. Составьте план продаж в натуральных и денежных измерителях

Семестр 6.

Задание 3. Составьте план производства в натуральных и денежных измерителях и укажите факторы, влияющие на падение и рост объема производства и продаж конкретного вида продукции, работ или услуг. Рассчитайте потребность в основных фондах, сырье и материалах необходимых для ведения бизнеса, а также сумму амортизации по объектам основных фондов.

Задание 4. Нарисуйте организационную структуру будущего предприятия, рассчитайте потребность в работниках по категориям и фонд заработной платы в месяц.

Задание 5. Определите постоянные и переменные затраты на единицу продукции, точку безубыточности бизнеса, валовой прибыли на единицу и общую рентабельность производства при загрузке мощностей на 75 и 100% соответственно. Составьте калькуляцию продукции, работ, услуг.

Задание 6. Составьте прогнозный план движения денежных средств и рассчитайте финансовые показатели деятельности бизнеса с учетом риска и неопределенности исходной информации.

Задание 7. Определите, на каком уровне должен быть запланирован объем дополнительных продаж в связи со снижением цены продукта, чтобы компенсировать потери

дохода предприятия и не повышать риска его банкротства.

Дано: Маркетинговые исследования, проведенные в ходе разработки сбытовой программы предприятия, показали, что для сохранения в планируемом периоде конкурентоспособности продукта по цене необходимо снизить его продажную цену с 220 руб. до 205 рублей. Плановые переменные издержки продукта (прямые плюс переменная часть накладных) ожидаются в сумме 95 рублей. Известно, что постоянная составляющая плановых накладных издержек на годовой выпуск продукта не превысит 40 000 тыс. рублей. Запланированный объем продаж продукта по цене 220 руб. составляет 550 тыс. штук. Для предприятий отрасли запас финансовой прочности находится в пределах 30%.

Задание 8. Сопоставьте (в %) изменение суммы покрытия с изменением цены продажи продукта за счет введения в планируемом периоде дополнительной скидки (с цены) в размере 5,95%. Рассчитайте необходимое в планируемом периоде для покрытия потерь дохода предприятия увеличение объема продаж в натуральном выражении при снижении цены товара.

Дано: Цена продажи товара запланирована в размере 233,92 д.е. Обычная практика предприятия при предоставлении клиентам скидок: 10% от продажной цены – скидка натурой; 5% от чистой выручки I – скидка за оплату наличными; 3% от чистой выручки II – бонусы. Ожидаемые в планируемом периоде продуктовые издержки: сырье и материалы – 60 д.е., заработная плата основных производственных рабочих – 44 д.е. Первоначально запланированный объем реализации продукта – 1000 штук.

Задание 9. Составьте плановую калькуляцию заказа, рассчитав цену предложения-нетто.

Дано: Клиент, от которого поступил на планируемый период заказ предприятию, является постоянным покупателем продукции предприятия. Прямые затраты заказа в планируемом периоде были определены с помощью специалистов отдела подготовки производства в следующей сумме (д.е.): сырье и материалы (основные) – 300; заработная плата основных производственных рабочих – 400; специальные прямые затраты: в производстве – 250; в сбыте – 55.

Специалистами планового отдела предприятия совместно с бухгалтерией определены плановые значения коэффициентов косвенных затрат(%): косвенные затраты в сфере материально-технического обеспечения – 15% от стоимости закупаемого сырья; косвенные затраты в сфере производства – 150% от заработной платы основных производственных рабочих; косвенные затраты в сфере управления – 5% от производственных затрат; косвенные затраты в сфере сбыта – 10% от производственных затрат. Для расчета плановой цены продажи на предприятии руководствовались следующим (%):

Надбавка на прибыль	– 20% к себестоимости заказа;
Скидки за долговременные хозяйственные связи (за «верность»)	– 3% в целевой цене продажи;
Скидки за количество	– 30% в цене-нетто.

Задание 10. Определите в планируемом (коротком) периоде: а) критическую выручку предприятия; б) минимальный размер суммы покрытия в процентах к выручке предприятия; в) плановую выручку предприятия с учетом желаемой суммы покрытия для случая, когда необходимый на период размер прибыли предприятия должен быть не ниже 10.000 тыс. руб.; г) минимальную цену единицы продукта; д) критический уровень постоянных расходов предприятия; е) критический объем выпуска при условии снижения цены на изделие и сохранении первоначально запланированной величины суммы покрытия.

Дано: Предприятие специализируется на производстве одного вида изделия, объем выпуска которого в отчетном периоде составил 3950 тыс. штук, а в планируемом периоде должен увеличиться на 20%. Первоначально сбытовая цена изделия планировалась в размере 200 руб., а переменные издержки – 175 руб. Позднее проведенный анализ конкурентоспособности изделия по цене показал необходимость ее снижения на 5%. Постоянные издержки предприятия, как свидетельствуют плановые расчеты на период, достигнут 100.000 тыс. руб. Выручка от реализации в планируемом периоде ожидается в сумме 948.000 тыс. руб.

Задание 11. Определите точку покрытия для многономенклатурного производства в планируемом (коротком) периоде. Ответьте на вопрос, как изменится точка покрытия, если запланированная структура выпуска изделий составит: 50% – изделие А, 35% – изделие В, 15% – изделие С.

Дано: Предприятие специализируется на выпуске трех изделий: А, В и С. Запланированные на период показатели производственно-сбытовой деятельности представлены в таблице:

Изделие	Сбытовая цена, руб.	Переменные издержки, руб.	Объем производства, штук
А	12	6	100.000
В	9	6	35.555
С	5	4	16.000

Постоянные затраты предприятия в планируемом периоде ожидаются в сумме 2 млн руб.

Задание 12. Сформируйте продуктовую программу предприятия на планируемый

(короткий) период а) по критерию прибыли; б) по критерию суммы покрытия.

Дано: Предприятие специализировалось в отчетном периоде на выпуске четырех продуктов: А, В, С и Д. В планируемом периоде суммарные постоянные издержки ожидаются в размере 7800 д.е., а суммарные затраты рабочей силы – 3900 чел.-ч. Время, необходимое для выпуска продукта А составит в планируемом периоде 1500 чел.-ч, продукта В – 900 чел.-ч, продукта С – 600 чел.-ч, продукта Д – 900 чел.-ч. Запланированная штучная сумма покрытия не превысит (д.е.): продукт А – 5000, продукт В – 2600, продукт С – 1000, продукт Д – 2000.

Задание 13. Определите, какое решение «производить самому» или «покупать на стороне» должно найти отражение в оперативном плане предприятия и размер обусловленной им выгоды. Ответьте на вопрос, какие нефинансовые факторы должны быть проанализированы специалистами-плановиками дополнительно, чтобы принять окончательное и взвешенное решение?

Дано: Специалисты планового отдела предприятия, изготавливающего двигатели для автомобилей и обычно собственными силами производящего все комплектующие узлы, опираясь на информацию отдела снабжения, установили, что в предстоящем (коротком) периоде появится возможность приобретать без каких-либо ограничений по количеству аналогичные комплектующие у поставщика по цене 2500 руб. за сборочный узел. Согласно плановым расчетам, в предстоящем периоде на продуктовую программу потребуется 10 тыс. единиц комплектующих. Собственные затраты предприятия по изготовлению одного узла ожидаются в следующих размерах (руб.): прямые материалы – 808; прямые затраты на рабочую силу – 700; оплата служащих и руководителей предприятия, арендная плата, отчисления на износ основных средств, налоги, расходы на содержание помещений и складов – 50.000.000; вспомогательные материалы, инструменты, топливо и энергия для технологических целей – 4000. Справочно: постоянные накладные издержки на предприятии принято разносить пропорционально прямым затратам на оплату труда. Для планируемого периода – это 150% прямых затрат на рабочую силу.

Задание 14. Разработайте гибкий бюджет издержек предприятия на короткий период. Проведите анализ отклонений, определитесь с их характером и предложите возможные корректировочные мероприятия.

Дано: Предприятие специализируется на выпуске одного вида продукции. Норма расхода материалов на его выпуск первоначально рассчитывалась в размере 10 кг на единицу продукта, а фактически составила – 10,8 кг. Расходы по основной заработной плате были запланированы в сумме 5 д.е. в расчете на единицу продукции, а фактические выплаты

составили – 5,75 д.е. Переменные накладные расходы планировались на весь товарный выпуск в сумме 1000 д.е., а фактически сложились в сумме 850 д.е. Постоянные накладные расходы первоначально были установлены в сумме 3000 д.е., а фактически достигли 3200 д.е.

Задание 15. Определите для планируемого (годового) периода оптимальный запас, минимальный уровень запаса, плановую общую стоимость запаса и планируемое число заказов материала для предприятия.

Дано: Предприятие закупает материал по цене 40 руб. за 1 килограмм. В планируемом периоде, согласно проведенным расчетам, ему потребуется 6400 кг этого сырья. Руководство предприятия надеется на 16%-ный доход от вложений в запасы. Кроме того, страхование, налоги и т.п. на каждый килограмм материала составят, как ожидается, около 1,6 рублей. Расходы на заказ планируются в сумме 100 рублей. Время поставки (ожидания) планируется в размере одной недели. Количество рабочих недель в году принимается равным 50.

Задание 16. Переменные затраты на единицу продукции: прямые материальные затраты – 60 000 руб., прямые трудовые затраты 25 000 руб., общепроизводственные затраты 20 000 руб., затраты на реализацию продукции 15 000 руб. Постоянные затраты составили: общепроизводственные затраты 6 000 000 руб., затраты на рекламу 1 500 000 руб., административные расходы 2 000 000 руб. Цена продажи составляет 300 000 руб. за единицу продукции. Рассчитайте точку безубыточности, выручку, валовую маржу, валовую прибыль при объеме продаж в 80 шт.

Критерии оценивания практических заданий:

- Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если: он правильно, исчерпывающе, и логически стройно обосновывает варианты решения практических заданий, тесно увязывает теорию с практикой, свободно справляется с задачами и вопросами, не испытывает трудности с ответами при видоизменении заданий, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
- оценка «хорошо» ставится, если обучающийся, выполнил требования к оценке "отлично", но допущены 2-3 недочета;
- оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся выполнил работу не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы, в ходе проведения работы были допущены ошибки;

- оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся выполнил работу не полностью, работа не выполнена и не сдана или объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

Средство оценки результатов обучения – тест

Типовые задания для подготовки к тестированию (семестр 5):

Для проверки и закрепления знаний преподаватель даёт обучающимся выполнить тестовые задания по темам 1-6 после прослушивания и обсуждения лекционного материала.

1) Назовите тех, кто занимается предпринимательской деятельностью?

- а) юридическое лицо
- б) физическое лицо
- в) все ответы верны

2) Укажите один из признаков предприятия?

- а) рентабельность
- б) самостоятельность
- в) все ответы верны

3) Раскройте классификацию коммерческих юридических лиц по организационно-правовым формам:

- а) общества, товарищества, производственный кооператив
- б) товарищества, общества, потребительский кооператив
- в) все ответы верны

4) Укажите основной источник формирования имущества организации

- а) уставный капитал
- б) доходы будущих периодов
- в) резервный капитал

5) Назовите свод правил, регулирующий взаимоотношения учредителей предприятия в определенной сфере хозяйственной деятельности

- а) учредительный договор
- б) устав
- в) бизнес-план

б) Дайте определение: предприниматель-это

- а) лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность
- б) физическое или юридическое лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность
- в) юридическое лицо

7) Назовите формы собственности в российском законодательстве:

- а) частная собственность, государственная собственность, муниципальная собственность
- б) частная, негосударственная собственность, муниципальная, обособленная собственность
- в) все ответы верны

8) Назовите виды предпринимательских рисков

- а) коммерческий
- б) страховой
- в) все ответы верны

9) Укажите условия для регистрации гражданина в качестве индивидуального предпринимателя и приобретения им предпринимательской правоспособности

- а) достижение 13-летнего возраста
- б) ограничение в своей правоспособности в части возможности заниматься предпринимательской деятельностью
- в) признан судом недееспособным и не ограничен в дееспособности

10) Дайте определение Устава организации

- а) нормативно-правовой акт
- б) локальный акт самой организации, который содержит большинство из тех сведений, которые отражаются в учредительном договоре и утверждаются учредителем
- в) учредительный договор

11) Укажите наказание за предпринимательскую деятельность без регистрации

- а) штраф до 300.000 рублей
- б) административные работы
- в) все ответы верны

12) Назовите виды налогов

- а) государственные, территориальные и муниципальные
- б) федеральные, региональные и местные
- в) все ответы верны

13) Назовите нормативно-правовые акты, регламентирующие предпринимательскую деятельность

- а) Гражданский кодекс РФ
- б) Уголовный кодекс РФ
- в) все ответы верны

14) Дайте определение реорганизации предприятия

- а) Способ создания и (или) прекращения юридических лиц, вследствие которого происходит преемство в правах и обязанностях между юридическими лицами;

б) прекращение деятельности юридических лиц, без перехода их субъективных прав и обязанностей в порядке правопреемства к другим лицам;

в) соединение нескольких организаций в одну.

15) Назовите показатель, который является важнейшим показателем эффективности труда:

а) производительность труда;

б) оплата труда;

в) нормирование труда.

16) Дайте определение Устава организации

а) нормативно-правовой акт

б) локальный акт самой организации, который содержит большинство из тех сведений, которые отражаются в учредительном договоре и утверждаются учредителем

в) учредительный договор

17) Укажите наказание за предпринимательскую деятельность без регистрации

а) штраф до 300.000 рублей

б) административные работы

в) все ответы верны

18) Назовите виды налогов:

а) государственные, территориальные и муниципальные

б) федеральные, региональные и местные

в) все ответы верны

19) Назовите нормативно-правовые акты, регламентирующие предпринимательскую деятельность

а) Гражданский кодекс РФ

б) Уголовный кодекс РФ

в) все ответы верны

20) Дайте определение реорганизации предприятия

а) Способ создания и (или) прекращения юридических лиц, вследствие которого происходит преемство в правах и обязанностях между юридическими лицами;

б) прекращение деятельности юридических лиц, без перехода их субъективных прав и обязанностей в порядке правопреемства к другим лицам;

в) соединение нескольких организаций в одну.

21) Назовите показатель, который является важнейшим показателем эффективности труда:

а) производительность труда;

б) оплата труда;

в) нормирование труда.

22) Назовите тех, кто занимается предпринимательской деятельностью?

- а) юридическое лицо
- б) физическое лицо
- в) все ответы верны

23) Укажите один из признаков предприятия?

- а) рентабельность
- б) самостоятельность
- в) все ответы верны

24) Раскройте классификацию коммерческих юридических лиц по организационно-правовым формам:

- а) общества, товарищества, производственный кооператив
- б) товарищества, общества, потребительский кооператив
- в) все ответы верны

25) Укажите основной источник формирования имущества организации

- а) уставный капитал
- б) доходы будущих периодов
- в) резервный капитал

26) Назовите свод правил, регулирующий взаимоотношения учредителей предприятия в определенной сфере хозяйственной деятельности

- а) учредительный договор
- б) устав
- в) бизнес-план

27) Дайте определение: предприниматель-это

- а) лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность
- б) физическое или юридическое лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность
- в) юридическое лицо

28) Назовите формы собственности в российском законодательстве:

- а) частная собственность, государственная собственность, муниципальная собственность
- б) частная, негосударственная собственность, муниципальная, обособленная собственность
- в) все ответы верны

29) Назовите виды предпринимательских рисков

- а) коммерческий
- б) страховой
- в) все ответы верны

30) Укажите условия для регистрации гражданина в качестве индивидуального предпринимателя и приобретения им предпринимательской правоспособности

а) достижение 13-летнего возраста

б) ограничение в своей правоспособности в части возможности заниматься предпринимательской деятельностью

в) признан судом недееспособным и не ограничен в дееспособности

31) За унитарным предприятием закрепляется имущество:

а) На правах долгосрочной аренды

б) На правах собственности

в) На правах оперативного управления либо хозяйственного ведения

32) Присущ ли риск предпринимательству?

а) Да, риск – это неотъемлемая составляющая предпринимательства

б) Да, но лишь в условиях кризисов и инфляции

в) Нет

33) Целью предпринимательства является:

а) Удовлетворение потребностей населения в товарах и услугах

б) Пополнение бюджета государства налоговыми поступлениями

в) Систематическое получение прибыли

34. Ключевые слова, определяющие понятие «предпринимательство»:

а) Риск, прибыль, потребности, конкуренция

б) Риск, прибыль, инициатива, инновации

в) Конкуренция, прибыль, налоги

35) Важнейшими чертами предпринимательства являются:

а) Риск и неопределенность, самостоятельность и свобода деятельности, опора на инновации

б) Постоянный поиск новых идей, риск, экономическая зависимость от макроэкономической ситуации в стране

в) Самостоятельность, оглядка на конкурентов, опора на инновации

36) К предпринимательству не относится деятельность:

а) Торговля продуктами питания

б) Организация регулярных пассажирских перевозок

в) Эмиссия ценных бумаг и торговля ими

37) Субъектами предпринимательства могут быть:

а) Физические лица

б) Физические и юридические лица

в) Юридические лица

38) Предпосылки, предопределяющие становление предпринимательства в России:

а) Политические, экономические, юридические, психологические

- б) Политические, экономические, социальные
 - в) Политические, экономические, юридические, культурные
- 39) Какие бывают формы предпринимательства?
- а) Частное, общее, государственное
 - б) Индивидуальное, партнерское, корпоративное
 - в) Индивидуальное, совместное
- 40) Предпринимательство выполняет следующие функции:
- а) Социально-экономическую, направляющую, распределительную, организаторскую
 - б) Экономическую, политическую, правовую, социально-культурную
 - в) Общеэкономическую, политическую, ресурсную, организаторскую, социальную, творческую
- 41) Основой государственного предпринимательства являются:
- а) Унитарные муниципальные предприятия
 - б) Стратегически важные предприятия и учреждения
 - в) Банковские структуры
- 42) Основу акционерного предпринимательства составляет:
- а) Четкое разграничение ответственности между акционерами
 - б) Обязательное вхождение в состав акционерного общества доли государственной собственности
 - в) Акционерная собственность на средства производства
- 43) Что является основами свободного предпринимательства?
- а) Рыночный механизм, частная собственность и совершенная конкуренция
 - б) Диалектическая взаимосвязь производительных сил, производственных отношений и хозяйственного механизма, действующих в условиях частной собственности на средства производства, свободы предпринимательства и свободной конкуренции
 - в) Производительные силы, материальные и трудовые ресурсы, находящиеся в свободном для предпринимателей доступе
- 44) Что лежит в основе любого предпринимательства?
- а) Четкая направленность на получение финансового результата
 - б) Желание максимально удовлетворить потребности общества в товарах и услугах
 - в) Желание занять максимально перспективную нишу на рынке
- 45) Коллективное предпринимательство осуществляется группой граждан на основе:
- а) Четкого разделения ответственности в зависимости от доли участия в предприятии
 - б) Личных интересов каждого из них
 - в) Равноценного участия в деятельности предприятия
- 46) Производственное предпринимательство - вид бизнеса, основу которого составляет:

- а) Материальное производство
 - б) Материальное производство и оказание услуг
 - в) Материальное, интеллектуальное и духовное производство
- 47) Экономической основой индивидуального предпринимательства является ... собственность.
- а) Частная
 - б) Общественная
 - в) Государственная
- 48) Экономической основой государственного предпринимательства является ... собственность.
- а) Частная
 - б) Коллективная
 - в) Муниципальная
- 49) Финансовое предпринимательство - вид бизнеса, основу которого составляют:
- а) Ценные бумаги
 - б) Деньги, в том числе иностранная валюта, ценные бумаги
 - в) Движимое имущество
- 50) Семейное предпринимательство может осуществляться на основе:
- а) Совместного владения крестьянским (фермерским) хозяйством и/или приватизированным жильем
 - б) Юридически подтвержденных родственных связей
 - в) Долевого владения производительными силами

Типовые задания для подготовки к тестированию (семестр 6)

Для проверки и закрепления знаний преподаватель даёт обучающимся выполнить тестовые задания по темам 7-10 после прослушивания и обсуждения лекционного материала.

- 1) Входит ли в структуру бизнес-плана организационный и финансовый планы :
 - 1. Да;
 - 2. Нет;
 - 3. Только организационный;
 - 4. Только финансовый;
 - 5. Только маркетинговый и план производства;
- 2) Проектирование организационной структуры управления предполагает планирование:
 - 1. Управленческих групп;
 - 2. Управленческих команд;
 - 3. Связей между управленческими группами и командами;

4. Верно 1 и 2;

5. Все ответы верны

3) Выбрать верное утверждение.

А. Для реализации бизнес-плана важно, чтобы оргструктура управления соответствовала принятой стратегии и кадровой политики предприятия;

Б. Организационная структура управления не является основанием для разработки штатного расписания;

В. Организационная структура управления служит основанием для разработки штатного расписания;

1. Верно только А

2. Верно только Б

3. Верно только В

4. Верно А и Б

5. Верно А и В

4) Ключевые менеджеры это -

А. Менеджеры, занимающие основные руководящие посты;

Б. Менеджеры отвечающие за разработку концепции и стратегии компании;

В. Все менеджеры являются ключевыми;

1. Верно только А

2. Верно только Б

3. Верно только В

4. Верно А и Б

5. Все варианты верны

5) Информация по ключевым менеджерам должна включать в себя :

А. ФИО, год рождения;

Б. Номер и серия паспорта;

В. Стаж работы;

Г. Занимаемая должность;

Д. Уровень и условия вознаграждения;

1. А, В, Д;

2. Б, Г, Д;

3. А, Б, В, Г, Д;

4. А, Г, Д;

5. А, Б, Г;

6) В случае предполагаемого расширения существующей команды менеджеров необходимо указать потребности в руководящих работниках, а именно:

1. Должности;
2. Основные обязанности и полномочия
3. Требуемая квалификация и опыт
4. Процесс найма персонала
5. Сроки занятости
6. Ожидаемый вклад в успех компании
7. Уровень и условия вознаграждения

А. 1,3,5,7

Б. 2,4,6,8

В. 1,2,5,7

Г. 1,2,3,4,5,6,7,8

Д. 3,4,7,8

7) Кадровая политика -

А. Система правил и норм работы с персоналом;

Б. Обеспечивает процессы воспроизводства, управления и развития персонала;

В. Осуществляется в соответствии с выбранной стратегией организации;

1. Верно только А
2. Верно только Б
3. Верно только В
4. Нет правильного ответа
5. Все ответы верны

8) При разработке календарного плана учитываются:

1. Затраты времени на выполнение работ;
2. Сроки выполнения;
3. Последовательность проведения работ;
4. Учитываются только 1 и 2
5. Учитывается все 1,2,3

9) Затраты времени на выполнение работ это затраты на :

А. Государственную регистрацию;

Б. Оформление лицензий;

В. Заключение договоров аренды помещений;

Г. Разработка рабочего проекта;

1. А,В,Г
 2. А,Б,Г
 3. Б,В,Г
 4. А,Б,В, Г
 5. А,Г
- 10) В финансовом плане необходимо отразить следующие разделы:
- А. Прибыль;
 - Б. Цены на продукцию;
 - В. Денежный поток;
1. Верно только А
 2. Верно только Б
 3. Верно только В
 4. Верно А и Б
 5. Верно А и В
 6. Верно Б и В
- 11) Предпринимателям и менеджерам финансовый план показывает:
1. Какое соотношение запланированных доходов от продаж и ожидаемых расходов;
 2. На какую прибыль можно рассчитывать в результате осуществления проекта и реализации выбранной стратегии;
 3. Когда и откуда ожидается поступление денежных средств;
 4. Каким будет финансовое положение предприятия к концу года;
 5. Все ответы верны;
- 12) Потенциальным инвесторам(кредиторам) финансовый план позволяет получить ответы на вопросы:
- А. Сколько реально потребуется денежных средств;
 - Б. На получение какой прибыли можно рассчитывать;
 - В. Какова экономическая эффективность проекта;
1. Верно А и Б;
 2. Верно А и В;
 3. Верно Б и В
 4. Верно А
 5. Верно А, Б, В;
- 13) Финансовый раздел бизнес-плана включает в себя разработку трех основных документов:

А. План прибылей и убытков;

Б. Реестр цен;

В. План денежных потоков;

Г. Баланс;

1. А,Б, В;

2. А,В,Г;

3. Б,В,Г;

4. Нет правильного ответа;

5. Все ответы верны;

14) Активы складываются из:

А. Текущие активы;

Б. Побочные активы;

В. Основные активы;

Г. Прочие активы;

1. А,Б,В;

2. Б,В,Г;

3. А,В,Г;

4. А,Б;

5. А,Б,В,Г;

15) Чистая прибыль равна:

1. Выручка + Затраты;

2. Выручка - Затраты;

3. Выручка $\times$ Затраты;

4. Выручка / Затраты;

5. Выручка = Чистая прибыль;

16) План денежных потоков включает :

А. Инвестиционная деятельность;

Б. Операционная деятельность;

В. Хозяйственная деятельность;

Г. Финансовая деятельность;

1. А,В,Г;

2. Б,В,Г;

3. В,Г;

4. А,Б,В,Г;

5. А,Б,Г;

- 17) Финансовый документ, который отражает доходы, расходы и финансовые результаты деятельности предприятия за определенный период :
1. План денежных потоков;
 2. План прибылей и убытков;
 3. Реестр цен;
 4. Баланс;
 5. Нет правильного ответа;
- 18) Показывает потоки денежных средств предприятия от операционной, инвестиционной и финансовой деятельности предприятия за период:
1. План денежных потоков;
 2. План прибылей и убытков;
 3. Реестр цен;
 4. Баланс;
 5. Нет правильного ответа;
- 19) Характеризует финансовое положение предприятия на определенную дату:
1. План денежных потоков;
 2. План прибылей и убытков;
 3. Реестр цен;
 4. Баланс;
 5. Нет правильного ответа;
- 20) Все виды издержек делят на две основные категории :
- А. Относящиеся к переменным затратам;
- Б. Относящиеся к постоянным затратам;
- В. Относящиеся к переменным расходам;
- Г. Относящиеся к постоянным расходам;
1. А,Б;
 2. Б,В;
 3. А,Г;
 4. Б,Г;
 5. А,Б,В,Г;
- 21) Включает в себя поступления денежных средств от покупателей, прочие поступления от текущей деятельности, а также выплаты поставщикам, работникам, уплату налогов и прочих платежей, возникающих непосредственно в результате текущей операционной деятельности предприятия:

1. Операционный денежный поток;
 2. Финансовый денежный поток;
 3. Хозяйственный денежный поток;
 4. Инвестиционный денежный поток;
 5. Нет правильного ответа;
- 22) Отражает платежи за приобретенное оборудование и прочие расходы, а также поступления от реализации активов, которые не используются в производстве:
1. Операционный денежный поток;
 2. Финансовый денежный поток;
 3. Хозяйственный денежный поток;
 4. Инвестиционный денежный поток;
 5. Нет правильного ответа;
- 23) Отражает поступление денежных средств от выпуска акций, в виде долгосрочных и краткосрочных кредитов, вкладов владельцев предприятия, а также платежи в виде выплаты дивидендов, процентов по кредитам, финансовые вложения свободных денежных средств:
1. Операционный денежный поток;
 2. Финансовый денежный поток;
 3. Хозяйственный денежный поток;
 4. Инвестиционный денежный поток;
 5. Нет правильного ответа;
- 24) Построение денежного потока проекта может быть осуществлено:
1. Прямым и обратным методами;
 2. Прямым и косвенным методами;
 3. Обратным и косвенным методами;
 4. Все ответы верны;
 5. Нет правильного ответа;
- 25) Баланс в финансовом плане составляется на конец первого года и характеризует:
- А. Активы и пассивы фирмы;
- Б. Средства, вложенные в развитие производства самим предпринимателем и его партнерами;
- В. Нераспределенную прибыль;
1. Только А;
 2. Только Б;
 3. Только В;

4. А и В;

5. А,Б,В;

26) Выделяют три основных варианта финансирования:

А. Финансирование из собственных средств;

Б. Финансирование из заемных средств;

В. Частное финансирование;

Г. Государственное финансирование;

Д. Смешанное финансирование;

1. А,Б,В;

2. А,Б,Г;

3. А,Б,Д;

4. В,Г,Д;

5. Б,В,Г;

27) Риск - это:

1. "Вероятность того, что произойдет какое-нибудь неблагоприятное событие";

2. Опасность, незащищенность от потерь или ущерба;

3. Вероятность (угроза) потери предприятием части своих ресурсов, недополучения доходов или появления дополнительных расходов в результате осуществления проекта;

4. Верно 2 и 3;

5. Все варианты ответа верны;

28) Виды рисков:

А. Производственный риск;

Б. Коммерческий риск;

В. Рыночный риск;

Г. Инфляционный риск;

Д. Финансовый риск;

Е. Научно-технический риск;

Ж. Политический риск;

З. Внешнеэкономический риск;

И. Чистый риск;

1. А,В,Д,Ж,И;

2. Б,Г,Е,З;

3. А,Б,В,Ж,Е,З;

4. А,Б,В,Г,Д,Е,Ж,З,И;

5. Б,В,Д,Е,З;
- 29) Риск связанный с падением спроса на продукт, колебаниями курса валют, неопределенностью действий конкурентов и т.д.:
 1. Производственный риск;
 2. Коммерческий риск;
 3. Рыночный риск;
 4. Инфляционный риск;
 5. Финансовый риск;
- 30) Риск, связанный с убытками от пожаров, несчастных случаев, катастроф и других стихийных бедствий:
 1. Финансовый риск;
 2. Научно-технический риск;
 3. Политический риск;
 4. Внешнеэкономический риск;
 5. Чистый риск;

Критерии оценивания результатов тестирования:

Оценка «ОТЛИЧНО»:

- Обучающийся набрал 80% - 100% правильных ответов.

Оценка «ХОРОШО»:

- Обучающийся набрал 60% - 79% правильных ответов.

Оценка «УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО»:

- Обучающийся набрал 50% - 59% правильных ответов.

Оценка «НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО»:

- Обучающийся набрал 0% - 49% правильных ответов.

Порядок проведения промежуточной аттестации по дисциплине для инвалидов и лиц с ОВЗ предусмотрен Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Средство оценки результатов обучения – групповая практическая работа (разработка бизнес-плана, семестр 5 и 6)

В процессе изучения учебной дисциплины обучающиеся выполняют групповые практические работы по подготовке отдельных разделов бизнес-планов частей бизнес-планов.

Каждый раздел бизнес-плана частей бизнес-планов группа защищает перед преподавателем и другими группами в виде доклада-презентации с последующим обсуждением защиты. Бизнес-план выполняется обучающимися по выбранной теме.

Примерный список тем бизнес-планов:

1. Бизнес-план станции технического обслуживания.
2. Бизнес-план автомойки.
3. Бизнес-план производства запасных частей и комплектующих для автомобилей.
4. Бизнес-план дилерского центра.
5. Бизнес-план АЗС.
6. Бизнес-план автотранспортной компании.
7. Бизнес-план газеты/журнала.
8. Бизнес-план открытия кинотеатра.
9. Бизнес-план типографии.
10. Бизнес-план рекламного агентства.
11. Бизнес-план салона красоты.
12. Бизнес-план турфирмы.
13. Бизнес-план консалтинговой фирмы.
14. Бизнес-план фотосалона.
15. Бизнес-план сервисного центра.
16. Бизнес-план ателье по ремонту и пошиву одежды.
17. Бизнес-план магазина.
18. Бизнес-план кафе/ресторана.
19. Бизнес-план ночного клуба.
20. Бизнес-план торгового центра.
21. Бизнес-план гостиницы.
22. Бизнес-план детского сада.
23. Бизнес-план ИТ-компании.
24. Бизнес-план интернет - магазина.
25. Бизнес-план телекоммуникационной компании.
26. Бизнес-план интернет-кафе.
27. Бизнес-план аптеки.
28. Бизнес-план медицинского центра.
29. Бизнес-план производства пищевых продуктов.
30. Бизнес-план строительной компании.
31. Бизнес-план предприятия по производству мебели.

32. Бизнес-план предприятия по производству строительных материалов.
33. Бизнес-план сельскохозяйственного предприятия.

Темы бизнес-планов могут быть выбраны обучающимися произвольно или выбраны из предложенного списка тем.

Критерии оценивания групповой практической работы (бизнес-плана):

Практическая работа обучающихся оцениваются по пятибалльной шкале:

- **Оценка «отлично»** ставится в том случае, если обучающиеся:
 - свободно применяют полученные знания при разработке, обосновании эффективности и защите бизнес-плана/курсового проекта;
 - выполнили работу по разработке бизнес-плана/курсового проекта в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности действий;
 - подготовили доклад-презентацию, итоговый групповой отчет по проекту (текстовая часть) и успешно выступили с докладом-презентацией в составе группы;
 - при ответах на контрольные вопросы по проекту правильно понимают их сущность, дают точное определение и истолкование основных положений и параметров бизнес-плана/курсового проекта, используют специальную терминологию дисциплины, не затрудняются при ответах на видоизмененные вопросы, сопровождают ответ примерами.
- **Оценка «хорошо»** ставится, если:
 - выполнены требования к оценке «отлично», но допущены 2 – 3 недочета при выполнении практической работы, но обучающиеся могут их исправить самостоятельно или при небольшой помощи преподавателя;
 - в докладе-презентации и письменном отчете по бизнес-плана/курсового проекта допущены незначительные ошибки;
 - обучающиеся хорошо выступили с докладом-презентацией в составе группы, допустив некоторые неточности в изложении содержательной части и оценке финансовых результатов бизнес-плана/курсового проекта;
 - при ответах на контрольные вопросы не допускает серьезных ошибок, легко устраняет отдельные неточности, но затрудняется в применении знаний в новой ситуации, приведении примеров.
- **Оценка «удовлетворительно»** ставится, если:
 - практическая работа по бизнес-плану/курсовому проекту выполнена не полностью, но объем выполненной части позволяет получить правильные результаты и выводы;
 - в ходе выполнения работы обучающиеся продемонстрировали слабые практические навыки, были допущены ошибки;
 - в докладе-презентации, итоговом письменном отчете и в выступлении с докладом-презентацией в составе группы были допущены ошибки, однако обучающиеся смогли выстроить логику изложения материала и донести до аудитории основную идею и содержательную часть бизнес-плана/курсового проекта;
 - обучающиеся не умеют применять полученные знания при разработке бизнес-плана/курсового проекта по готовому алгоритму;

- при ответах на контрольные вопросы правильно понимает их сущность, но в ответе имеются отдельные пробелы и при самостоятельном воспроизведении материала требует дополнительных и уточняющих вопросов преподавателя.
- **Оценка «неудовлетворительно»** ставится, если:
 - практическая работа по разработке и обоснованию эффективности бизнес-плана/курсового проекта выполнена не полностью, объем выполненной работы не позволяет сделать правильных выводов, у обучающихся имеются лишь отдельные представления об изученном материале, большая часть материала не усвоена;
 - в докладе-презентации и итоговом письменном отчете бизнес-плану/курсовому проекту допущены грубые ошибки, либо отчет отсутствует;
 - при выступлении с докладом-презентацией в составе группы обучающие нарушили логику изложения материала и не смогли донести до аудитории основную идею и содержательную часть бизнес-плана/курсового проекта;
 - на контрольные вопросы обучающиеся не могут дать ответы, так как не овладели основными знаниями и умениями в соответствии с требованиями программы дисциплины.

Перечень примерных вопросов на защите БП

Код и наименование компетенции	Примерные вопросы
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.	Какие методы анализа и математического моделирования применялись в процессе расчета запланированных (ожидаемых) результатов реализации разработанного бизнес-плана с учетом особенностей и стандартов выбранной для бизнес-планирования отрасли ?
УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	Какие основные и специфические критерии оценки экономических затрат и рисков были использованы для обоснования эффективности разработанного бизнес-плана?
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Какие источники содержащие маркетинговую, экономическую и статистическую информацию, были использованы для проведения анализа по теме планирования нового бизнеса?

3. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Для контроля усвоения студентами данной дисциплины, учебным планом предусмотрен зачет с оценкой по итогам 5 семестра и экзамен по итогам 6 семестра, который проводится в

форме итоговой групповой защиты бизнес-плана, сдачи итогового группового отчета (бизнес-плана), а также устного ответа на вопросы и задания.

Порядок проведения промежуточной аттестации по дисциплине для инвалидов и лиц с ОВЗ предусмотрен Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

ОЦЕНКА ЗНАНИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ НА ЗАЧЕТЕ С ОЦЕНКОЙ

Список вопросов для подготовки к зачету с оценкой по итогам 5-го семестра:

УК-1- Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.

УК-1.1- Осуществляет поиск, критический анализ и обобщение информации для решения поставленных задач

Обучающийся знает:

- принципы сбора, отбора и обобщения информации, необходимой для разработки бизнес-плана;
- 1. Значение предпринимательства в социально-экономическом развитии страны.
- 2. Сущность предпринимательской деятельности.
- 3. Возникновение, понятие и содержание предпринимательства.
- 4. Цели, задачи и функции предпринимательства.
- 5. Субъекты и объекты предпринимательской деятельности.
- 6. Субъекты и элементы процесса предпринимательства.
- 7. Государственное регулирование предпринимательской деятельности.
- 8. Нормативно-правовые акты в сфере предпринимательской деятельности.
- 9. Виды и формы предпринимательской деятельности.
- 10. Производственное предпринимательство.
- 11. Коммерческое предпринимательство.
- 12. Финансовое предпринимательство.
- 13. Посредническая предпринимательская деятельность.
- 14. Консультативное предпринимательство.
- 15. Социальное предпринимательство.
- 16. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности.
- 17. Объединения предпринимателей.
- 18. Личностные качества предпринимателя.
- 19. Сущность культуры предпринимательства.

УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

УК-9.1. Проявляет экономическую культуру в различных областях жизнедеятельности

Обучающийся знает:

- теоретические основы, задачи, принципы и этапы бизнес - планирования на предприятии;
- содержание, структуру и последовательность разработки бизнес-плана;
- законодательные и нормативные правовые акты, регламентирующие предпринимательскую деятельность организаций;

20. Корпоративная культура предпринимательских структур.
21. Предпринимательская этика и этикет.
22. Предпринимательская тайна и ее защита.
23. Налогообложение в предпринимательской деятельности.
24. Государственная регистрация индивидуальных предпринимателей.
25. Этапы и порядок создания нового предприятия.
26. Учредительные документы предприятия.
27. Формирование уставного фонда предприятия.
28. Государственная регистрация юридических лиц.
29. Государственная поддержка предпринимательской деятельности.
30. Государственный контроль в сфере предпринимательской деятельности.
31. Анализ и планирование хозяйственной деятельности предпринимательской структуры.
32. Предпринимательская среда.
33. Инновационное предпринимательство.
34. Типы организационных структур управления в предпринимательстве.
35. Бизнес-планирование в предпринимательской деятельности.
36. Оценка эффективности предпринимательской деятельности.
37. Особенности развития предпринимательской деятельности в экономике страны.
38. Взаимодействие предпринимательских структур с кредитными организациями.

ОПК-4-

Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-4.1- Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.

Обучающийся знает:

39. Влияние макро- и микросреды на функционирование предпринимательства.
40. Принципы, виды, типы и формы маркетинга в предпринимательстве.

ОПК-4.2- Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

Обучающийся знает:

41. Маркетинговые функции и решения в предпринимательстве.
42. Маркетинг-менеджмент в системе предпринимательства.

ОЦЕНКА ЗНАНИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ НА ЭКЗАМЕНЕ

Список вопросов для подготовки к экзамену по итогам 6-го семестра:

УК-1- Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.

УК-1.1- Осуществляет поиск, критический анализ и обобщение информации для решения поставленных задач

Обучающийся знает:

- принципы сбора, отбора и обобщения информации, необходимой для разработки бизнес-плана;
1. Концепция бизнеса (резюме). Характеристика объекта бизнеса
 2. Маркетинговый план
 3. Исследование и анализ рынка и конкуренции
 4. Оценка конкурентоспособности предприятия и товара (работ, услуг)
 5. Отбор целевых сегментов и прогнозирование рынка
 6. Продвижение товара (работ, услуг), способы реализации
 7. Рекламная политика

УК-1.2- Анализирует поставленную задачу и предлагает варианты ее решения с применением принципов системного подхода

- методики системного подхода для решения профессиональных задач
8. Программные средства разработки бизнес – плана.
 9. Методология описания процессов. ARIS.
 10. Методология описания процессов. IDEF0.
 11. Методология описания процессов. IDEF3.
 12. Методология описания процессов. DFD.

УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

УК-9.2. Принимает обоснованные экономические решения в профессиональных задачах

Обучающийся знает:

- состав и назначение финансовых ресурсов предприятия, структуру доходов и расходов предприятия, их классификацию;
- понятие и сущность себестоимости продукции (услуги) как экономической категории, ее виды, резервы и факторы снижения себестоимости;
- основные принципы и задачи учета затрат и калькулирования себестоимости продукции компании;
- виды рисков в проекте, методы их анализа и оценки, снижения уровня рисков.

13. Экономическая сущность и содержание планирования
14. Функции планирования в управлении
15. Формы экономического и социального планирования
16. Принципы планирования
17. Классификация методов планирования
18. Балансовый метод
19. Нормативный метод
20. Программно-целевой метод
21. Методы оптимального планирования
22. Система показателей и расчетов в планировании
23. Роль и место планирования на предприятии в рыночных условиях
24. Классификация планов
25. Сущность и содержание стратегического планирования
26. Этапы стратегического планирования
27. Структура и содержание стратегических планов предприятия
28. Сущность и значение бизнес-планирования в управлении предприятием
29. Функции и принципы бизнес-планирования
30. Бизнес-план и его назначение
31. Виды бизнес-проектов. Отличие бизнес-плана от других плановых документов
32. Структура и последовательность разработки бизнес-плана
33. Основные этапы и порядок разработки бизнес-планирования
34. Формирование бизнес-идеи
35. Презентация бизнес-плана
36. Аудит бизнес-плана внешними инвесторами
37. Процесс реализации бизнес-плана

38. Производственный план
39. Организационный план: выбор организационно-производственной структуры, планирование численности персонала, фонда заработной платы
40. Ценообразование: ценовая политика предприятия, методы ценообразования, модификация цен.
41. Расчет безубыточности и запаса финансовой прочности
42. Потребность и источники финансирования
43. Потенциальные риски и их страхование
44. Финансовый план: прогноз прибылей и убытков, баланс, движение наличных средств

ОЦЕНКА УМЕНИЙ И НАВЫКОВ ОБУЧАЮЩИХСЯ НА ЗАЧЕТЕ С ОЦЕНКОЙ

Типовые задания для подготовке зачету с оценкой:

УК-1-Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.

УК-1.1- Осуществляет поиск, критический анализ и обобщение информации для решения поставленных задач

Обучающийся умеет:

- анализировать и систематизировать разнородные данные;

Обучающийся владеет:

- навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками;

- 1) Балансовая прибыль предприятия – 240 тыс. руб.; прибыль от внереализационных операций – 70 тыс. руб.; прибыль от реализации материальных ценностей – 10 тыс. руб.

Прибыль от реализации равна:

1. 300 тыс. руб.;
2. 160 тыс. руб.;
3. 180 тыс. руб.;
4. 310 тыс. руб.

- 2) Стоимость основных фондов, за счет ввода новых объектов за год возросла на 720 тыс. руб. прибыль увеличилась на 144 тыс. руб. срок окупаемости капитальных вложений составит:

1. 5 лет;
2. 0,2 года;
3. 0,5 года;
4. 2 года.

УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

УК-9.1. Проявляет экономическую культуру в различных областях жизнедеятельности

Обучающийся умеет:

- разрабатывать бизнес-планы конкретных проектов;

Обучающийся владеет:

- методикой бизнес-планирования предпринимательской деятельности и навыками разработки бизнес-планов предприятия

3) Определите полную стоимость основных фондов на конец года по следующим данным (тыс. руб.): полная стоимость на начало года – 14 000, капитальные вложения в новые фонды – 2800, ввод в действие основных фондов – 2600, стоимость основных фондов поступивших со стороны – 400, выбыло основных фондов по ветхости и износу:

1. 13 400;
2. 16 200;
3. 19 000;
4. 25 000.

4) Стоимость основных фондов, за счёт ввода новых объектов за год возросла на 720 тыс. руб. прибыль увеличилась на 144 тыс. руб. срок окупаемости капитальных вложений составит:

1. 5 лет;
2. 0,2 года;
3. 0,5 года;
4. 2 года.

5) Определить величину маржинальной прибыли на основании следующих данных: выручка от продажи продукции 1000 тыс. руб., постоянные расходы 200 тыс. руб., переменные расходы 400 тыс. руб.:

1. 400 тыс. руб.;
2. 600 тыс. руб.;
3. 800 тыс. руб.;
4. 900 тыс. руб.

6) Компания рассматривает перспективы вывода нового товара на рынок. По оценкам экспертов постоянные издержки составят 2,4 млн. руб. в год. При продажной цене 20 руб. за одно изделие точка безубыточности будет достигнута при годовом объеме продаж в 400 000 шт. Определите переменные издержки на одно изделие для объема продаж, соответствующего точке безубыточности:

1. 2 руб.;
 2. 14 руб.;
 3. 16 руб.;
 4. 8 руб.;
 5. 100 руб.
- 7) Выручка составила 100 тыс. руб., издержки производства – 90 тыс., руб. в производстве занят капитал, оцениваемый в 50 тыс. руб. Определите рентабельность продаж при данных условиях:
1. 20%;
 2. 10%;
 3. 20%;
 4. 7%.
- 8) Чему будет равен критический объём, если цена реализации 6 руб., удельные переменные затраты 4 руб., постоянные затраты за период 100 руб. :
1. а) 50 ед.;
 2. 100 ед.;
 3. 80 ед.;
 4. 75 ед.
- 9) Купили товар за 30 млн. руб., продали за 40 млн. руб., НДС – 1,8 млн. руб. Расходы 4 млн. руб. Определить уровень расходов %.
1. 8,2;
 2. 4,2;
 3. 10,5;
 4. 10,0.

ОПК-4-Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-4.1- Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.

Обучающийся умеет:

- использовать инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов в рамках бизнес-плана;

Обучающийся владеет:

- навыками использования основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий.

- 10) Определить NPV проекта, если известно, что предприятие инвестировало на строительство объекта 200 млн руб. Ежегодные планируемые поступления от эксплуатации объекта составят по годам соответственно: 40, 70, 100, 130 млн руб. Норма доходности 12%.

1. 0
2. 140
3. 245,3
4. **45,3**

ОПК-4.2-Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

Обучающийся умеет:

- осуществлять разработку бизнес-плана в соответствии с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп

Обучающийся владеет:

- навыками учета основных характеристик целевой аудитории в процессе бизнес-планирования.

- 11) Определить индекс доходности проекта, если известно, что предприятие инвестировало на строительство объекта 200 млн руб. Ежегодные планируемые поступления от эксплуатации объекта составят по годам соответственно: 40, 70, 100, 130 млн руб. Норма доходности 12%.

1. 0,82
2. 1,12
3. **1,23**
4. 1,70

- 12) Цена продажи одного изделия 10 руб., переменные затраты на производство составляют 8 рублей шт., условно постоянные затраты составили 140 тысяч рублей. Какое минимальное количество изделий необходимо продать, чтобы предприятие не имело убытков:

- 1) 65 000 изделий;
- 2) 80 000;
- 3) **70 000.**

ОЦЕНКА УМЕНИЙ И НАВЫКОВ ОБУЧАЮЩИХСЯ НА ЭКЗАМЕНЕ

Типовые задания для подготовки к экзамену:

УК-1-Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.

УК-1-Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.

УК-1.1- Осуществляет поиск, критический анализ и обобщение информации для решения поставленных задач

Обучающийся умеет:

- анализировать и систематизировать разнородные данные;

Обучающийся владеет:

- навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками;

13) Как изменится рентабельность собственного капитала, если экономическая рентабельность возрастет на 2%, годовая средняя расчётная ставка - 9% по кредитам снизится на 1%, соотношение заемного и собственного капитала составит 1:2, а коэффициент налогообложения прибыли составит 20 %:

1. увеличится на 0,98 %;
2. увеличится на 1,14 %;
3. увеличится на 3 %;
4. увеличится на 5 %.

14) Определите рентабельность собственного капитала, если чистые активы 5000 тыс. руб., чистая прибыль – 1100 тыс. руб. совокупные обязательства – 8000 тыс. руб.:

1. 20;
2. 22;
3. 42;
4. 52.

УК-1.2- Анализирует поставленную задачу и предлагает варианты ее решения с применением принципов системного подхода

Обучающийся умеет:

- анализировать и оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в процессе бизнес-планирования.

Обучающийся владеет:

- методами принятия решений в процессе бизнес-планирования.

15) Цена продажи одного изделия 10 руб., переменные затраты на производство составляют 8 руб./шт., условно-постоянные затраты составили 140 тыс. руб. Какое минимальное количество изделий необходимо продать, чтобы предприятие не имело убыток.

1. 65 000 изделий;
2. 80 000 изделий;
3. 70 000 изделий;
4. 90 000 изделий.

- 16) Купили товар за 30 млн. руб., продали за 40 млн. руб. НДС – 1,8 млн. руб., расходы 4 млн. руб. Определите балансовую прибыль:
1. 8,2 млн. руб.;
 2. 6 млн. руб.;
 3. 4,2 млн. руб.;
 4. 5 млн. руб.
- 17) Балансовая прибыль предприятия – 240 тыс. руб.; прибыль от внереализационных операций – 70 тыс. руб.; прибыль от реализации материальных ценностей – 10 тыс. руб. Прибыль от реализации равна:
1. 300 тыс. руб.;
 2. 160 тыс. руб.;
 3. 180 тыс. руб.;
 4. 310 тыс. руб.

УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

УК-9.2. Принимает обоснованные экономические решения в профессиональных задачах
Обучающийся умеет:

- использовать прикладные программы, применяемые для разработки бизнес-планов;

Обучающийся владеет:

- планирования для обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана;
- современными методами планирования и управления в бизнесе

- 18) Купили товар за 30 млн. руб., продали за 40 млн. руб. НДС – 1,8 млн. руб., расходы 4 млн. руб. Определить балансовую прибыль.
1. 8,2 млн. руб. ;
 2. 6 млн. руб. ;
 3. 4,2 млн. руб.
 4. 5 млн. руб.
- 19) Определите коэффициент обновления основных средств организации за отчётный год, исходя из следующих данных: наличие на начало года – 14 500 тыс. руб., поступило за год – 2700 тыс. руб., выбыло за год 1400 тыс. руб., наличие на конец года – 15 800 тыс. руб.:
1. 0,068;
 2. 0,098;
 3. 0,171;

4. 0,250.

ОПК-4-Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-4.1- Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.

Обучающийся умеет:

- использовать инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов в рамках бизнес-плана;

Обучающийся владеет:

- навыками использования основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий.

20) Первоначальная стоимость основных фондов на начало года 35 200 руб. Остаточная стоимость 30 000 руб. Первоначальная стоимость на конец года 40 000 руб. В течение года введено основных фондов на сумму 107 12 000 руб. Анализ движения основных фондов показал, что коэффициент обновления составил:

1. 0,3;
2. 0,34;
3. 0,4;
4. 0,5.

21) Выручка от продажи продукции составила в базисном периоде 3377 тыс. руб., в отчетном – 4302 тыс. руб. Среднегодовая стоимость основных фондов составила 36,87 тыс. руб. в базисном году, в отчетном – 50,18 тыс. руб. Рассчитайте, как повлияло на выручку изменение эффективности использования основных фондов:

- 1) выручка снизилась на 294 тыс. руб.;
- 2) выручка увеличилась на 1219 тыс. руб.;
- 3) выручка увеличилась на 294 тыс. руб.;
- 4) выручка увеличилась на 456 тыс. руб.;

ОПК-4.2-Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

Обучающийся умеет:

- осуществлять разработку бизнес-плана в соответствии с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп

Обучающийся владеет:

- навыками учета основных характеристик целевой аудитории в процессе бизнес-планирования.

22) Какой из сценариев проекта будет наиболее привлекателен для потенциальных инвесторов:

1. $NPV = 200\ 000$ руб. и $PI = 1,15$;
2. $NPV = 200\ 000$ руб. и $PI = 1,20$;
3. $NPV = 250\ 000$ руб. и $PI = 1,15$;
4. $NPV = 150\ 000$ руб. и $PI < 1,00$.

23) Требуется провести анализ двух взаимоисключающих проектов *A* и *B*, имеющих одинаковую продолжительность реализации (4 года) и стоимость капитала 10%.

Требуемые инвестиции составляют: для проекта *A* - 42 млн. руб., для проекта *B* - 35 млн. руб. Денежные потоки по периодам составляют (млн. руб.): для проекта *A* - 20, 20, 15, 15 и для проекта *B* - 15, 20, 20, 10. Поправка на риск (понижающий коэффициент для корректировки денежного потока) по периодам составляет: для проекта *A* - 0,9; 0,9; 0,8; 0,75 и для проекта *B* - 0,9; 0,75; 0,75; 0,6.

ОБРАЗЕЦ ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО БИЛЕТА

Экзаменационный билет состоит из одного теоретического вопроса и двух практических заданий.

Тольяттинская академия управления	Дисциплина: Бизнес-планирование
ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №1	
1. Субъекты малого и среднего предпринимательства. 2. Бизнес-план предпринимателя. 3. Чему будет равен критический объём, если цена реализации 6 руб., удельные переменные затраты 4 руб., постоянные затраты за период 100 руб. : 1. 50 ед.; 2. 100 ед.; 3. 80 ед.;	

4. 75 ед.	
Утверждаю: зав.кафедрой ЭиФ Мизюн В.А. _____	Составил: Евдовская С.А.

Перечень примерных вопросов на защите БП

Код и наименование компетенции	Примерные вопросы
УК-1- Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.	Какие источники содержащие маркетинговую, экономическую и статистическую информацию, были использованы для проведения анализа по теме планирования нового бизнеса?
УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	Какие основные и специфические критерии оценки эффективности управленческих и организационно-экономических решений были использованы для обоснования экономической эффективности разработанного бизнес-плана? Какие отраслевые особенности и стандарты организаций – аналогов были учтены в процессе расчета запланированных (ожидаемых) результатов реализации разработанного бизнес-плана?
ОПК-4-Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Какие запросы и потребности общества и аудитории были учтены в процессе разработки маркетингового раздела бизнес-плана?

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

ПРОЦЕДУРА ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Для оценки результатов обучения по дисциплине, учебным планом предусмотрены:

- зачет с оценкой по итогам 5 семестра, который проводится в форме групповой защиты отдельного раздела бизнес-плана (плана маркетинга), а также устного ответа на вопросы и задания;

- и экзамен по итогам 6 семестра, который проводится в форме итоговой групповой защиты бизнес-плана, сдачи итогового группового отчета (бизнес-плана), а также устного ответа на вопросы и задания.

Оценка по дисциплине выставляется по результатам текущего контроля (устные ответы и дополнения, итоговой групповой защиты бизнес-планов, выполнения практических заданий), зачета с оценкой и экзамена.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Критерии оценивания результатов обучения (сформированности компетенций)					
Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	1	2	3	4	5+
УК-1-Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач УК-1.1- Осуществляет поиск, критический анализ и обобщение информации для решения поставленных задач					
Знать: - принципы сбора, отбора и обобщения информации, необходимой для разработки бизнес-плана;	Не знает	Фрагментарные знания о принципах сбора, отбора и обобщения информации, необходимой для разработки бизнес-плана;	Общие, но не структурированные знания о принципах сбора, отбора и обобщения информации, необходимой для разработки бизнес-плана;	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания о принципах сбора, отбора и обобщения информации, необходимой для разработки бизнес-плана;	Сформированные систематизированные прочные знания о принципах сбора, отбора и обобщения информации, необходимой для разработки бизнес-плана;
Уметь: - анализировать и систематизировать разнородные данные;	Не умеет	Частично освоенные умения анализировать и систематизировать разнородные данные	В целом освоенные, но не подкрепляемые знаниями и самостоятельностью выполнения умения анализировать и систематизировать разнородные данные	В целом сформированные и самостоятельно выполняемые, но не всегда интеллектуально обоснованные умения анализировать и систематизировать разнородные данные	Успешно сформированные, самостоятельно и осознанно выполняемые умения анализировать и систематизировать разнородные данные
Владеть: - навыками научного поиска и практической работы с	Не владеет	Фрагментарно сформированные навыки научного поиска и практической	В целом сформированные, но выполняемые на элементарном уровне	Сформированные, но не устойчивые в сложных ситуациях навыки научного	Успешно сформированные, устойчивые, технологически

информационными источниками;		работы с информационными источниками	научного поиска и практической работы с информационными источниками	поиска и практической работы с информационными источниками	грамотно выполняемые навыки научного поиска и практической работы с информационными источниками
УК-1.2- Анализирует поставленную задачу и предлагает варианты ее решения с применением принципов системного подхода					
Знать: - методики системного подхода для решения профессиональных задач.	Не знает	Фрагментарные знания о методиках системного подхода для решения профессиональных задач.	Общие, но не структурированные знания о методиках системного подхода для решения профессиональных задач.	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания о методиках системного подхода для решения профессиональных задач.	Сформированные систематизированные прочные знания о методиках системного подхода для решения профессиональных задач.
Уметь: - анализировать и оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в процессе бизнес-планирования.	Не умеет	Частично освоенные умения анализировать и оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в процессе бизнес-планирования	В целом освоенные, но не подкрепляемые знаниями и самостоятельностью выполнения умения анализировать и оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в процессе бизнес-планирования	В целом сформированные и самостоятельно выполняемые, но не всегда интеллектуально обоснованные умения анализировать и оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в процессе бизнес-планирования	Успешно сформированные, самостоятельно и осознанно выполняемые умения анализировать и оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в процессе бизнес-планирования
Владеть: - методами принятия решений в процессе	Не владеет	Фрагментарно сформированные навыки владения	В целом сформированные, но выполняемые на	Сформированные, но не устойчивые в сложных ситуациях	Успешно сформированные, устойчивые,

бизнес-планирования.		методами принятия решений в процессе бизнес-планирования	элементарном уровне навыки владения методами принятия решений в процессе бизнес-планирования	навыки владения методами принятия решений в процессе бизнес-планирования	технологически грамотно выполняемые навыки владения методами принятия решений в процессе бизнес-планирования
УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности УК-9.1. Проявляет экономическую культуру в различных областях жизнедеятельности					
Знать: - теоретические основы, задачи, принципы и этапы бизнес - планирования на предприятии; - содержание, структуру и последовательность разработки бизнес-плана; - законодательные и нормативные правовые акты, регламентирующие предпринимательскую деятельность организаций;	Не знает	Фрагментарные знания теоретических основ, задач, принципов и этапов бизнес - планирования на предприятии; содержания, структуры и последовательности разработки бизнес-плана; законодательных и нормативных правовых актов, регламентирующих предпринимательскую деятельность	Общие, но не структурированные знания теоретических основ, задач, принципов и этапов бизнес - планирования на предприятии; содержания, структуры и последовательности разработки бизнес-плана; законодательных и нормативных правовых актов, регламентирующих предпринимательскую деятельность.	Сформированное, но содержащее отдельные пробелы знание теоретических основ, задач, принципов и этапов бизнес - планирования на предприятии; содержания, структуры и последовательности разработки бизнес-плана; законодательных и нормативных правовых актов, регламентирующих предпринимательскую деятельность	Сформированное систематизированное прочное знание теоретических основ, задач, принципов и этапов бизнес - планирования на предприятии; содержания, структуры и последовательности разработки бизнес-плана; законодательных и нормативных правовых актов, регламентирующих предпринимательскую деятельность
Уметь: - разрабатывать бизнес-планы конкретных проектов;	Не умеет	Частично освоенные умения разрабатывать бизнес-планы конкретных проектов	В целом освоенное, но не подкрепляемое знаниями и самостоятельностью реализации умение	В целом сформированное и самостоятельно реализуемое, но не всегда	Успешно сформированное, самостоятельно и осознанно реализуемое

			разрабатывать бизнес-планы конкретных проектов	интеллектуально обоснованное умение разрабатывать бизнес-планы конкретных проектов	умение разрабатывать бизнес-планы конкретных проектов
Владеть: - методикой бизнес-планирования предпринимательской деятельности и навыками разработки бизнес-планов предприятия	Не владеет	Фрагментарно сформированные навыки владения методикой бизнес-планирования предпринимательской деятельности и навыками разработки бизнес-планов предприятия	В целом сформированные, но реализуемые на элементарном уровне навыки владения методикой бизнес-планирования предпринимательской деятельности и навыками разработки бизнес-планов предприятия	Сформированные, но не устойчивые в сложных ситуациях навыки владения методикой бизнес-планирования предпринимательской деятельности и навыками разработки бизнес-планов предприятия	Успешно сформированные, устойчивые, технологически грамотно реализуемые навыки владения методикой бизнес-планирования предпринимательской деятельности и навыками разработки бизнес-планов предприятия
УК-9.2. Принимает обоснованные экономические решения в профессиональных задачах					
Знать: - состав и назначение финансовых ресурсов предприятия, структуру доходов и расходов предприятия, их классификацию; - понятие и сущность себестоимости продукции (услуги) как экономической категории, ее виды, резервы и факторы снижения себестоимости; - основные принципы и	Не знает	Фрагментарные знания состава и назначения финансовых ресурсов предприятия, структуры доходов и расходов предприятия, их классификации; понятий и сущности себестоимости продукции (услуги) как экономической категории, ее видов, резервов и факторов снижения	Общие, но не структурированные знания состава и назначения финансовых ресурсов предприятия, структуры доходов и расходов предприятия, их классификации; понятий и сущности себестоимости продукции (услуги) как экономической	Сформированное, но содержащее отдельные пробелы знание состава и назначения финансовых ресурсов предприятия, структуры доходов и расходов предприятия, их классификации; понятий и сущности себестоимости продукции (услуги)	Сформированное систематизированное прочное знание состава и назначения финансовых ресурсов предприятия, структуры доходов и расходов предприятия, их классификации; понятий и сущности

задачи учета затрат и калькулирования себестоимости продукции компании; - виды рисков в проекте, методы их анализа и оценки, снижения уровня рисков.		себестоимости; основных принципов и задач учета затрат и калькулирования себестоимости продукции компании; видов рисков в проекте, методов их анализа и оценки, снижения уровня рисков.	категории, ее видов, резервов и факторов снижения себестоимости; основных принципов и задач учета затрат и калькулирования себестоимости продукции компании; видов рисков в проекте, методов их анализа и оценки, снижения уровня рисков.	как экономической категории, ее видов, резервов и факторов снижения себестоимости; основных принципов и задач учета затрат и калькулирования себестоимости продукции компании; видов рисков в проекте, методов их анализа и оценки, снижения уровня рисков.	себестоимости продукции (услуги) как экономической категории, ее видов, резервов и факторов снижения себестоимости; основных принципов и задач учета затрат и калькулирования себестоимости продукции компании; видов рисков в проекте, методов их анализа и оценки, снижения уровня рисков.
Уметь: - использовать прикладные программы, применяемые для разработки бизнес-планов;	Не умеет	Частично освоенные умения использовать прикладные программы, применяемые для разработки бизнес-планов;	В целом освоенное, но не подкрепляемое знаниями и самостоятельностью реализация умение использовать прикладные программы, применяемые для разработки бизнес-планов;	В целом сформированное и самостоятельно реализуемое, но не всегда интеллектуально обоснованное умение использовать прикладные программы, применяемые для разработки бизнес-планов;	Успешно сформированное, самостоятельно и осознанно реализуемое умение использовать прикладные программы, применяемые для разработки бизнес-планов;

Владеть: - навыками организации бизнес-планирования для обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана; - современными методами планирования и управления в бизнесе	Не владеет	Фрагментарно сформированные навыки организации бизнес-планирования для обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана; владения современными методами планирования и управления в бизнесе	В целом сформированные, но реализуемые на элементарном уровне навыки организации бизнес-планирования для обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана; владения современными методами планирования и управления в бизнесе	Сформированные, но не устойчивые в сложных ситуациях навыки организации бизнес-планирования для обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана; владения современными методами планирования и управления в бизнесе	Успешно сформированные, устойчивые, технологически грамотно реализуемые навыки организации бизнес-планирования для обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана; владения современными методами планирования и управления в бизнесе
ОПК-4-Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности ОПК-4.1- Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.					
Знать: - методы сбора и анализа социологических данных о запросах и потребностях общества и отдельных аудиторных групп	Не знает	Фрагментарные знания о методах сбора и анализа социологических данных о запросах и потребностях общества и отдельных аудиторных групп	Общие, но не структурированные знания о методах сбора и анализа социологических данных о запросах и потребностях общества и отдельных аудиторных групп	Сформированное, но содержащее отдельные пробелы знание о методах сбора и анализа социологических данных о запросах и потребностях общества и отдельных аудиторных групп	Сформированное систематизированное прочное знание о методах сбора и анализа социологических данных о запросах и потребностях общества и отдельных аудиторных групп
Уметь: - использовать инструменты	Не умеет	Частично освоенные умения использовать	В целом освоенное, но не подкрепляемое	В целом сформированное и	Успешно сформированное,

поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов в рамках бизнес-плана;		инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов в рамках бизнес-плана;	знаниями и самостоятельностью реализации умение использовать инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов в рамках бизнес-плана;	самостоятельно реализуемое, но не всегда интеллектуально обоснованное умение использовать инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов в рамках бизнес-плана;	самостоятельно и осознанно реализуемое умение использовать инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов в рамках бизнес-плана;
Владеть: - навыками использования основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий.	Не владеет	Фрагментарно сформированные навыки использования основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий.	В целом сформированные, но реализуемые на элементарном уровне навыки использования основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий.	Сформированные, но не устойчивые в сложных ситуациях навыки использования основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий.	Успешно сформированные, устойчивые, технологически грамотно реализуемые навыки использования основных инструментов поиска информации о текущих запросах и

					потребностях целевых аудиторий.
ОПК-4.2-Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.					
Знать: - методы анализа внешней среды в процессе бизнес-планирования.	Не знает	Фрагментарные знания методов анализа внешней среды в процессе бизнес-планирования	Общие, но не структурированные знания методов анализа внешней среды в процессе бизнес-планирования	Сформированное, но содержащее отдельные пробелы знание методов анализа внешней среды в процессе бизнес-планирования	Сформированное систематизированное прочное знание методов анализа внешней среды в процессе бизнес-планирования
Уметь: - осуществлять разработку бизнес-плана в соответствии с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	Не умеет	Частично освоенные умения осуществлять разработку бизнес-плана в соответствии с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	В целом освоенное, но не подкрепляемое знаниями и самостоятельностью реализации умение осуществлять разработку бизнес-плана в соответствии с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	В целом сформированное и самостоятельно реализуемое, но не всегда интеллектуально обоснованное умение осуществлять разработку бизнес-плана в соответствии с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп коллективами.	Успешно сформированное, самостоятельно и осознанно реализуемое умение осуществлять разработку бизнес-плана в соответствии с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
Владеть: - навыками учета основных характеристик целевой аудитории в процессе бизнес-планирования.	Не владеет	Фрагментарно сформированные навыки учета основных характеристик целевой аудитории в процессе	В целом сформированные, но реализуемые на элементарном уровне навыки учета	Сформированные, но не устойчивые в сложных ситуациях навыки учета основных	Успешно сформированные, устойчивые, технологически грамотно

		бизнес-планирования.	основных характеристик целевой аудитории в процессе бизнес-планирования.	характеристик целевой аудитории в процессе бизнес-планирования.	реализуемые навыки распределения и делегирования полномочий при осуществлении бизнес-планирования.
--	--	-----------------------------	---	--	---

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Критерии оценивания знаний на зачете с оценкой и экзамене:

В ходе промежуточной аттестации выставление оценки по дисциплине осуществляется с учетом результатов текущего контроля (на основании которых студент допускается к зачету с оценкой и экзамену) и ориентацией на критерии оценивания сформированности компетенций следующим образом:

- Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если: он обнаруживает высокий, продвинутый уровень сформированности компетенций (5+), глубоко и прочно усвоил программный материал дисциплины, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами и вопросами, причем не затрудняется с ответами при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач; выполнил работу по разработке бизнес-плана/курсового проекта в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности действий; подготовил доклад-презентацию и итоговый групповой отчет по бизнес-плану (текстовая часть курсового проекта), успешно выступил с докладом-презентацией в составе группы;

- Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если: он обнаруживает повышенный уровень сформированности компетенций (4), твердо знает материал курса, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения; выполнил работу по разработке бизнес-плана/курсового проекта в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности действий, однако в докладе-презентации и письменном отчете по бизнес-плану (текстовой части курсового проекта) допустил незначительные ошибки, хорошо при выступлении с докладом-презентацией в составе группы допустил некоторые неточности в изложении содержательной части и оценке финансовых результатов бизнес-плана/курсового проекта;

- Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если: он обнаруживает пороговый уровень сформированности компетенций (3), имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических задач; выполнил работу по разработке бизнес-плана/курсового проекта не полностью, при этом в

докладе-презентации и письменном отчете по бизнес-плану (текстовой части курсового проекта) были допущены ошибки, однако объем выполненной части позволяет получить правильные результаты и выводы; удовлетворительно выступил с докладом-презентацией в составе группы, но смог выстроить логику изложения материала и донести до аудитории основную идею и содержательную часть бизнес-плана/курсового проекта;

- Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если: он обнаруживает недостаточное освоения порогового уровня сформированности компетенций (2), не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно; практическую работу по разработке бизнес-плана/курсового проекта выполнил не полностью, объем выполненной работы не позволяет сделать правильных выводов, при выступлении с докладом-презентацией в составе группы нарушил логику изложения материала и не смог донести до аудитории основную идею и содержательную часть бизнес-плана/курсового проекта, а также, если он не явился на экзамен или отказался от его сдачи, не знает программный материал и не способен решить практические задачи, что соответствует «нулевому» уровню сформированности компетенций (1).

Критерии оценивания доклада-презентации на зачете с оценкой и экзамене:

- Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если: содержание доклада-презентации соответствует заявленной теме бизнес-плана/курсового проекта и в полной мере её раскрывает; представлен достаточный объём расчетно-аналитической информации по бизнес-плану/курсовому проекту; изложение материала логично, доступно, на основе представленной презентации формируется полное понимание тематики, структуры и содержания бизнес-плана/курсового проекта;

- Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если: содержание доклада-презентации бизнес-плана/курсового проекта, за исключением отдельных моментов, соответствует заявленной теме, тема раскрыта, но не в полном объёме; расчётно-аналитическая информация представлена не в полном объеме; в отдельных случаях нарушена логика в изложении материала и упущены некоторые детали, содержание бизнес-плана/курсового проекта излагается не вполне доступно;

- Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если: содержание доклада соответствует заявленной теме бизнес-плана/курсового проекта, но раскрыта малая часть темы бизнес-плана/курсового проекта; расчётно-аналитической информации

недостаточно для оценки эффективности бизнес-плана; в изложении материала частично отсутствует логика, не полностью раскрыты основная идея и содержание бизнес-плана/курсового проекта;

- Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если: содержание доклада лишь частично соответствует заявленной теме бизнес-плана/курсового проекта, не раскрыта тема бизнес-плана/курсового проекта; расчётно-аналитической информации необходимая для оценки эффективности бизнес-плана практически отсутствует; в изложении материала отсутствует логика, не раскрыты основная идея и содержание бизнес-плана/курсового проекта.

Критерии оценивания итогового группового отчета по бизнес-плану (текстовой части курсового проекта) на зачете с оценкой и экзамене:

- Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если: итоговый групповой отчет по бизнес-плану (текстовая часть курсового проекта) выполнен в полном объеме; представлена основная литература по заявленной теме бизнес-плана/курсового проекта, оформление списка использованной литературы полностью соответствует ГОСТ; представлены ссылки на все работы списка использованной литературы; итоговый групповой отчет отличается глубиной проработки всех разделов содержательной части бизнес-плана (курсового проекта), отчет (текстовая часть курсового проекта) оформлен надлежащим образом с соблюдением общепринятых требований;

- Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если: итоговый групповой отчет по бизнес-плану (текстовая часть курсового проекта) выполнен в полном объеме и оформлен с соблюдением общепринятых требований, но при этом имеются некоторые недостатки: имеются некоторые погрешности в проработке отдельных разделов содержательной части бизнес-плана (курсового проекта), присутствуют мелкие погрешности в части оформления текста и списка использованной литературы.

- Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если: итоговый групповой отчет по бизнес-плану (текстовая часть курсового проекта) выполнен в полном объеме, но без достаточной проработки отдельных разделов бизнес-плана; имеет место несвязность текста, а также слабое расчетно-аналитическое обоснование реализуемости и эффективности разработанного бизнес-плана, в оформлении работы присутствуют грубые ошибки;

- Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если итоговый групповой отчет по бизнес-плану (текстовая часть курсового проекта) выполнен не в полном объеме, тема бизнес-плана раскрыта не полностью, отсутствует детальная проработка разделов бизнес-плана и расчетно-аналитическое обоснование его реализуемости и эффективности;

текстовая часть отчёта/курсового проекта содержит явное несоответствие структуры и содержания бизнес-плана заявленной тематике, допущены грубые нарушения в оформлении текста и списка использованной литературы (несоблюдение ГОСТов и общепринятых правил).

Порядок проведения промежуточной и итоговой аттестации по дисциплине для инвалидов и лиц с ОВЗ предусмотрен Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

5. ДИАГНОСТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ УРОВЕНЬ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Компетенция УК-1-Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

Обучающийся знает: принципы сбора, отбора и обобщения информации, необходимой для разработки бизнес-плана; методики системного подхода для решения профессиональных задач.

Обучающийся умеет: анализировать и систематизировать разнородные данные; анализировать и оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в процессе бизнес-планирования.

Обучающийся владеет: навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; методами принятия решений в процессе бизнес-планирования.

ЗАДАНИЯ ЗАКРЫТОГО ТИПА (10 заданий)

Знать (примерный перечень тестовых заданий):

Правильный вариант ответа отмечен знаком «+»

Вариант 1.

1. Оперативный план содержит:

- Перспективные направления развития предприятия
- + Точно поставленные цели с описанием мероприятий по их достижению
- Примерные задачи для каждого структурного подразделения сроком до 2 лет

2. Основные функции планирования на предприятии следующие:

- Руководство, прогнозирование, регулирование, контроль
- Обеспечение, регулирование, контроль
- + Руководство, обеспечение, координирование, регулирование, анализ и контроль

3. Методы планирования на предприятии:

- + Расчетно-аналитический, балансовый, экономико-математический, программно-целевой, графоаналитический
- Аналитический, синтетический, балансовый
- Базисных индексов, экономико-математический, балансовый

4. Виды планирования на предприятии:

- Оперативное, стратегическое

- Производственное, структурное, оперативное
- + Текущее, тактическое, стратегическое, генерально-целевое

5. Методы планирования прибыли предприятия:

- Дедуктивный, индуктивный
- + Аналитический, прямого счета, совмещенного расчета
- Балансовый, аналитический, программно-целевой

6. Принципы планирования на предприятии:

- Точность, организованность, целенаправленность
- Непрерывность, очередность, единство, участие, доказательность
- + Непрерывность, гибкость, участие, точность, единство

Тест. 7. Расположите этапы планирования на предприятии в правильной последовательности:

- Определение целей и задач; оценка ресурсов; определение временных рамок и методов оценки; образование команды; управление рисками
- + Оценка ресурсов; определение целей и задач; определение приоритетов целей и задач; образование команды; определение временных рамок и методов оценки; создание конкурентных преимуществ; управление рисками и разработка альтернативного плана действий
- Оценка ресурсов; оценка рисков; образование команды; определение целей и задач; определение временных рамок и методов оценки; внедрение плана

8. Методы финансового планирования на предприятии:

- + Балансовый, расчетно-аналитический, нормативный, программно-целевой, экономико-математическое моделирование
- Издержек и прибылей, балансовый, аналитический, базисно-индексный
- Программно-целевой, балансовый, графический, аналитический

9. Роль планирования в деятельности предприятия связывают с:

- Трудовыми ресурсами
- Трудовыми и финансовыми ресурсами
- + Финансовыми ресурсами и, в первую очередь, с деньгами

10. Целью планирования деятельности организации является:

- Обоснование расхода всех видов ресурсов
- + Определение целей, средств и сил
- Определение будущей прибыли

11. В чем заключается задача балансового метода планирования?

- Оптимальное распределение издержек и прибыли
- Поиск альтернативных вариантов вложения инвестиций

+ Обеспечение соответствия между распределяемыми потребностями и возможными ресурсами

12. Каким образом лучше оценивать эффективность разработанных планов?

+ Через систему натуральных и финансовых показателей

- Через систему натуральных и стоимостных показателей

- Через систему базисных и индексных коэффициентов

13. Какую цель преследует бизнес-план?

+ Привлечь денежные средства

- Расширить ассортимент продукции

- Выпустить запланированный объем продукции

14. Какой раздел плана развития предприятия принято считать основным?

- Маркетинговый и сбытовой план

+ Производственная программа

- План технического развития

15. Каким разделом завершают бизнес-план?

- Резюме

+ Финансовый план

- Маркетинговый план

16. При разработке производственной программы опираются на:

+ Информацию о спросе физических и юридических лиц на продукцию предприятия

- Резервы мощностей предприятия

- Актуальные макроэкономические явления в стране

17. Определение каких видов заработной платы предусматривает планирование фонда оплаты труда?

+ Средней, основной, дополнительной

- Почасовой, номинальной, средней

- Номинальной, средней, премиальной

18. Какой из методов считается наиболее эффективным средством планирования прибыли?

- Расчет амортизационных отчислений линейным способом на минимальный срок

+ Определение точки безубыточности

- Бюджетирование и контроллинг

19. Что является объектом финансового планирования?

- Формирование фондов обращения и накопления

+ Размер и направление потоков денежных средств

- Формирование производственного фонда, фонда оплаты труда и резервного фонда

20. Какие статьи включают в раздел бизнес-плана «Инвестиционная деятельность»?

- + Затраты на НИОКР, капитальные вложения непроизводственного характера
- Эмиссия ценных бумаг, затраты на НИОКР
- Затраты на НИОКР, выплата дивидендов, долгосрочные капитальные вложения

Вариант 2.

1. Распределение на правах исключительности (эксклюзивное) означает:

- а) намеренное резкое ограничение числа посредников на каждом уровне канала и их исключительные права на продажу товаров +
- б) использование оптовых и розничных посредников с целью предоставления им возможности сочетать престижный образ товара с хорошим объемом продаж и контролем над движением товаров
- в) максимально широкое распространение товара между посредниками исключительно для удобства покупателей

2. Верны ли утверждения:

- 1. Рассчитываемые в единицах времени показатели оборачиваемости характеризуют фондоотдачу соответствующих элементов основного и оборотного капитала, а выраженные в единицах – скорость их превращения в ликвидную форму
- 2. Оборачиваемость дебиторской задолженности характеризует среднюю скорость обращения счетов к оплате

- а) только 1
- б) только 2
- в) оба верны
- г) нет верного ответа +

3. Основными результатами ... анализа рисков являются: выявление конкретных рисков инвестиционного проекта и порождающих их причин, анализ и стоимостной эквивалент гипотетических последствий возможной реализации отмеченных рисков, предложение мероприятий по минимизации ущерба и их стоимостная оценка:

- а) количественного
- б) разового
- в) качественного +

4. Коммерческий риск:

- а) риск принятия маркетинговых решений +

б) неритмичность загрузки оборудования

в) несвоевременная оплата труда

5. Верны ли утверждения:

1. Коэффициент общей ликвидности показывает, в какой степени текущие обязательства покрываются текущими активами

2. Коэффициент общей ликвидности называют также коэффициентом оборачиваемости

а) только 1 +

б) только 2

в) оба верны

6. При всех прочих благоприятных характеристиках проект будет принят к реализации только при выполнении следующего условия:

а) наличие источников финансирования

б) получение прибыли, обеспечивающей рентабельность инвестиций не ниже желательного для предприятия уровня +

в) государственная поддержка

7. При всех прочих благоприятных характеристиках проект будет принят к реализации только при выполнении следующего условия:

а) государственная поддержка

б) наличие источников финансирования

в) возмещение вложенных средств за счет доходов от реализации +

8. При всех прочих благоприятных характеристиках проект будет принят к реализации только при выполнении следующего условия:

а) окупаемости инвестиций в пределах приемлемого срока +

б) наличие источников финансирования

в) государственная поддержка

9. Соотношение спроса, предложения, цены в конкретный момент называется ... рынка:

а) емкость

б) эластичность

в) конъюнктура +

10. При составлении бизнес-плана используется:

а) макроэкономические показатели

б) бухгалтерская информация +

в) список лицензий

11. Такой риск возникает в процессе реализации закупленных (произведенных) товаров и оказания услуг:

- а) коммерческий +
- б) технический
- в) рыночный

12. Инвестиционные издержки, текущие затраты (без амортизации), налоги и отчисления, погашение займов и выплата процентов, выплата дивидендов:

- а) общие затраты
- б) отток денежных средств +
- в) расходы на производство

13. Вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей людей посредством обмена:

- а) маркетинг +
- б) рынок
- в) базар

14. Внешние издержки:

- а) издержки упущенных возможностей иначе применить факторы, вводимые в процесс трансформации экономических ресурсов в экономические блага
- б) совокупные издержки, приходящиеся на единицу объёма выпуска
- в) плата за ресурсы физическим и юридическим лицам, которые не входят в число работников или владельцев данной фирмы. Например, зарплата работников по найму (не входящих в число работников фирмы), выплаты за сырьё (кроме собственной добычи) и др. +

15. Индекс прибыльности является эффектом инвестиционного проекта:

- а) нет +
- б) да
- в) иногда

16. Чаще всего применяют на начальных этапах работы с инвестиционным проектом в случае, если объем исходной информации является недостаточным для количественной оценки эффективности:

- а) метод аналогий
- б) экспертный метод с применением «вопросников» +
- в) метод анализа уместности затрат

17. Верны ли утверждения:

1. Индекс доходности инвестиций относятся к простым методам обоснования бизнес-проектов
2. Одним из простых методов обоснования бизнес-проектов относится

а) только 1 +

б) только 2

в) оба варианта верны

18. Для проведения сегментации рынка по группам продуктов (услуг) в соответствии с наиболее важными для его продвижения на рынке параметрами используют метод:

а) экстраполяции

б) двойной сегментации +

в) интерполяции

19. Детализированное представление активов, обязательств и собственного капитала предприятия в денежном выражении на конкретный момент времени:

а) смета

б) расходы

в) баланс +

20. Комплексный анализ рынка:

а) привязка товара к свободным производственным мощностям

б) оценка существующей конъюнктуры +

в) определение собственных потребностей

21. Маркетинговая (ые, ое) ... — это систематическая работа по анализу требований рынка, конкурентов и покупателей, а также по реализации ее результатов в производственной программе фирмы:

а) деятельность +

б) планирование

в) исследования

22. Венчурное финансирование — финансирование деятельности с повышенным риском потерь, а в случае удачи — с высокой нормой прибыли:

а) нет

б) да +

в) в некоторых случаях

23. Страхование — система экономических отношений, включающая образование специального фонда средств и использование его для возмещения ущерба от неблагоприятных событий:

а) нет

б) зависит от случаев страхования

в) да +

24. Коэффициент восстановления платежеспособности указывает на:

- а) уровень долговой зависимости
- б) возможность восстановления платежеспособности в течении прогнозируемого периода деятельности +
- в) вероятность банкротства

25. К внешним рискам относят риски, связанные с:

- а) иммиграционной политикой
- б) уровнем автоматизации управлением фирмы
- в) экономической ситуацией в обществе +

26. К пассивам относятся:

- а) денежные средства
- б) краткосрочные обязательства +
- в) нематериальные активы

27. К пассивам относятся:

- а) долгосрочные обязательства +
- б) нематериальные активы
- в) дебиторская задолженность

28. Конкурентоспособность товара:

- а) минимизация эксплуатационных расходов
- б) качество упаковки
- в) комплекс потребительских характеристик, отвечающих требованиям рынка +

29. Затраты в бизнес-проекте оцениваются как:

- а) единовременные и текущие +
- б) нецелесообразные
- в) спекулятивные

30. Образование холдингов позволяет:

- а) сократить текучесть кадров
- б) объединить финансовые ресурсы +
- в) унифицировать выпуск продукции

ЗАДАНИЯ ОТКРЫТОГО ТИПА (15 заданий, из них 5 – с развернутым ответом)

Уметь (примерный перечень практических задач)

Задание 1. Для каждого из ниже перечисленных бизнес-проектов рассчитайте IRR и NPV, если значения коэффициента дисконтирования равно 20%:

Проекты	IC	P1	P2	P3	P4	P5
A	-370	-	-	-	-	1000
B	-240	60	60	60	60	60
C	-263,5	100	100	100	100	100

Решение задачи:

Для определения целесообразности инвестиций необходимо, прежде всего, рассчитать такой показатель, как чистый дисконтированный доход. Чистый дисконтированный доход – это текущая стоимость будущих доходов (разности поступлений и затрат) за минусом инвестиционных затрат. Чистый дисконтированный доход определяется как сумма текущих эффектов за весь расчетный период, приведенная к начальному шагу, или это превышение интегральных результатов над интегральными затратами.

Если стоимость капитала (ставка дисконтирования) неизменна на всем протяжении проекта и составляет 20%, то чистый дисконтированный доход равен:

- по проекту А = 31,9 ден. ед.;
- по проекту В = -60,6 ден. ед.;
- по проекту С = 35,6 ден. ед.

Проект целесообразно реализовать при условии положительной величины чистого дисконтированного дохода. Результаты расчета показали, что проект В реализовать нецелесообразно, поскольку полученное значение NPV меньше нуля. А если выбирать из проектов А и С, то предпочтение следует отдать проекту С, поскольку данный проект генерирует максимальную величину NPV.

Внутреннюю норму доходности можно охарактеризовать и как дисконтную ставку, по которой чистый дисконтированный доход в процессе дисконтирования будет приведен к нулю.

Внутренняя ставка доходности:

- по проекту А = 0,224 (22,4%);
- по проекту В = 0,087 (8,7%);
- по проекту С = 0,264 (26,4%).

Таким образом, и по критерию максимума внутренней нормы доходности целесообразно отдать предпочтение проекту С.

Задание 2. Выберите наиболее выгодный вариант вложения капитала.

Условие. По первому варианту при капиталовложениях 960 тыс. руб. прибыль составит 390 тыс. руб. По второму варианту при капиталовложениях 1250 тыс. руб. прибыль составит 430 тыс. руб.

Решение задачи:

Для выбора наиболее выгодного варианта осуществляем расчет соотношения прибыли и суммы капиталовложений. По первому варианту этот показатель составляет:

$$390/960=0,406 \text{ руб./руб.};$$

по второму варианту:

$$430/1250=0,344 \text{ руб./руб.}$$

Таким образом, несмотря на то, что второй вариант вложения капитала позволяет получить более высокую прибыль, первый вариант вложения капитала обеспечивает более высокую отдачу на вкладываемый капитал. Исходя из этого критерия, предпочтение следует отдать первому варианту.

Задание 3. Определите какую систему обогрева (водяную или электрическую) следует включить в бизнес-проект реконструкции здания офисного центра. Коэффициент дисконтирования при анализе принимается на уровне 10%.

Срок службы водяной системы отопления равен 5 годам, а дисконтированные текущие затраты по ее созданию и поддержанию составят за этот срок 100 млн. руб.

Для системы электрообогрева аналогичные показатели составляют 7 лет и 120 млн. руб.

Какому варианту следует отдать предпочтение?

Решение задачи:

Определяем годовые дисконтированные затраты по двум вариантам:

1-й вариант:

$$100/5=20 \text{ млн. руб.};$$

2-й вариант:

$$120/7=17,1 \text{ млн. руб.}$$

Таким образом, предпочтение следует отдать второму варианту, т.к. он обеспечивает минимальные годовые затраты.

Задание 4. В рассмотрении находится бизнес-проект, согласно которому необходимо вложить 10 тыс. у.е. Среднегодовой доход бизнес-проекта составляет 3 тыс. у.е. Найти срок окупаемости, выраженный в годах и месяцах.

Решение задачи:

В данном случае рассчитывается недисконтированный срок окупаемости. Формула расчета при условии получения равномерного дохода имеет вид:

$$T=I/D,$$

где I – сумма инвестиций, тыс. у.е.,

D – среднегодовой доход, тыс. у.е.

Осуществляем расчет:

$$T=10/3=3,33 \text{ года.}$$

или 3 года и 4 месяца ($0,33 \cdot 12$).

Задание 5. Бизнес-проект, требующий инвестиций в размере 180000 руб., предполагает получение годового дохода – 30000 руб. Определите срок окупаемости проекта.

Решение задачи:

Срок окупаемости – это период времени, необходимый для того, чтобы доходы, генерируемые инвестициями (Д), покрыли затраты на инвестиции (И). Исходя из этого, формулу расчета срока окупаемости можно записать следующим образом:

$$P = I / D.$$

Осуществляем расчет:

$$P = 180000 / 30000 = 6 \text{ лет.}$$

Если такой срок окупаемости является приемлемым для инвестора, то инвестиции считаются целесообразными.

Задание 6. Имеются два бизнес-проекта: ИП1 и ИП2 с одинаковой прогнозной суммой требуемых капитальных вложений. Величина планируемого дохода (тыс. руб.) неопределенна и приведена в виде распределения вероятностей (табл.). Оценить рискованность каждого проекта, используя критерий отбора – «максимизация математического ожидания дохода».

Характеристика проектов по доходам и вероятностям его получения:

Инвестиционный проект ИП1

Доход, тыс. руб.	Вероятность (В)
2500	0,15
3000	0,20
3500	0,35
5000	0,20
6000	0,10

Инвестиционный проект ИП2

Доход, тыс. руб.	Вероятность (В)
1500	0,10
2500	0,15
4000	0,30
5000	0,30

7000	0,15
------	------

Решение задачи:

По проекту ИП1 математическое ожидание дохода составляет:

$$2500 \cdot 0,15 + 3000 \cdot 0,20 + 3500 \cdot 0,35 + 5000 \cdot 0,20 + 6000 \cdot 0,10 = 3800 \text{ тыс. руб.}$$

По проекту ИП2 математическое ожидание дохода составляет:

$$1500 \cdot 0,10 + 2500 \cdot 0,15 + 4000 \cdot 0,30 + 5000 \cdot 0,30 + 7000 \cdot 0,15 = 4275 \text{ тыс. руб.}$$

Таким образом, по критерию математического ожидания дохода предпочтение следует отдать инвестиционному проекту ИП2, поскольку по этому варианту ожидается наибольшая величина дохода.

Задание 7. Анализируются бизнес-проекты (долл.):

	IC	P1	P2
A	-5000	3500	3000
B	-2500	1500	1800

Ранжируйте проекты по категориям IRR, PP, NPV, если $i=13\%$.

Решение задачи:

Для определения целесообразности инвестиций необходимо, прежде всего, рассчитать такой показатель, как чистый дисконтированный доход. Чистый дисконтированный доход – это текущая стоимость будущих доходов (разности поступлений и затрат) за минусом инвестиционных затрат. Чистый дисконтированный доход определяется как сумма текущих эффектов за весь расчетный период, приведенная к начальному шагу, или это превышение интегральных результатов над интегральными затратами.

Результаты расчета чистого дисконтированного дохода по проекту A = 446 долл., по проекту B = 237 долл. Проект целесообразно реализовать при условии положительной величины чистого дисконтированного дохода. Результаты расчета показали, что оба проекта реализовать целесообразно. А если выбирать из проектов A и B, то предпочтение следует отдать проекту A. Внутреннюю норму доходности можно охарактеризовать и как дисконтную ставку, по которой чистый дисконтированный доход в процессе дисконтирования будет приведен к нулю. Результаты расчета данного показателя по проекту A = 20%, по проекту B = 20%. Таким образом, по данному критерию оба проекта являются равноценными.

Период окупаемости является одним из наиболее распространенных и понятных показателей оценки эффективности инвестиционного проекта. Период окупаемости для разных условий реализации проектов по проекту A = 1,84 года, по проекту B = 1,83 года. И по данному

критерию рассматриваемые проекты являются практически равноценными. Таким образом, исходя из максимума чистого приведенного дохода, следует выбрать проект А.

Задание 8. Имеются три бизнес-проекта А, В, С, начальная стоимость которых и планируемые потоки доходов по годам приведены в таблице:

Проект	C0	C1	C2	C3
А	120	60	40	80
В	130	70	40	70
С	140	80	30	60

Пусть приемлемый срок реализации каждого проекта составляет 2,5 года, а ставка дисконта оценивается в 15% годовых. Выберите проект, пользуясь правилом срока окупаемости. Обоснуйте свой выбор.

Решение задачи:

Период окупаемости является одним из наиболее распространенных и понятных показателей оценки эффективности инвестиционного проекта.

Результаты расчетов:

- по проекту А: 2,67 года;
- по проекту В: 2,84 года;
- по проекту С: 3,19 года.

Пользуясь правилом срока окупаемости, из нескольких взаимоисключающих проектов выбирают проект с минимальным сроком окупаемости, т.е. проект А. Тем не менее, и данный проект не удовлетворит инвестора, поскольку приемлемый срок реализации каждого проекта составляет 2,5 года.

Задание 9. Подсчитайте реальную стоимость заемного капитала для реализации бизнес-проекта, взятого в банке в размере 10 тыс. рублей при ставке 10%, если общий уровень цен к концу года повысился на 20%.

Решение задачи:

Стоимость займа – это сумма процентов, которую уплатит заемщик за предоставленный ему займ. Номинальная стоимость займа – это сумма процентов, выраженная в текущих ценах:

$$П_{ном} = K * p / 100,$$

где К – сумма предоставленного займа,

р – процентная ставка, %.

$$П_{ном} = 10000 * 10 / 100 = 1000 \text{ руб.}$$

Реальная стоимость займа – это сумма процентов, скорректированная на инфляцию, которая имела место в период начисления процентов за пользование кредитом. Расчет реальной стоимости займа рассчитывается по формуле:

$$\text{Преал} = \text{Пном} / I,$$

где I – индекс цен.

Индекс цен рассчитывается по формуле:

$$I = 1 + i,$$

где i – уровень цен.

$$I = 1 + 0,20 = 1,20.$$

Таким образом, реальная стоимость займа составляет:

$$\text{Преал} = 1000 / 1,20 = 833 \text{ руб.}$$

Полученное значение говорит о том, что получаемая через год сумма в размере 1000 руб. и имеющаяся в настоящее время сумма в размере 833 руб. эквивалентны между собой.

Задание 10. Рассмотрите бизнес-проект, который осуществляется тремя фирмами и двумя банками. Определите денежные потоки и оттоки (расставьте знаки «-», «+»). Проверьте, достаточно ли на данном этапе денежных средств для осуществления проекта.

Денежные потоки описываются в таблице:

№	Наименование элемента денежного потока	Значение
1	Выручка от реализации (с НДС, акцизами и пошлинами)	2100 единиц
2	Производственные затраты (с НДС за материальные затраты)	600 единиц
3	Налоги, получаемые государством	500 единиц
4	Поток фирмы № 1 (фирма получает деньги на этом шаге)	600 единиц
5	Поток фирмы № 2 (фирма получает деньги на этом шаге)	700 единиц
6	Поток фирмы № 3 (фирма вкладывает деньги на этом шаге)	200 единиц
7	Поток банка № 1 (получение банком процентов)	100 единиц
8	Поток банка № 2 (выдача банком займа)	300 единиц

Определите денежные потоки и оттоки.

Решение задачи:

№	Наименование элемента денежного потока	Значение
---	--	----------

1	Выручка от реализации (с НДС, акцизами и пошлинами)	+2100 единиц
2	Производственные затраты (с НДС за материальные затраты)	-600 единиц
3	Налоги, получаемые государством	-500 единиц
4	Поток фирмы № 1 (фирма получает деньги на этом шаге)	-600 единиц
5	Поток фирмы № 2 (фирма получает деньги на этом шаге)	-700 единиц
6	Поток фирмы № 3 (фирма вкладывает деньги на этом шаге)	+200 единиц
7	Поток банка № 1 (получение банком процентов)	-100 единиц
8	Поток банка № 2 (выдача банком займа)	+300 единиц

В проекте на этом шаге в качестве притоков выступают выручка от реализации; поток фирмы 3 (фирма вкладывает в проект 200 единиц); заем в 300 единиц, получаемый от банка 2. Все они приведены со знаком «плюс». Оттоками на том же шаге являются: производственные затраты (с налогами, входящими в цену, НДС, акцизами и пошлинами), но без других налогов; налоги, получаемые государством, в сумме 500 единиц; потоки фирм 1 и 2 (эти фирмы получают из проекта соответственно 600 и 700 единиц); проценты по займу, получаемые банком 1, равные 100 единицам. Все они приведены со знаком «минус».

Для того, чтобы проверить достаточность средств на этом шаге, находим сумму (со знаками) всех элементов потока:

$$2100+(-600)+(-500)+(-600)+(-700)+200+(-100)+300=100 \text{ единиц.}$$

Так как эта полученная сумма положительная, следовательно, средств для осуществления проекта на рассматриваемом шаге хватает. Если наращенная сумма аналогичных величин неотрицательная на любом шаге расчета, проект является финансово реализуемым; в противном случае – финансово нереализуемым.

Владеть (примерный перечень ситуационных заданий)

Задание 11. Если чистая дисконтированная стоимость бизнес-проекта отрицательна, то это означает, что:

- а) внутренняя норма доходности ниже ставки дисконтирования;
- б) внутренняя норма доходности выше ставки дисконтирования;
- в) внутренняя норма доходности равна ставке дисконтирования.

Объясните свой выбор.

Решение задачи:

Внутренняя норма доходности (IRR) – это коэффициент, показывающий максимально допустимый риск по инвестиционному проекту или минимальный приемлемый уровень доходности. Внутренняя норма доходности равна ставке дисконтирования, при которой чистый дисконтированный доход отсутствует, то есть равен нулю.

Данный показатель используется для оценки привлекательности инвестиционного проекта или для сопоставительного анализа с другими проектами. Для этого IRR сравнивают с эффективной ставкой дисконтирования, то есть с требуемым уровнем доходности проекта (r):

Значение IRR	Вывод
IRR больше r	Инвестиционный проект имеет внутреннюю норму доходности выше чем затраты на собственный и заемный капитал. Данный проект следует принять для дальнейшего анализа (при этом чистая дисконтированная стоимость проекта положительная)
IRR меньше r	Инвестиционный проект имеет норму доходности ниже чем затраты на капитал, это свидетельствует о нецелесообразности вложения в него (при этом чистая дисконтированная стоимость проекта отрицательная)
IRR= r	Внутренняя доходность проекта равна стоимости капитала, проект находится на минимально допустимом уровне и следует произвести корректировки движения денежных средств и увеличить денежные потоки (при этом чистая дисконтированная стоимость проекта равна нулю)

Таким образом, если чистая дисконтированная стоимость проекта отрицательна, то это означает, что IRR меньше r , т.е. внутренняя норма доходности ниже ставки дисконтирования.

Ответ – а.

Задание 12. Имеется бизнес-проект длительностью в 2 шага расчета, инвестиционные затраты $C_0=100$ тыс. рублей, а потоки денег по шагам расчета $C_1=(+50$ тыс. рублей) и $C_2=(+80$ тыс. рублей). Если ставка дисконта не изменится, а потоки денег поменяются местами: $C_1=(+80$ тыс. рублей) и $C_2=(+50$ тыс. рублей), то изменится ли величина NPV? Почему?

Решение задачи:

Для определения целесообразности инвестиций необходимо, прежде всего, рассчитать такой показатель, как чистый дисконтированный доход. Чистый дисконтированный доход – это текущая стоимость будущих доходов (разности поступлений и затрат) за минусом инвестиционных затрат. Чистый дисконтированный доход определяется как сумма текущих

эффектов за весь расчетный период, приведенная к начальному шагу, или это превышение интегральных результатов над интегральными затратами.

Если инвестиционные затраты равны 100 тыс. руб., а потоки денег по шагам расчета равны 50 тыс. руб. и 80 тыс. руб., то чистый дисконтированный доход будет равен 3,97 тыс. руб. Таким образом, положительное значение чистого дисконтированного дохода позволяет сделать вывод о целесообразности реализации данного инвестиционного проекта.

Если потоки денег поменяются местами: 80 тыс. руб. и 50 тыс. руб., то чистый дисконтированный доход составит 7,38 тыс. руб. И в данном случае проект является целесообразным, поскольку он генерирует положительный чистый дисконтированный доход.

Сумма NPV зависит от того, в какой последовательности будет получен доход (50 и 80 тыс. руб. или 80 и 50 тыс. руб.), поскольку, чем быстрее будет получен доход, тем большую ценность каждый рубль этого дохода будет иметь для инвестора. Второй из рассматриваемых вариантов предусматривает, что большая часть дохода будет получена на первом шаге расчетов (т.е. раньше, чем при первом варианте), а меньшая – на втором шаге.

Здесь следует отметить взаимосвязь двух факторов: времени и стоимости. Важнейший принцип инвестирования состоит в том, что стоимость актива меняется со временем. Со временем связана еще одна характеристика процесса инвестирования – риск. Хотя инвестиционный капитал имеет вполне определенную стоимость в начальный момент времени, его будущая стоимость в этот момент неизвестна. Для инвестора эта будущая стоимость есть ожидаемая величина. Другими словами, для инвестора рубль, полученный сегодня, имеет гораздо большую ценность, чем рубль, полученный завтра.

Задание 13. В одном из регионов производство современной экологической упаковки для разлива напитков размещено на многих предприятиях, которые одновременно являются потребителями этой упаковки. Обосновать целесообразность реализации бизнес-проекта по созданию специализированного производства упаковки, вычислить годовой экономический эффект и срок окупаемости дополнительных капитальных вложений при реализации проекта, если известны такие данные:

1. Средняя себестоимость одной упаковки на предприятиях-потребителях – 0,08 ден. ед. за штуку, на специализированном предприятии – 60 ден. ед. за 1 тыс. шт.
2. Инвестиции на реализацию проекта по созданию специализированного производства упаковки составляет 1,5 млн. ден. ед.
3. Средняя стоимость перевозки 1 тыс. штук упаковки – 3,2 ден. ед.
4. Годовая производственная мощность специализированного предприятия – 12 млн. шт.

Решение:

Показателем экономической эффективности специализации и кооперирования является экономический эффект, определяемый по формуле:

$$E=((C1+T1)-(C2+T2))*N2,$$

где C1 и C2 - полная себестоимость единицы продукции до и после специализации, ден. ед.;

где T1 и T2 - транспортные расходы по поставке единицы продукции потребителю до и после специализации, ден. ед.;

N2 - годовой объем выпуска продукции после специализации в натуральных единицах по плану.

$$T=((0,08+0)-(0,06+3,2/1000))\pm 12000000=201600 \text{ ден. ед.}$$

Для расчета срока окупаемости капитальных вложений следует найти отношение величины дополнительных капитальных вложений и эффекта от специализации:

$$T=1500000/201600=7,44 \text{ года.}$$

Приемлемым вариантом считается инвестиционный вариант, срок окупаемости которого составляет не более 5 лет. Однако проект целесообразно реализовать в том случае, если нет других вариантов инвестирования.

Задание 14. Выполнить диагностику производственно-хозяйственной деятельности предприятия после внедрения бизнес-проекта по созданию системы маркетинга и логистики.

Расходы на создание этой системы составили 1200 тыс. ден. ед. Благодаря этому рынок продаж предприятия увеличился на 18%. Базовый уровень продаж составил 45 млн. ден. ед. Себестоимость реализованной продукции – 39 млн. ден. ед. За счет увеличения объемов продажи себестоимость единицы продукции снизилась на 3,5%.

Обосновать целесообразность внедрения системы маркетинга и логистики на предприятии.

Решение задачи:

1. Рассчитываем базовый уровень прибыли, для этого из выручки вынимаем себестоимость реализованной продукции:

$$Пб=45000-39000=6000 \text{ тыс. ден. ед.}$$

2. Базовая рентабельность продаж равна:

$$Рб=Пб*100/РПб=6000*100/45000=13,3\%.$$

3. Рынок продаж, а следовательно, и выручка, после внедрения системы маркетинга и логистики вырастет на 18%. Выручка при этом составит:

$$РПп=45000*1,18=53100 \text{ тыс. ден. ед.}$$

4. За счет увеличения объемов продажи себестоимость единицы продукции снизилась на 3,5%.

С учетом 18%-ного роста объема производства себестоимость составит:

$$C_{п}=39000*1,18*(1-3,5/100)=44409,3 \text{ тыс. ден. ед.}$$

5. Себестоимость с учетом затрат на систему маркетинга и логистики составит:

$$C_{п}^*=44409,3+1200=45609,3 \text{ тыс. ден. ед.}$$

6. Проектная прибыль составляет:

$$П_{п}=53100-45609,3=7490,7 \text{ тыс. ден. ед.}$$

7. Рентабельность продаж при этом составит:

$$Р_{п}=7490,7*100/53100=14,1\%.$$

Таким образом, рентабельность после внедрения системы маркетинга и логистики увеличивается с 13,3 до 14,1%. Следовательно, внедрение данной системы является целесообразным.

Задание 15.

Предприниматель планирует получить ссуду в банке для реализации бизнес-проекта в сумме 400 тыс. руб. под 25% годовых, начисляемых по схеме сложных процентов на непогашенный остаток долга. В соответствии с финансовым соглашением предприниматель будет возвращать долг равными суммами по 150 тыс. руб. в конце каждого года. Составить план погашения долга.

Решение:

Составляем план погашения кредита:

Год	Сумма долга на начало года	Сумма процентов за год	Сумма выплаты основного долга	Общая сумма выплаты
1	400000	100000	50000	150000
2	350000	87500	62500	150000
3	287500	71875	78125	150000
4	209375	52344	97656	150000
5	111719	27930	111719	139648

Компетенция УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

Обучающийся знает: теоретические основы, задачи, принципы и этапы бизнес - планирования на предприятии; содержание, структуру и последовательность разработки бизнес-плана; законодательные и нормативные правовые акты, регламентирующие предпринимательскую деятельность организаций; состав и назначение финансовых ресурсов предприятия, структуру доходов и расходов предприятия, их классификацию; понятие и сущность себестоимости продукции (услуги) как экономической категории, ее виды, резервы и факторы снижения себестоимости; основные принципы и задачи учета затрат и калькулирования себестоимости продукции компании; виды рисков в проекте, методы их анализа и оценки, снижения уровня рисков.

Обучающийся умеет: разрабатывать бизнес-планы конкретных проектов; использовать прикладные программы, применяемые для разработки бизнес-планов;

Обучающийся владеет: методикой бизнес-планирования предпринимательской деятельности и навыками разработки бизнес-планов предприятия; навыками организации бизнес-планирования для обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана; современными методами планирования и управления в бизнесе.

ЗАДАНИЯ ЗАКРЫТОГО ТИПА (10 заданий)

Знать (примерный перечень тестовых заданий):

Правильный вариант ответа отмечен знаком «+»

Вариант 1.

1. Какие бывают формы предпринимательства?

- +1) корпоративное, индивидуальное, партнерское
- 2) совместное, государственное, индивидуальное
- 3) общее, частное, государственное
- 4) партнерское, частное, совместное

2. Присутствует ли риск в предпринимательстве?

- 1) нет, никогда
- 2) да, но только в условиях инфляции
- +3) да, риск является неотъемлемой частью предпринимательства
- 4) да, но только в условиях экономического кризиса

3. Что не относится к предпринимательству?

- 1) организация пассажирских перевозок

- +2) торговля ценными бумагами
- 3) торговля продуктами питания
- 4) парикмахерские или косметические услуги

4. В какой форме регистрируют индивидуальное предпринимательство?

- +1) физическое лицо
- 2) юридическое лицо
- 3) совместная деятельность
- 4) нет верного ответа

5. Основная цель предпринимательства заключается в:

- 1) уплате государственного налога
- +2) систематическом получении прибыли
- 3) удовлетворении потребностей человека в определенных услугах
- 4) повышении экономической грамотности населения

6. Кто является субъектом предпринимательства?

- 1) только юридические лица
- 2) только физические лица
- +3) юридические и физические лица
- 4) потребители

7. Выберите организационно-правовую форму предпринимательства:

- 1) открытое акционерное общество
- 2) общество с ограниченной ответственностью
- 3) закрытое акционерное общество
- +4) все ответы верны

8. Что является основой государственного предпринимательства?

- 1) стратегически важные учреждения и предприятия
- 2) банки
- +3) унитарные муниципальные предприятия
- 4) все ответы верны

9. Как называется вид предпринимательства, предусматривающий торгово-обменные операции с целью купли-продажи товаров?

- 1) финансовый
- +2) коммерческий
- 3) государственный
- 4) производственный

тест 10. Какие навыки необходимы предпринимателю?

- 1) экономические, производственные
- +2) коммуникативные, экономические, технологические
- 3) концептуальные, коммуникативные, производственные
- 4) коммуникативные, экономические, производственные

Вариант 2.

1. За унитарным предприятием закрепляется имущество:

- На правах долгосрочной аренды
- На правах собственности
- + На правах оперативного управления либо хозяйственного ведения

2. Присущ ли риск предпринимательству?

- + Да, риск – это неотъемлемая составляющая предпринимательства
- Да, но лишь в условиях кризисов и инфляции
- Нет

3. Целью предпринимательства является:

- Удовлетворение потребностей населения в товарах и услугах
- Пополнение бюджета государства налоговыми поступлениями
- + Систематическое получение прибыли

4. Ключевые слова, определяющие понятие «предпринимательство»:

- Риск, прибыль, потребности, конкуренция
- + Риск, прибыль, инициатива, инновации
- Конкуренция, прибыль, налоги

5. Важнейшими чертами предпринимательства являются:

- + Риск и неопределенность, самостоятельность и свобода деятельности, опора на инновации
- Постоянный поиск новых идей, риск, экономическая зависимость от макроэкономической ситуации в стране
- Самостоятельность, оглядка на конкурентов, опора на инновации

6. К предпринимательству не относится деятельность:

- Торговля продуктами питания
- Организация регулярных пассажирских перевозок
- + Эмиссия ценных бумаг и торговля ими

Тест.7. Субъектами предпринимательства могут быть:

- Физические лица
- + Физические и юридические лица
- Юридические лица

8. Предпосылки, предопределяющие становление предпринимательства в России:

- + Политические, экономические, юридические, психологические
- Политические, экономические, социальные
- Политические, экономические, юридические, культурные

9. Какие бывают формы предпринимательства?

- Частное, общее, государственное
- + Индивидуальное, партнерское, корпоративное
- Индивидуальное, совместное

10. Предпринимательство выполняет следующие функции:

- Социально-экономическую, направляющую, распределительную, организаторскую
- Экономическую, политическую, правовую, социально-культурную
- + Общеэкономическую, политическую, ресурсную, организаторскую, социальную, творческую

11. Основой государственного предпринимательства являются:

- + Унитарные муниципальные предприятия
- Стратегически важные предприятия и учреждения
- Банковские структуры

12. Основу акционерного предпринимательства составляет:

- Четкое разграничение ответственности между акционерами
- Обязательное вхождение в состав акционерного общества доли государственной собственности
- + Акционерная собственность на средства производства

13. Что является основами свободного предпринимательства?

- Рыночный механизм, частная собственность и совершенная конкуренция
- + Диалектическая взаимосвязь производительных сил, производственных отношений и хозяйственного механизма, действующих в условиях частной собственности на средства производства, свободы предпринимательства и свободной конкуренции
- Производительные силы, материальные и трудовые ресурсы, находящиеся в свободном для предпринимателей доступе

14. Что лежит в основе любого предпринимательства?

- + Четкая направленность на получение финансового результата
- Желание максимально удовлетворить потребности общества в товарах и услугах
- Желание занять максимально перспективную нишу на рынке

15. Коллективное предпринимательство осуществляется группой граждан на основе:

- Четкого разделения ответственности в зависимости от доли участия в предприятии
- + Личных интересов каждого из них

- Равноценного участия в деятельности предприятия

16. Производственное предпринимательство - вид бизнеса, основу которого составляет:

- Материальное производство

- Материальное производство и оказание услуг

+ Материальное, интеллектуальное и духовное производство

**17. Экономической основой индивидуального предпринимательства является ...
собственность.**

+ Частная

- Общественная

- Государственная

**18 - тест. Экономической основой государственного предпринимательства является ...
собственность.**

- Частная

- Коллективная

+ Муниципальная

19. Финансовое предпринимательство - вид бизнеса, основу которого составляют:

- Ценные бумаги

+ Деньги, в том числе иностранная валюта, ценные бумаги

- Движимое имущество

20. Какое количество участников предусмотрено в составе открытого акционерного общества?

1) не менее 3

2) не менее 5

3) не менее 8

+4) любое количество

ЗАДАНИЯ ОТКРЫТОГО ТИПА (15 заданий, из них 5 – с развернутым ответом)
Уметь (примерный перечень практических задач)

Задание 1.

Организация продает компьютеры Intel по начальной цене 25000 руб. Начальные удельные переменные затраты составляют 17000 руб. Постоянные затраты 3 млн. руб. в месяц.

Предполагается снизить цену на 10% при неизменных затратах и продаже одной модели компьютеров.

Оцените необходимое изменение объема продаж для обоснования целесообразности решения об изменении цен.

Решение задачи:

Рассчитаем точку безубыточности, используя следующую формулу:

$$ТБ = З_{\text{пост}} / (Ц - З_{\text{пер.ед.}}),$$

где $З_{\text{пост}}$ – постоянные затраты на весь объем, руб.,

$Ц$ – цена единицы продукции, руб.,

$З_{\text{пер.ед.}}$ – переменные затраты на единицу продукции, руб.

Данная величина характеризует объем производства (реализации), при котором фирма не получает ни прибыли, ни убытков, т.е. выручка покрывает исключительно сумму постоянных и переменных затрат.

$$ТБ_0 = 3000000 / (25000 - 17000) = 375 \text{ компьютеров.}$$

Таким образом, точка безубыточности составляет 375 компьютеров. Если объем реализации будет меньше 375 шт., фирма получит убытки; если объем реализации будет больше 375 шт., деятельность фирмы будет прибыльной.

Теперь предположим, что при неизменном уровне затрат цена единицы продукции снизится на 10%, т.е. уменьшится с 25000 руб. до 22500 руб. $(25000 - 25000 * 10 / 100)$.

Точка безубыточности при этом увеличится до величины, равной:

$$ТБ_1 = 3000000 / (22500 - 17000) = 545 \text{ компьютеров.}$$

Таким образом, решение о 10%-м снижении цены будет оправданным, если удастся увеличить объем реализации не менее, чем на 45% $(545 * 100 / 375 - 100)$.

Если темп прироста объема производства будет меньше 45%, снижать цену нецелесообразно.

Задание 2.

Предприятие произвело и реализовало в базовом году 2000 шт. изделий одного вида. Цена реализации единицы изделия – 30 руб., а полная себестоимость его производства и продажи – 28 руб. Соотношение переменных и постоянных расходов на производство продукции составляет 60% и 40%. Исследования рынка показали, что, если снизить цену одного изделия на 1 руб., то есть с 30 руб. до 29 руб., то объем продаж продукции может быть увеличен на 10%. Производственная мощность предприятия позволяет увеличить объем производства продукции. Обосновать целесообразность снижения цены продажи этого изделия.

Решение:

Себестоимость изделия складывается из переменной и постоянной частей. Полная себестоимость – 28 руб.; переменная часть – 60%, что в абсолютном выражении составляет $28 \cdot 0,6 = 16,8$ руб.; постоянная часть – 40%, что в абсолютном выражении составляет $28 \cdot 0,4 = 11,2$ руб.

Общая величина постоянных расходов равна:

$$11,2 \cdot 2000 = 22400 \text{ руб.}$$

Далее определяем прибыль в первоначальных условиях, т.е. до снижения цены:

$$\Pi_1 = (30 - 28) \cdot 2000 = 4000 \text{ руб.}$$

Затем определяем прибыль после снижения цены до 29 руб. за ед. и соответствующего роста объема реализации на 10%:

$$\Pi_2 = 29 \cdot 2000 \cdot 1,1 - 16,8 \cdot 2000 \cdot 1,1 - 22400 = 4440 \text{ руб.}$$

В результате прибыль увеличится с 4000 руб. до 4440 руб., т.е. на 11%. Таким образом, снижение цены является обоснованным.

Задание 3.

Определить отпускную цену единицы флакона духов, которые не облагаются акцизом, при следующих условиях:

- для изготовления продукции используется спирт, фактическая себестоимость которого (спирт изготавливается на данном предприятии) – 120 руб. за 1 дал (1 декалитр = 10 литрам);
- ставка акциза на спирт составляет 40% от отпускной цены без НДС;
- расходы на изготовление одного флакона духов составляют: 75 мл спирта и 25 руб. на производство (без учета затрат на производство спирта с учетом акциза);
- уровень рентабельности – 25%.

Решение задачи:

Определяем расходы на спирт в денежном выражении, при этом миллилитры переводим в литры, а цену в руб. за декалитр переводим в руб. за литр:

$$R_{сп} = 75 \cdot 0,001 \cdot 12 = 0,9 \text{ руб./флакон.}$$

Расходы на спирт с учетом акцизного сбора равны:

$$R_{сп} = 0,9 \cdot 1,4 = 1,26 \text{ руб./флакон.}$$

Общая себестоимость производства флакона духов складывается из расходов на спирт (с учетом акцизного сбора) и расходов на производство:

$$C = 1,26 + 25,00 = 26,26 \text{ руб.}$$

Учитывая, что рентабельность составляет 25%, а себестоимость - 26,26 руб., рассчитываем отпускную цену флакона духов:

$$\Pi = 26,26 \cdot 1,25 = 32,8 \text{ руб./флакон.}$$

Задание 4.

На основе расходов производства, оптовика и вашей фирмы рассчитайте розничную цену товара. Данные о себестоимости производства и продвижения товара приведены в таблице:

№	Показатели	Сумма, руб.
1	Себестоимость производства на единицу продукции	14,0
2	Стоимость услуг оптовика на единицу продукции	7,2
3	Стоимость услуг вашей фирмы на единицу продукции	8,0
4	Прибыль для каждого участника канала распределения, %	15,0

Решение задачи:

Расчеты производим без учета НДС.

Определяем отпускную цену производителя, которая должна быть выше себестоимости на величину прибыли производителя, а именно:

$$14,0 \cdot 1,15 = 16,1 \text{ руб.}$$

Оптовая цена, т. е. цена, по которой оптовик реализует продукцию нашей фирме, складывается из двух компонентов: себестоимости оптовика и его прибыли. В свою очередь, себестоимость продукции для оптовика состоит из закупочной стоимости продукции (отпускная цена производителя) и издержек обращения (стоимости услуг оптовика на единицу продукции). Таким образом, оптовая цена равна:

$$(16,1 + 7,2) \cdot 1,15 = 26,8 \text{ руб.}$$

Розничная цена, т.е. цена, по которой наша фирма реализует товар потребителям рассчитывается аналогично:

$$(26,8 + 8,0) \cdot 1,15 = 40,0 \text{ руб.}$$

Таким образом, розничная цена увеличена на 185,8% по сравнению с себестоимостью производства.

Задание 5.

Определите налог на прибыль бизнес-проекта, если стоимость реализованной продукции, включая НДС, составила 708000 руб. при её себестоимости – 420000 руб., расходы, связанные с реализацией, – 75000 руб.

Решение задачи:

Объектом налогообложения по налогу на прибыль организаций признается прибыль, полученная налогоплательщиком. Прибылью признаются полученные доходы, уменьшенные на величину произведенных расходов.

К доходам относится, в частности, стоимость реализованной продукции без НДС. Стандартная ставка НДС составляет 18%, следовательно, стоимость реализованной продукции без НДС составляет:

$$Д = 708000 \cdot 100 / 118 = 600000 \text{ руб.}$$

Расходами признаются обоснованные и документально подтвержденные затраты, осуществленные (понесенные) налогоплательщиком. Сумма расходов составляет:

$$Р = 420000 + 75000 = 495000 \text{ руб.}$$

Сумма прибыли, подлежащей налогообложению, составляет:

$$П = Д - Р = 600000 - 495000 = 105000 \text{ руб.}$$

Согласно ст. 284 Налогового кодекса РФ ставка налога на прибыль составляет 20%. Следовательно, сумма налога на прибыль равна:

$$H=105000*20/100=21000 \text{ руб.}$$

Задание 6.

Численность и тарифная заработная плата работников магазина «Радуга» представлены в Таблице 1.

Таблица 1

Должность	Численность, чел.	Оклад (тарифная ставка), руб.
Директор	1	20200
Главный бухгалтер	1	14 500
Бухгалтер-расчетчик	1	8 300
Менеджер-товаровед	1	12 300
Зав. отделом	2	11 600
Уборщица	1	3 100
Грузчик	3	38*
Продавец I отдела	6	7400
Продавец II отдела	4	8300
Кассир	4	9500
Итого	24	

Примечание: Почасовая оплата в размере 38 р./ч. Тэф.р по плану на год – 1 736 ч.

Для служащих предусматривается премия в размере 10% оклада при выполнении плана товарооборота; для основных рабочих – 1,8% выручки от реализации. Доплаты и районный коэффициент составляют 23% от основной заработной платы. Выручка от реализации планируется в сумме 9 408 тыс. р.

Определите:

- 1) фонд заработной платы по категориям персонала;
- 2) фонд заработной платы персонала предприятия;
- 3) среднегодовую заработную плату одного работника предприятия.

Решение:

1) Основные рабочие – это уборщица, грузчик, продавец, кассир.

Премия для основных рабочих составляет 1,8% от выручки 9408,0 тыс. руб., т.е. 169344 руб.

Оклад основных рабочих в год составляет:

$$(3\,100 + (1\,736 * 38) +$$

$(7400*6)+(8300*4)+(9500*4))*12\text{мес.}=(3100+65968+44400+33200+38000)*12=$
2216016 руб.

$(2216016/100)*23\%=509684$ руб.

ФЗП рабочих: $2216016+509684+169344=2895044$ руб.

2) Служащие – это директор, главный бухгалтер, бухгалтер-расчетчик, менеджер-товаровед, зав. отделом

$(20200+14\,500+8\,300+12\,300+(11600*2))*12=942000$ руб. (оклад в год всех служащих).

$942000\text{ руб.}/100)*10\%=94200$ руб.(премия)

$942000\text{ руб.}/100)*23\%=21666$ руб.(районный коэффициент)

ФЗП служащих= $942000+94200+21666=1057866$ руб.

3) Общий фонд заработной платы всего персонала составляет:

ФЗП общий= $2895044+1057866=3952910$ руб.

4) Среднегодовая заработная плата одного работника предприятия в год:

ФЗП ср= $3952910/24=164704$ руб.

5) среднемесячная заработная плата одного работника:

$164704/12=13725$ руб.

Задание 7.

Определите плановые показатели себестоимости продукции, если имеются следующие данные по предприятию на планируемый год: выручка от реализации продукции без НДС – 6 360 тыс. р.; материальные затраты – 3 800 тыс. р.; расходы на оплату труда составят 0,15 р. на 1 р. выручки от реализации продукции; стоимость основных фондов – 2 270 тыс. р. Прочие расходы – 210 тыс. р. Средняя норма амортизации – 10%. Отчисления на социальные нужды – 30 %, коммерческие расходы 5% от производственной себестоимости.

Решение:

Сумма расходов по всем статьям калькуляции образует полную себестоимость конкретного вида продукции.

Материальные затраты: $MЗ = 3800$ тыс. руб.

Затраты на оплату труда: $ОТ = 0,15*6360= 954$ тыс. руб.

Отчисления на социальные нужды: $СН = 0,3 * 954 = 286,2$ тыс. руб.

Амортизационные отчисления: $АО = 0,1*2270 = 227$ тыс. руб. Прочие расходы: $ПР = 210$ тыс. руб.

Плановая производственная себестоимость: $Спр = (3800 + 954 + 286,2 + 227 + 210)=5477,2$ тыс. руб.

Коммерческие расходы составляют 5,0% от производственной себестоимости:

$(5477,2/100)*5\%=273,86$ тыс. руб.

Полная плановая производственная себестоимость:

$5751+273,86=5774,86$ тыс. руб.

Показатель затрат на 1 р. товарной продукции – это отношение полной себестоимости товарной

продукции к стоимости товарной продукции:

Полная себестоимость единицы продукции: $5774,86/6360=0,90$ руб.

Ответ: Полная себестоимость единицы продукции 0,90 руб.

Задание 8.

Определите чистую прибыль предприятия по результатам реализации бизнес-плана в отчётном периоде, если стоимость товарной продукции планируется в размере 1 390 тыс. р. Остатки нереализованной продукции на начало периода – 360 тыс. р., на конец периода – 140 тыс. р. Себестоимость реализованной продукции – 1 080 тыс. р. Выручка от реализации основных фондов – 300 тыс. р. Балансовая стоимость основных фондов, подлежащих реализации – 800 тыс. р. Их износ составляет 70 %. Налог на прибыль – 20 %.

Дано: ТП=1390 тыс. р. ТПнп=360 тыс. р. ТПкп=140 тыс. р. С=1080 тыс. р. Впр=300 тыс. р. ОФп=800 тыс. р. Ки=70% НП%=20%

Решение:

Рассчитаем стоимость реализованной продукции по формуле:

$РП = ТП + ТПнп - ТПкп$, где:

ТПнп – остатки нереализованной продукции на начало периода;

ТПкп – остатки нереализованной продукции на конец периода;

ТП- товарная продукция.

$РП = 1390 + 360 - 140 = 1610$ тыс. руб.

Рассчитаем прибыль от реализации:

$Ппр = 1610 - 1080 = 530$ тыс. руб.

Рассчитаем финансовый результат:

$ПОс = В - ОС$, где:

В- выручка от реализации;

ОС- остаточная стоимость основных средств;

$ОС = ПС - ИЗ$, где

ПС- первоначальная стоимость основных средств;

ИЗ- износ

$ОС = 800 - 70\% = 240$ тыс. руб.

$ПОс = 300 - 240 = 60$ тыс. руб.

Налогооблагаемая прибыль:

$Пно = Ппр + Ппс$

$Пно = 530 + 60 = 590$ тыс. руб.

Налог на прибыль составляет: $(590/100) \cdot 20 = 118$ тыс. руб.

Чистая прибыль составляет:

$Чпр = Пно - Нп$, где

Нп- налог на прибыль

$Чпр = 590 - 118 = 472$ тыс. руб.

Ответ: чистая прибыль 472 тыс. руб.

Задание 9.

Прибыль от реализации продукции согласно бизнес-плана планируется в сумме 920 тыс. р. в год. Прибыль от прочей реализации – 63 тыс. р. Себестоимость реализованной продукции

предусматривается в размере 7 640 тыс. р., в том числе материальные ресурсы – 70 %. Ставка налога на прибыль – 20 %, НДС – 18 %. Определите сумму налоговых платежей в бюджет.

Решение:

Выручка $ВР = 7640 + 920 = 8560$ тыс. р.

Материальные затраты $З_m = 7640 \cdot 0,7 = 5348$ тыс. руб.

Стоимость реализованной продукции, облагаемая НДС,

$ВР_n = 8560 - 5348 = 3212$ тыс. руб.

НДС составит:

$(3212/100) \cdot 18 = 578,16$ тыс. руб.

Прибыль:

$63 + 920 = 983$ тыс. руб.

Налог на прибыль:

$(983/100) \cdot 20 = 196,6$ тыс. руб.

Итого сумма налоговых платежей в бюджет составит:

$578,16 + 196,6 = 774,76$ тыс. руб.

Ответ: сумма налоговых платежей 774,76 тыс. руб.

Задание 10.

Рассчитать точку безубыточности на промышленном предприятии при следующих условиях:

Средняя цена единицы продукции — 100 руб;

Переменные затраты на производство единицы продукции — 75 руб;

Постоянные расходы — 150 000 руб.

Решение:

Воспользуемся формулой из статьи: «Формула расчета точки безубыточности»:

$O_k = Z_n / (Ц - C_n)$

где, O_k — критический объем производства в натуральном выражении;

Z_n — постоянные (накладные) расходы;

$Ц$ — цена реализации продукции;

C_n - переменные затраты на единицу продукции.

$O_k = 150000 : (100 - 75) = 6000$ шт

Если O_k умножить на цену ($Ц$), то получится точка безубыточности в стоимостном выражении

$6000 \cdot 100 = 600\,000$ руб.

Владеть (примерный перечень ситуационных заданий)

Задание 11.

Определить валовую прибыль, чистую прибыль и рентабельность производства, если дано:

Предприятие производит и реализует продукцию одного вида в количестве 80 000 шт.;

Цена реализации – 50 руб.;

Полная себестоимость – 40 руб.;

Материальные затраты составляют – 25%;

Налог на прибыль – 20%;

Налог на добавленную стоимость – 18%;

Суммарная стоимость основных производственных фондов и нормируемых оборотных средств – 0,1 млн. руб. По результатам расчета сделать вывод.

Решение:

1) Определим выручку от реализации (В) по следующей формуле:

$$V = P * Q$$

P – цена продукции,

Q – объем продукции

$$V = P * Q = 80\,000 * 50 = 4\,000\,000 \text{ руб.}$$

2) Определим себестоимость (С) по следующей формуле:

$$C = C_{ед} * Q$$

C_{ед} – себестоимость единицы продукции,

Q – объем продукции

$$C = C_{ед} * Q = 80\,000 * 40 = 3\,200\,000 \text{ руб.}$$

3) Рассчитаем валовую прибыль (ВП) по следующей формуле:

$$VP = V - C = 4\,000\,000 - 3\,200\,000 = 800\,000 \text{ руб.}$$

4) прибыль до налогообложения равна валовой прибыли

$$ПдН = ВП$$

5) Рассчитаем текущий налог на прибыль (Нпр) по следующей формуле:

$$Нпр = ПдН * 20\% = 800\,000 * 20\% = 80\,000 \text{ руб.}$$

6) Рассчитаем размер чистой прибыли (ЧП) по следующей формуле:

$$ЧП = ПдН - Нпр = 800\,000 - 80\,000 = 720\,000 \text{ руб.}$$

7) Рассчитаем рентабельность производства (R_{произв}) по следующей формуле:

$$R_{\text{произв}} = ВП / V * 100\% = 800\,000 / 4\,000\,000 * 100\% = 20\%.$$

Таким образом, можно отметить, что деятельность предприятия приносит прибыль и высокую рентабельность.

Ответ: валовая прибыль равна 800 000 руб., чистая прибыль равна 720 000 руб., рентабельность производства равна 20%.

Задание 12.

Предприниматель приобрел холодильную камеру для своего магазина стоимостью 26000 руб. При этом он сразу уплатил 25% стоимости, а на оставшуюся сумму получил кредит на 7 месяцев под 15,6% годовых по простой ставке. Кредит погашается ежемесячными платежами. Требуется составить план погашения с помощью правила числа 78.

Решение задачи:

Покупатель приобрел холодильник стоимостью 26000 руб. При этом он сразу уплатил 25% стоимости, а на оставшуюся сумму получил кредит. Следовательно, сумма кредита составляет 19500 руб.

Сумма кредита с учетом процентов за 7 месяцев составляет 21275 руб.

Правило 78-х – это правило расчета ежемесячного платежа процентов. Так как сумма чисел месяцев в году (от 1 до 12) составляет 78, то в первый месяц выплачивается 12/78 суммы годовых процентов, во второй – 11/78 и т.д. до 1/78. При этом процентные платежи постепенно

уменьшаются при равномерных взносах по погашению основной суммы долга. Однако в данном случае речь идет о сроке 7 месяцев, следовательно, сумма чисел месяцев составляет 28. Сумма выплат банку в течение 1-го месяца составляет 5319 руб., в течение 2-го месяца – 4559 руб., в течение 3-го месяца – 3799 руб., в течение 4-го месяца – 3039 руб., в течение 5-го месяца – 2279 руб., в течение 6-го месяца – 1520 руб., в течение 7-го месяца – 760 руб. Итого за 7 месяцев пользования кредитом банку будет выплачено 21275 руб.

Задание 13.

Составить план погашения кредита по бизнес-проекту.

План погашения кредита составляется по варианту А и по варианту В. Исходные данные для составления плана погашения кредита по вариантам А и В приведены в таблице.

Исходные данные для составления плана погашения кредита

Наименование показателя	Условное обозначение	Варианты	
Первоначальная сумма кредита, д.е.	К	А	300
		В	450
Срок кредита, лет	n	А	6
Срок кредита, месяцев	l	В	5
Годовая процентная ставка, %	r	А	10
		В	12

Используя данные таблицы каждый студент составляет план погашения кредита по варианту А и варианту В.

Вариант А: кредит на сумму 300 д.е. выдан на 6 лет под 10 процентов годовых. Доля погашается равными частями, проценты начисляются на оставшуюся сумму долга один раз в год.

Вариант В: кредит на сумму 450 д.е. выдан на 5 месяцев под 12 процентов годовых. Долг погашается равными частями, проценты начисляются на оставшуюся сумму долга один раз в месяц.

Для варианта А и варианта В рассмотреть, следующие условия погашения долга и возврата процентов по кредиту:

1. Возврат основного долга и процентов по кредиту осуществляется ежегодно (для варианта А) и ежемесячно (для варианта В).
2. Заемщику предоставляется льготный период в один год (для варианта А) и в один месяц (для варианта В), в течение которого не производятся платежи по погашению основного долга, а выплачиваются только проценты по кредиту.
3. Заемщику предоставляется льготный период в один год (для варианта А) и в один месяц (для варианта В), в течение которого не производятся платежи.
4. Возврат основного долга осуществляется по истечении срока кредитования, а проценты по кредиту уплачиваются ежегодно (для варианта А) и ежемесячно (для варианта В).

5. Возврат основного долга и процентов по кредиту осуществляется по истечении срока кредитования.

Решение:

1. Возврат основного долга и процентов по кредиту осуществляется ежегодно (для варианта А) и ежемесячно (для варианта В).

Период	Сумма долга на начало периода, д.е.		Сумма возвращаемого долга, д.е.		Сумма уплачиваемых процентов, д.е.		Сумма к уплате по сроку, д.е.	
	А	В	А	В	А	В	А	В
1	300	450	50	90	30	4,5	80	94,5
2	250	360	50	90	25	3,6	75	93,6
3	200	270	50	90	20	2,7	70	92,7
4	150	180	50	90	15	1,8	65	91,8
5	100	90	50	90	10	0,9	60	90,9
6	50		50		5		55	
Сумма			300	450	105	13,5	405	463,5

2. Заемщику предоставляется льготный период в один год (для варианта А) и в один месяц (для варианта В), в течение которого не производятся платежи по погашению основного долга, а выплачиваются только проценты по кредиту.

Период	Сумма долга на начало периода, д.е.		Сумма возвращаемого долга, д.е.		Сумма уплачиваемых процентов, д.е.		Сумма к уплате по сроку, д.е.	
	А	В	А	В	А	В	А	В
1	300	450			30	4,5	30	4,5
2	300	450	60	112,5	30	4,5	90	117
3	240	337,5	60	112,5	24	3,375	84	115,875
4	180	225	60	112,5	18	2,25	78	114,75
5	120	112,5	60	112,5	12	1,125	72	113,625
6	60		60		6		66	
Сумма			300	450	120	15,75	420	465,75

3. Заемщику предоставляется льготный период в один год (для варианта А) и в один месяц (для варианта В), в течение которого не производятся платежи.

Период	Сумма долга на начало периода, д.е.		Сумма возвращаемого долга, д.е.		Сумма уплачиваемых процентов, д.е.		Сумма к уплате по сроку, д.е.	
	А	В	А	В	А	В	А	В
1	300	450						
2	300	450	60	112,5	30	4,5	90	117
3	240	337,5	60	112,5	24	3,375	84	115,875
4	180	225	60	112,5	18	2,25	78	114,25
5	120	112,5	60	112,5	12	1,125	72	113,625
6	60		60		6		66	
Сумма			300	450	90	11,25	390	461,25

4. Возврат основного долга осуществляется по истечении срока кредитования, а проценты по кредиту уплачиваются ежегодно (для варианта А) и ежемесячно (для варианта В).

Период	Сумма долга на начало периода, д.е.		Сумма возвращаемого долга, д.е.		Сумма уплачиваемых процентов, д.е.		Сумма к уплате по сроку, д.е.	
	А	В	А	В	А	В	А	В
1	300	450			30	4,5	30	4,5
2	300	450			30	4,5	30	4,5
3	300	450			30	4,5	30	4,5
4	300	450			30	4,5	30	4,5
5	300	450		450	30	4,5	30	454,5
6	300		300		30		330	
Сумма			300	450	600	64,8	480	472,5

5. Возврат основного долга и процентов по кредиту осуществляется по истечении срока кредитования.

Период	Сумма долга на начало периода, д.е.		Сумма возвращаемого долга, д.е.		Сумма уплачиваемых процентов, д.е.		Сумма к уплате по сроку, д.е.	
	А	В	А	В	А	В	А	В

1	300	450						
2	300	450						
3	300	450						
4	300	450						
5	300	450		450		22,96		472,96
6	300		300		231,47		531,47	
Сумма			300	450	231,47	22,96	531,47	472,96

образом, проведенные расчеты показали, что для наших данных наиболее оптимальным вариантом погашения кредита для предприятия является вариант, при котором заемщику предоставляется льготный период, в течение которого не производятся платежи.

Задание 14.

Составить финансовый план бизнес-проекта предприятия на год по исходным данным, приведенным в Таблице 1.

Таблица 1 – Исходные данные для построения финансового плана (баланса доход и расходов) предприятия

№	Наименование показателя	Величина показателя
1	Выручка от реализации продукции (работ, услуг)	12 700
2	Затраты на реализацию продукции (работ, услуг)	5 800
3	Прибыль вспомогательных хозяйств	10
4	Прибыль от реализации имущества	20
5	Доходы по внереализационным операциям	70
6	Расходы по внереализационным операциям	30
7	Спонсорские взносы (на развитие предприятия)	100
8	Целевое финансирование (на развитие предприятия)	500
9	Среднегодовая стоимость основных производственных фондов	68 000
10	Средняя норма амортизации, %	4,9
11	Отчисления в инвестиционный фонд вышестоящей организации (в % от амортизационного фонда предприятия)	20
12	Прибыль, направляемая на развитие (в % от конечного финансового результата предприятия)	30

13	Прирост оборотных средств (в % от конечного финансового результата предприятия)	7
14	Прибыль, направляемая на выплату дивидендов (в % от прибыли предприятия)	30
15	Налоги, относимые на финансовый результат хозяйственной деятельности предприятия (в % от выручки)	7

Для составления финансового плана необходимо:

- определить конечный финансовый результат деятельности предприятия и показать его распределение;
- определить величину амортизационных отчислений и показать их распределение;
- определить величину капитальных затрат;
- произвести балансовую увязку доходной и расходной статей финансового плана.

Решение:

1. Определение результатов (прибыли) от реализации продукции (работ, услуг, товаров) основного, а также подсобных, вспомогательных и обслуживающих производств (Пр):

$$\text{Пр} = \text{В} - \text{З},$$

где В – выручка от реализации продукции (работ, услуг, товаров) основного, а также подсобных, вспомогательных и обслуживающих производств (без НДС);

З – затраты на производство и реализацию продукции (работ, услуг, товаров).

$$\text{Пр} = (12\,700 - 5\,800) + 10 = 6910$$

2. Определение результата от прочей реализации (Ппр):

$$\text{Ппр} = \text{Впр} - \text{Рпр},$$

где Впр – выручка от прочей реализации (основных средств и других активов) без НДС;

Рпр – расходы, связанные с прочей реализацией.

$$\text{Ппр} = 20.$$

3. Определение результата (прибыли) от внереализационных операций (Пвн):

$$\text{Пвн} = \text{Двн} - \text{Рвн},$$

где Двн - доходы от внереализационных операций;

Рвн - расходы от внереализационных операций.

$$\text{Пвн} = 70 - 30 = 40$$

3. Определение конечного финансового результата (балансовой прибыли или убытка (П)):

$$\text{П} = \text{Пр} + \text{Ппр} + \text{Пвн} - \text{Н} > \text{фр},$$

Где Пр – результат от реализации продукции (работ, услуг, товаров), основного, а также подсобных, вспомогательных и обслуживающих производств;

Ппр – результат от прочей реализации (прибыль от прочей реализации);

Пвн – результат (прибыль) от внереализационных операций;

Н фр – сумма налогов, относимых на финансовый результат хозяйственной деятельности предприятия.

$$\text{П} = 6910 + 20 + 40 - 0,07 \cdot 12\,700 = 6081.$$

После определения конечного финансового результата следует показать направление его использования:

- уплата налога на прибыль;

- прочие обязательственные платежи, осуществляемые за счет прибыли, остающейся в распоряжении предприятия;
- приобретение оборотных средств;
- формирование фонда потребления;
- формирование фонда накопления за счет прибыли (прибыль, направляемая на развитие).

Определение налога на прибыль осуществляется исходя из налогооблагаемой прибыли:

$$N_{п} = ПН \times N,$$

где ПН – налогооблагаемая прибыль, которая определяется как разница между конечным финансовым результатом (П) и величиной льготной прибыли (Пл);

N – ставка налога на прибыль.

В соответствии с п. 14 ч. 1 ст. 251 НК РФ в данном примере не учитываются в целях налогообложения по налогу на прибыль следующие доходы: в виде имущества, полученного налогоплательщиком в рамках целевого финансирования.

Тем самым, размер льготной прибыли будет составлять: 500 д.е.

В соответствии с ч. 1 ст. 284 НК РФ ставка налога на прибыль равна 24%.

Налогооблагаемая прибыль будет составлять: $6081 - 500 = 5581$.

Налог на прибыль составит: $5581 \times 0,24 = 1339,44$.

Величина амортизационных отчислений определяется исходя из среднегодовой стоимости основных производственных фондов и средней нормы амортизации. Сумма отчислений в инвестиционный фонд вышестоящей организации определяется согласно исходным данным.

Капитальные затраты принимаются равными сумме амортизационных отчислений, остающихся у предприятия, и прибыли, направляемой на развитие.

Балансовая увязка статей доходной и расходной частей осуществляется путем построения баланса доходов и расходов (Таблица №2).

Таблица 2. Финансовый план (баланс доходов и расходов) предприятия.

Доходы и поступления	Годовой план, д.е.	Расходы и отчисления	Годовой план, д.е.
1. Прибыль от реализации продукции (работ, услуг)	6900	1. Налоги, относимые на финансовый результат хозяйственной деятельности предприятия	889
2. Прибыль от реализации продукции вспомогательных хозяйств.	10	2. Налог на прибыль.	1339,44
3. Прибыль от прочей реализации.	20	3. Прибыль, направляемая на прирост оборотных средств.	425,67
4. Прибыль от внереализованных операций.	40	4. Прибыль, направляемая в фонд потребления. *	
5. Амортизационные отчисления.	3332	5. Отчисления в инвестиционный фонд вышестоящей организации.	666,4
6. спонсорские взносы на развитие предприятия.	100	6. Прибыль, направляемая на выплату дивидендов.	2073
7. Целевые взносы на	500	7. Капитальные затраты.	5156,3

развитие предприятия.			
Итоги доходов и поступлений	10902	Итоги расходов и отчислений	10549,81

* - В фонд потребления направляется вся прибыль, не предназначенная для использования на другие цели.

Итак, по результатам анализа можно заключить, что предприятия работает с небольшой прибылью, поскольку наблюдается превышение доходов над расходами, хотя отчислений в фонд потребления не остается.

Задание 15.

Группа сотрудников специализированного предприятия нашла новое оборудование для изготовления раствора. Экспериментальный образец оправдал ожидания изобретателей. Если бы Вы были руководителем малого предприятия, то какой вариант действий выбрали бы Вы?

1. организация совместной разработки и выпуска оборудования с каким-нибудь крупным предприятием или научно-техническим объединением;
2. заключение лицензионного договора с каким-нибудь крупным предприятием или научно-производственным объединением относительно права разработки и выпуска оборудования;
3. самостоятельная разработка документации, выпуск экспериментальных образцов и последующее серийное его изготовление;
4. патентование оборудования от имени малого предприятия и дальнейшая продажа патента без проведения специальной разработки.

Ответ:

Решение руководства малого предприятия относительно дальнейших действий будет зависеть от множества факторов. К таким факторам следует отнести:

- результаты пробного маркетинга;
- финансовые возможности предприятия;
- наличие предприятий, готовых заключить договор о совместной разработке оборудования;
- условия договора о совместной деятельности;
- возможности заключения лицензионного заключения;
- уровень компетентности работников данного предприятия, а именно наличие у них опыта в самостоятельной разработке документации;
- прибыль, получаемая предприятием в каждом конкретном случае.

Учитывая эти обстоятельства, руководство данного предприятия выбирает наиболее эффективный вариант управленческого решения. Наилучшим вариантом является самостоятельная разработка документации, выпуск экспериментальных образцов и организация серийного производства. Это позволит предприятию развиваться и не попасть под влияние внешних инвесторов и кредиторов.

Компетенция ОПК-4-Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

Обучающийся знает: методы сбора и анализа социологических данных о запросах и потребностях общества и отдельных аудиторных групп; методы анализа внешней среды в процессе бизнес-планирования.

Обучающийся умеет: использовать инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов в рамках бизнес-плана; осуществлять разработку бизнес-плана в соответствии с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.

Обучающийся владеет: навыками использования основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий; навыками учета основных характеристик целевой аудитории в процессе бизнес-планирования.

ЗАДАНИЯ ЗАКРЫТОГО ТИПА (10 заданий)

Знать (примерный перечень тестовых заданий):

Правильный вариант ответа отмечен знаком «+»

1. Маркетинговое исследование – это:

- 1) исследование и получение подробной информации о состоянии рынка для выявления конкурентоспособности фирмы
- +2) определение неудовлетворенных потребностей при помощи продуктов фирмы
- 3) составление перечня товаров, имеющих на рынке
- 4) анализ данных с целью выявления проблем фирмы

2. Какая информация относится к первичным данным?

- +1) информация, собранная впервые с какой-либо конкретной целью
- 2) информация, полученная из СМИ
- 3) предварительная информация, полученная в ходе исследований
- 4) данные, предоставленные фирмой

3. Кто является респондентом?

- 1) лицо, несущее ответственность за проведение маркетинговых исследований
- 2) заказчик маркетинговых исследований

+3) лицо, предоставляющее необходимую информацию в процессе маркетинговых исследований

4) нет верного ответа

4. Основная цель маркетинговых исследований:

1) получение необходимой информации о конкурентах

2) составление целостного представления о маркетинге, как о процессе

+3) составление информационно-аналитической основы с целью принятия маркетинговых решений

4) нет верного ответа

5. Для чего в маркетинговых исследованиях необходима конфиденциальность?

+1) для обеспечения прав респондентов

2) для получения наиболее подробных данных

3) конфиденциальность является обязательным условием маркетинговых исследований

4) все ответы верны

6. Что является товарным знаком?

1) логотип на упаковке

+2) название фирмы или товара

3) фото товара

4) цифры, указанные на штрих-коде

7. Какие бывают методы маркетинговых исследований:

1) опросы

2) эксперименты

3) наблюдение

+4) все ответы верны

8. В каком случае возникает необходимость проведения маркетинговых исследований?

+1) в случае, когда выявлено, что комплекс маркетинга не соответствует рыночным условиям

2) при наличии необходимой информации, но невозможности ее применения

3) отсутствии необходимых ресурсов для проведения исследований

4) в случае утраты актуальности имеющейся информации

9. Метод сбора данных, предусматривающий использование ассоциативных тестов:

1) опрос

2) аналитический

3) наблюдение

+4) проекционный

тест 10. Что является целью исследования при помощи фокус-групп?

- 1) проведение тестирования среди потребителей для изучения отношения к рекламе
- 2) изучение предпочтений респондентов
- 3) изучение мотивов к покупке определенной группы товаров
- +4) нет верного ответа

Вариант 2.

11. К каким исследованиям относятся проекционные методы?

- +1) качественным
- 2) описательным
- 3) количественным
- 4) информационным

12. Что в маркетинге относится к вторичным данным?

- 1) полученная из посторонних источников информация
- 2) перепроверенная информация
- +3) информация, полученная из внешних источников, первоначально собранная с другими целями
- 4) второстепенная или дополнительная информация

13. В каких случаях наблюдение считается единственным возможным методом сбора данных?

- 1) в случае, когда респонденты отказываются от сотрудничества
- +2) в случае необходимости изучения неосознанного поведения людей
- 3) во избежание субъективности оценки поведения
- 4) все ответы верны

14. По каким показателям определяется конкурентоспособность продукта?

- 1) сроками хранения продукта
- 2) только качества
- 3) только цены
- +4) нет верного ответа

15. На какое количество основных этапов можно разделить маркетинговое исследование?

- 1) 2

РЕКЛАМА

- +2) 4
- 3) 6
- 4) 8

16. Что является основой в количественном маркетинговом исследовании?

- 1) наблюдение
- 2) фокус-группы
- 3) анкетирование
- +4) опрос

17. Что не изучают в качественном маркетинговом исследовании?

- 1) факторы, влияющие на предпочтения
- +2) скорость обращения финансов
- 3) поведение различных групп потребителей
- 4) нет верного ответа

18. Исследование отношения к марке товара относится к следующему виду маркетинговых исследований:

- 1) тестирование новых товаров
- 2) изучение рыночных отношений
- +3) изучение потребителей

19. Поведение потребителя определяется:

- 1) жизненными ценностями и установками
- 2) воспитанием и образованием
- 3) социальной средой и культурой
- +4) всеми перечисленными вариантами

20. Какие факторы оказывают наибольшее влияние на принятие решения о покупке?

- 1) цена, бренд, качество, реклама
- +2) маркетинговые исследования, советы друзей, эмоции, удобство
- 3) цена, удобство, гарантия, стиль
- 4) стиль, качество, реклама, удобство

ЗАДАНИЯ ОТКРЫТОГО ТИПА (15 заданий, из них 5 – с развернутым ответом)

Уметь (примерный перечень практических задач)

Задание 1.

Разработайте сценарий проведения рекламной кампании (РК) фирмы по Вашему выбору: обувная фирма «Монарх», завод кисломолочных продуктов «Заречье» или автомобильная фирма «Рено»:

- обоснуйте основные направления деятельности фирмы и предмет рекламы;
- сформулируйте цели и задачи РК, выделите группу целевого воздействия;
- обоснуйте выбор использованных форм и видов рекламы;

- разработайте несколько вариантов рекламного слогана;
- составьте план РК;
- на основе условных данных рассчитайте рекламный бюджет, охарактеризуйте результат РК и оцените эффективность затрат на рекламу.

Решение задачи:

Реклама является одним из важнейших видов деятельности, с помощью которого фирма передает информацию, убеждающую покупателя (в том числе товаров промышленного назначения) в целесообразности приобретения ее товара. Лишь немногие коммерческие предприятия могут сегодня успешно вести дела без рекламы в том или ином ее виде. В крупных фирмах, где есть штатные специалисты и обеспечена поддержка рекламного агентства, осуществляются масштабные рекламные программы. Рекламодатели ежегодно тратят большие средства ради выведения на рынок новых товаров и услуг.

Ниже представлены результаты разработки рекламной компании для фабрики, специализирующейся на выпуске кисломолочной продукции.

Фирма «Заречье» специализируется на производстве кисломолочной продукции. Предмет рекламы – новый йогуртовый продукт, удовлетворяющий качественно новые потребности. К таким потребностям можно отнести нормализацию работы желудочно-кишечного тракта, что достигается при применении революционной технологии обогащения кисломолочной массы полезными бактериями.

Этапы разработки рекламной компании.

1. Установление целей. Цель рекламы – увеличение спроса на предлагаемую продукцию.
2. Установление ответственности. В качестве подразделения, ответственного за разработку и реализацию рекламной компании, выбрана служба маркетинга.
3. Разработка тем и обращений рекламы. Для рекламного обращения, размещенного на страницах популярной газеты с коммерческими объявлениями – заметка следующего содержания: «Наш йогурт – Ваше здоровье. А на здоровье не экономят». Для рекламного обращения с экрана телевизора – это может быть зарисовка с натуры: молодой человек очень интеллигентного вида, сидя за письменным столом, должно и мучительно смотрит в монитор, пытаясь решить какую-то задачу. В комнату приносят баночки с йогуртом, молодой человек его выпивает (съемка в ускоренном темпе). Молодой человек при этом не отрываясь смотрит в монитор, не меняя позы. Заканчивается ролик криком «Эврика! Я нашел решение!». Голос за кадром: «Йогурт «Заречье» и все проблемы будут решены!»
4. Выбор средства рекламы. Выбор рекламного средства зависит от многих факторов, в том числе от:
 - характера рекламируемого товара;

- содержания рекламы;
- наличия ассигнований на рекламу;
- размеров рынка (его емкости);
- целей рекламы (создать рынок для нового продукта или расширить уже существующий рынок);
- масштабов рекламной кампании;
- круга возможных потребителей;
- специфических требований рынка;
- технических возможностей изготовления средств рекламы в нужном количестве в требуемые сроки.

Здесь обычно учитывается целый ряд обстоятельств:

- Охват. Рекламодатель определяет, какое число лиц в рамках целевой аудитории должно ознакомиться с его рекламной кампанией за конкретный отрезок времени.
- Частота появления рекламы. Рекламодатель фиксирует, сколько раз за конкретный отрезок времени должен столкнуться с его рекламным объявлением средний представитель целевой аудитории.
- Сила воздействия. Важна также оценка эффективности воздействия, которую должен обеспечить контакт с его рекламой. Так, обращения по телевидению обычно производят более сильное впечатление, нежели использование возможностей радио, из-за сочетания звука с изображением.

Итак, выбранные средства рекламы – объявление в газете и рекламный ролик по телевидению.

5. Создание рекламного объявления (сделано в п. 3).

6. Выбор времени рекламы: в прессе – еженедельно; на телевидении – ежедневно 1 раз в день в прайм-тайм.

7. Оценка эффективности усилий. Рекламное обращение выступает в качестве продукта, который производится и размещается рекламодателем с целью увеличения и максимизации прибыли предприятия. Под выручкой от рекламной кампании мы понимаем произведение количества целевой аудитории, охваченной данным СМИ, у которой потребность в приобретении рекламируемого товара является доминирующей и количества денежных средств, которые могут быть затрачены (либо накоплены) ими на приобретение рекламируемого товара. По оценкам специалистов приведенная рекламная компания должна быть эффективной и способствовать привлечению новых покупателей.

8. Рекламный бюджет:

Направления расходования средств	Сумма за месяц, руб.
----------------------------------	----------------------

Рекламные объявления в прессе	80*4 руб.
Рекламный ролик на телевидении	1500 руб.*4
Итого	6230 руб.

Задание 2.

Оцените потребительскую привлекательность продукта по Вашему выбору (обувь «Монарх», йогурт «Заречье» или тетради «Школьник») по десятибалльной шкале, исходя из следующих критериев:

- назначение (функциональность, многофункциональность) и степень полезности товара;
- качество материала, из которого изготовлен продукт (натуральный продукт, заменитель и т.д.);
- эстетичность и дизайн продукта;
- соответствие моде, престижность;
- удобство в использовании и уходе (хранении);
- соответствие цены качеству товара, доступность цен.

Решение задачи:

Важнейшим критерием, определяющим возможности функционирования и развития предприятия в условиях рыночной экономики, является конкурентоспособность продукции. Под конкурентоспособностью продукции понимается ее способность удовлетворять требования конкретного потребителя в условиях определенного рынка и периода времени по показателям качества и затратам потребителя на приобретение и эксплуатацию (или потребление) данной продукции.

Таким образом, наряду с качеством, к составляющим элементам конкурентоспособности относятся также затраты потребителя на приобретение и эксплуатацию (потребление) данной продукции, которые определяются как цена потребления данной продукции. Конкурентоспособность товара является более широким понятием, чем конкурентоспособность продукции, поскольку включает также показатели, характеризующие условия реализации товара на рынке (например, коммерческие условия контрактов, уровень сервисного обслуживания и т.д.).

В различных отраслях промышленности для характеристики качества и конкурентоспособности используются различные показатели. Например, в пищевой промышленности:

- физико-химические показатели характеризуют состав пищевых продуктов;
- органолептические показатели – это внешний вид, цвет, вкус, запах;

- эстетические показатели характеризуют художественное оформление пищевой продукции (упаковки);
- технологические показатели: удельный вес сырья на выработку единицы продукции; коэффициент использования исходного сырья, материалов, энергетических ресурсов и т.д.;
- патентно-правовые показатели характеризуют степень обновления технических решений, использованных при производстве продукции, их патентную защиту, а также возможность беспрепятственной реализации продукции в стране и за рубежом. К ним относятся показатели патентной чистоты, патентной защиты, территориального распространения;
- показатели сохраняемости определяют способность различных видов пищевой продукции сохранять потребительские свойства в течение сроков, предусмотренных соответствующей нормативно-технической документацией;
- показатели безопасности характеризуют особенности продукции, обуславливающие ее безопасность для здоровья человека при ее использовании, хранении или транспортировке.

Оценим по десятибалльной шкале потребительскую привлекательность йогурта «Заречье». Хочется также отметить, что такая оценка является весьма субъективной.

Критерии потребительской привлекательности	Баллы
а) назначение (функциональность, многофункциональность) и степень полезности товара	8
б) качество материала, из которого изготовлен продукт (натуральный продукт, заменитель и т.д.)	8
в) эстетичность и дизайн продукта	7
г) соответствие моде, престижность	6
д) удобство в использовании и уходе (хранении)	7
е) соответствие цены качеству товара, доступность цен	8

Результаты оценки, приведенные во втором столбце таблицы, свидетельствуют, что данный товар далек от совершенства, поскольку «идеальный» товар получил бы 10-балльные оценки. Предприятию-производителю данного кисломолочного продукта стоит уделить внимание повышению потребительских свойств выпускаемого товара.

Задание 3.

Рассчитать емкость рынка некоего товара по следующим данным: численность потребителей в сегменте – 857 тыс. чел.; уровень потребления на душу населения в базисном году составил 80 ед. в год; поправка на эластичность спроса составляет сокращение в 2 ед. на 1% роста цен (по прогнозу в текущем году цены вырастут на 3%).

Решение задачи:

Емкость рынка – это потенциально возможный объем продаж определенного товара на рынке в течение заданного периода, зависящий от спроса на товар, уровня цен, общей конъюнктуры

рынка, доходов населения, деловой активности. Емкость рынка – это один из основных объектов исследования в маркетинге. Определяется объемом (в физических единицах или стоимостном выражении) реализуемых на нем товаров обычно в течение года.

Емкость рынка в рассматриваемом случае будет определяться по формуле:

$$E_p = P * (U_p + K_{эл} * Ц\%),$$

P – численность потребителей в сегменте;

U_p – уровень потребления на душу населения в базисном году, ед. на душу населения;

$K_{эл}$ – эластичность в натуральных единицах на 1% изменения цен;

$Ц\%$ - процентное изменение цен на товар.

$$E_p = 857000 * (80 - 2 * 3) = 63418000 \text{ ед.}$$

Таким образом, емкость рынка составляет 63,418 млн. ед.

Задание 4.

Определить емкость рынка изделий и целесообразность создания предприятия по их производству в данном регионе.

Исходные данные:

1. Численность потребителей в регионе = 1200 тыс. чел.
2. Норма душевого потребления = 3,5 шт./чел. в год.
3. Мощность местных предприятий = 1200 тыс. шт.
4. Ввоз аналогичных товаров в год = 2000 тыс. шт.
5. Вывоз продукции из региона = 500 тыс. шт.

Решение:

Создавая новое предприятие или расширяя действующее, предприниматель должен знать, найдет ли сбыт его продукция в регионе, в котором предполагается реализовывать данную продукцию. Чтобы выяснить это, необходимо рассчитать емкость рынка и определить наличие дефицита данного товара. Величина дефицита является ориентиром для определения вновь создаваемой мощности. Если дефицит отсутствует и рынок насыщен данной продукцией, создавать новые мощности нецелесообразно.

Емкость рынка (E) определяется как произведение нормы душевого потребления (N) на численность потребителей в данном регионе ($Ч$):

$$E = N * Ч = 3,5 * 1200 = 4200 \text{ тыс. шт.}$$

Дефицит товара ($Д$) определяется по следующей формуле:

$$Д = E - МП - Вв + Выв,$$

где E – емкость рынка, тыс. шт.,

МП – местное производство данной продукции на действующих в регионе предприятиях, тыс. шт.,

Вв – ввоз данной продукции в регион в год, тыс. шт.,

Выв – вывоз ввоз данной продукции в регион в год, тыс. шт.

$D=4200-1200-2000+500=1500$ тыс. шт.

Вывод: в данном регионе имеет место дефицит данной продукции, целесообразно создание нового производства; мощность этого производства не должна превышать 1500 тыс. шт.

Задание 5.

Для повышения эффективности работы и конкурентоспособности предприятия руководство кондитерского магазина «София» приняло решение о проведении маркетингового исследования. Цель исследования: выявить предпочтения покупателей по группе конфет, глазированных шоколадной глазурью.

1. Какой тип исследований и почему был наиболее уместен в данной ситуации:
 - полевые,
 - кабинетные?
2. Какие рекомендации по методам сбора и обработки информации Вы могли бы предложить в соответствии с выбранным типом исследований?
3. Рассчитайте прогноз объема продажи шоколадных конфет в 2024 году, если за последние три года продажа составила 90, 91, 92 тыс. руб.

Решение задачи:

1. Какой тип исследований и почему был наиболее уместен в данной ситуации: полевые, кабинетные?

Под маркетинговыми исследованиями понимается систематический сбор, отображение и анализ данных по разным аспектам маркетинговой деятельности. Маркетинговые исследования – это функция, которая через информацию связывает маркетологов с рынками, потребителями, конкурентами, со всеми элементами внешней среды маркетинга.

Сделать однозначный выбор в пользу полевых или кабинетных исследований нельзя, поскольку полевые исследования дают первичную информацию по интересующему вопросу, а кабинетные исследования позволяют получить вторичную информацию.

Первичные данные получаются в результате специально проведенных для решения конкретной маркетинговой проблемы так называемых полевых маркетинговых исследований; их сбор осуществляется путем наблюдений, опросов, экспериментальных исследований, выполняемых, как правило, над частью общей совокупности исследуемых объектов – выборкой.

Под вторичными данными, применяемыми при проведении так называемых кабинетных маркетинговых исследований, понимаются данные, собранные ранее из внутренних и внешних источников для целей, отличных от целей маркетинговых исследований. Другими словами, вторичные данные не являются результатом проведения специальных маркетинговых исследований.

Таким образом, руководству кондитерского магазина «София» нецелесообразно пренебрегать ни полевыми, ни кабинетными исследованиями. Проводимое маркетинговое исследование должно проводиться на основе применения комплексного подхода, совмещающего преимущества и кабинетных, и полевых маркетинговых исследований.

2. Какие рекомендации по методам сбора и обработки информации Вы могли бы предложить в соответствии с выбранным типом исследований?

Цель исследования состоит в выявлении предпочтений покупателей по группе конфет, глазированных шоколадной глазурью. Проводя кабинетное исследование, целесообразно провести анализ структуры и динамики реализации конфет по их группам (в том числе конфет, глазированных шоколадной глазурью). Проводя же полевое исследование, целесообразно осуществить опрос покупателей, предварительно разработав анкету, вопросы которой помогут получить ответы на вопросы о том, какие конфеты они предпочитают покупать и почему, какие факторы оказывают влияние на выбор покупателей и почему.

3. Рассчитайте прогноз объема продажи шоколадных конфет в 2024 году, если за последние три года продажа составила 90, 91, 92 тыс. руб.

Динамика продаж конфет показывает стабильный рост. В связи с этим прогноз можно осуществить на основе среднего абсолютного прироста.

Рассчитываем абсолютные приросты:

- в 2004 г. по сравнению с 2022 г.: $91 - 90 = 1$ тыс. руб.,
- в 2005 г. по сравнению с 2023 г.: $92 - 91 = 1$ тыс. руб.

Средний абсолютный прирост составляет:

$$(1+1)/2=1 \text{ тыс. руб.}$$

Учитывая полученный результат, рассчитываем прогнозное значение объема продаж на 2024 г.: $92+1=93$ тыс. руб.

Задание 6.

В результате маркетинговых исследований предполагается увеличение доли фирмы с 14 до 18% при емкости рынка 52 млн. шт. продукта.

Рассчитать дополнительную прибыль фирмы в предстоящем году, если прибыль на одно изделие составляет 1418 руб., а емкость рынка не изменяется. Затраты на маркетинговые усилия в расчете на год составляют 65 млн. руб.

Решение задачи:

Первоначальный объем реализации, т. е. до изменения доли фирмы, составляет:

$$O_1 = 52 * 0,14 = 7,28 \text{ млн. шт.}$$

Объем реализации в результате изменения доли рынка составляет:

$$O_2 = 52 * 0,18 = 9,36 \text{ млн. шт.}$$

Объем реализации увеличился при этом на 2,08 (9,36-7,28) млн. шт.

Каждая единица продукции способна принести прибыль в сумме 1418 руб. Следовательно, дополнительный объем реализации принесет определенную прибыль, при этом необходимо учесть затраты на маркетинговые усилия, связанные с увеличением доли рынка. В результате дополнительная прибыль составит:

$$2,08 * 1418 - 65 = 2884,44 \text{ млн. руб.}$$

Задание 7.

Выявить наиболее привлекательный сегмент рынка по количественным параметрам, если известно, что численность населения, проживающего в трех микрорайонах города равна:

- 1-й микрорайон = 17 тыс. чел.,
- 2-й микрорайон = 20 тыс. чел.,
- 3-й микрорайон = 18 тыс. чел.

Ни одна аналогичная фирма не обслуживает 1 микрорайон. Во 2-м микрорайоне действуют 2 аналогичных предприятия с годовым объемом, равным 18,0 тыс. руб., а в 3-м микрорайоне – предприятие с годовым объемом продаж – 17,0 тыс. руб. Рациональный норматив потребления данной продукции на одну тысячу жителей равен 1,3 тыс. руб. Ответ обосновать.

Решение задачи:

В качестве выбора наиболее привлекательного сегмента рынка будем рассматривать незанятую конкурентами часть общей емкости рынка.

Общую емкость рынка рассчитываем, учитывая численность населения, проживающего в каждом микрорайоне, а также норматив потребления. Например, в микрорайоне №1 проживает 17 тыс. чел., на тысячу жителей потребление составляет 1,3 тыс. руб. Следовательно, общая емкость рынка в микрорайоне №1 составляет:

$$E_1 = 17 * 1,3 = 22,1 \text{ тыс. руб.}$$

Аналогично рассчитываем емкость рынка во 2-м и 3-м микрорайонах:

$$E_2 = 20 * 1,3 = 26,0 \text{ тыс. руб.,}$$

$$E_3 = 18 * 1,3 = 23,4 \text{ тыс. руб.}$$

Ни одна аналогичная фирма не обслуживает микрорайон №1. Следовательно, незанятая конкурентами часть общей емкости рынка микрорайона №1 составляет:

$$ДЕ1=22,1 \text{ тыс. руб.}$$

В микрорайоне №2 действуют 2 аналогичных предприятия с годовым объемом равным 18,0 тыс. руб. Общая емкость рынка составляет 26,0 тыс. руб. Если в условии сказано, что 18 тыс. руб. – это общий объем продаж двух фирм, то незанятая конкурентами часть общей емкости рынка составляет:

$$ДЕ2=26,0-18,0=8,0 \text{ тыс. руб.}$$

Если же в условии имеется в виду, что 18 тыс. руб. – это объем продаж каждой из фирм, то в данном случае весь рынок поделен между конкурентами. В связи с этим осуществлять деятельность в данном сегменте рынка будет весьма затруднительно.

В микрорайоне №3 работает предприятие с годовым объемом продаж 17,0 тыс. руб. Незанятая этим конкурентом емкость рынка составляет:

$$ДЕ=23,4-17,0=6,4 \text{ тыс. руб.}$$

Сравнивая полученные результаты, приходим к выводу, что наиболее привлекательный сегмент рынка – это микрорайон №1 с максимальной незанятой конкурентами частью общей емкости рынка.

Задание 8.

Разработайте анкету опроса мнения потребителей о качестве товара на Ваш выбор: сметаны, колбасы, средства для мытья посуды (или качестве обслуживания в магазине). Марку продукта (или название магазина) выберите самостоятельно.

Решение задачи:

Составляя анкету, целесообразно придерживаться определенных требований. Форма анкеты должна быть простой и легко читаться, а количество вопросов не превышать 10. Анкета с большим количеством вопросов утомляет респондента, уменьшает его заинтересованность и активность. Важным является соблюдение последовательности вопросов: сначала базовая информация, потом классификационные данные, а в конце - идентификация респондента.

Анкета может быть такой:

1. Какое свойство средства для мытья посуды является для Вас наиболее важным:
 - степень обезжиривания отмываемой поверхности;
 - запах;
 - наличие витаминных и смягчающих кожу рук добавок;
 - конкурентоспособная цена.
2. Кому Вы доверяете при выборе средства для мытья посуды?
 - рекламе;
 - интуиции;
 - друзьям и знакомым;

- совету продавца.
- 3. Какие товарные марки средств для мытья посуды кажутся Вам знакомыми?
 - «Фейри»;
 - «Гала»;
 - «Тест»;
 - «Мила».
- 4. Какие средством для мытья посуды Вы пользуетесь?
 - «Фейри»;
 - «Гала»;
 - «Тест»;
 - иным средством.
- 5. Как часто Вы меняете марку средства для мытья посуды?
 - меняю с каждой покупкой;
 - меняют менее, чем раз в полгода;
 - в) меняю каждый год;
 - не меняю, давно пользуюсь одной маркой средства.
- 6. Надолго ли Вам хватает литровой емкости со средством для мытья посуды?
 - менее, чем на неделю;
 - более, чем на неделю, но менее, чем на месяц;
 - от одного для двух месяцев;
 - на два месяца или более.
- 7. Где Вы или члены Вашей семьи чаще всего приобретаете средства для мытья посуды?
 - на рынке;
 - в специализированном магазине бытовой химии;
 - в оптовом магазине;
 - в фирменном магазине.

Задание 9.

Примите решение по выбору канала товародвижения, пользуясь критерием эффективности (затратоотдачи):

1. канал нулевого уровня:
 - расходы, связанные с содержанием и эксплуатацией собственной розничной торговой сети = 168 тыс. руб.;
 - издержки обращения (оптово-сбытовые и розничные) = 100 тыс. руб.;
 - прибыль от реализации товаров = 500 тыс. руб.;
2. одноуровневый канал (прямые связи с розничной торговлей):
 - издержки обращения (оптово-сбытовые, транспортные) = 60 тыс. руб.;
 - прибыль = 318 тыс. руб.;
3. двухуровневый канал (производитель продает товар оптовому посреднику):
 - издержки обращения (сбытовые) = 58 тыс. руб.;
 - прибыль = 120 тыс. руб.

Решение задачи:

Эффективность – это способность приносить эффект; результативность процесса; отношение результата к затратам.

При организации движения товара по каналу нулевого уровня эффективность товародвижения составляет:

$$\text{Э0} = 500 / (168 + 100) = 1,87 \text{ руб./руб.},$$

что означает, что 1 руб. средств, вложенная в работу канала товародвижения приносит прибыль в сумме 1,87 руб.

При организации одноуровневого канала товародвижения:

$$\text{Э1} = 318 / 60 = 5,30 \text{ руб./руб.}$$

При организации двухуровневого канала товародвижения:

$$\text{Э2} = 120 / 58 = 2,07 \text{ руб./руб.}$$

Таким образом, по критерию эффективности (затратоотдаче) следует отдать предпочтение одноуровневому каналу товародвижения.

Задание 10.

Проанализировать внешнюю среду предприятия и определить его возможные действия по адаптации к влиянию негативных факторов, приведенных в таблице:

№	Фактор	Оценка	Вес	Направление влияния
1	Инфляция	9	0,13	-
2	Экономический рост в стране	8	0,15	-
3	Уровень политической стабильности в обществе	7	0,06	+
4	Уровень безработицы	8	0,13	-
5	Уровень налогообложения	6	0,11	-
6	Уровень доходов населения	6	0,12	-
7	Наличие протекционизма	6	0,12	-
8	Уровень рождаемости	4	0,10	-
9	Криминализация общества	5	0,09	-
10	Наличие лоббистских групп в законодательных органах власти	5	0,06	+

Решение задачи:

Любая организация находится под воздействием таких факторов, как научно-технический прогресс, состояние экономики, политика, требования экологии, культурное окружение и, наконец, демография. Воздействие этой группы факторов можно классифицировать как внешнюю среду высокого уровня, представляющую собой макросреду, влияние которой должно учитываться при разработке стратегических решений. Таким образом, внешняя среда – это совокупность активных субъектов и сил, действующих за пределами предприятия и влияющих на возможности достижения успеха.

Рассмотрим, каким образом приведенные в таблице факторы влияют на принятие стратегических решений.

Инфляция, как известно, это кризисное состояние денежной системы. Современная инфляция связана не только с падением покупательной способности денег в результате роста цен, но и с

общим неблагоприятным состоянием экономического развития страны. Она обусловлена противоречиями процесса производства, порожденными различными факторами в сфере как производства и реализации, так и денежного обращения, кредита и финансов. Первопричиной инфляции являются диспропорции между различными сферами экономики: накоплением и потреблением, спросом и предложением, доходами и расходами государства, денежной массой в обращении и потребностями хозяйства в деньгах. Действительно, помимо негативного влияния инфляции на экономику, присутствует замедление экономического роста. Мы можем говорить именно о замедлении экономического роста, поскольку направление действия этого фактора негативное. Судя по всему, экономика страны находится в кризисной ситуации, поскольку на предприятие, стратегия которого разрабатывается на основе исходных данных, приведенных в задаче, негативно действует целый ряд факторов, а именно высокий уровень безработицы, нестабильное налогообложение, низкий уровень доходов населения, демографические проблемы (в частности, низкий уровень рождаемости). Кроме того, ситуация осложняется криминализацией общества. Вместе с тем, политическая ситуация достаточно стабильна, предприятие может воспользоваться преимуществами протекционизма в отношении своей деятельности. Об этом свидетельствует и наличие лоббистских групп в законодательных органах власти.

Общее влияние негативных факторов с учетом их весомости составляет:

$9 \cdot 0,13 + 8 \cdot 0,15 + 8 \cdot 0,13 + 6 \cdot 0,11 + 6 \cdot 0,12 + 6 \cdot 0,10 + 5 \cdot 0,09 = 6,36$ балла.

А общее влияние положительных факторов, соответственно, составляет:

$7 \cdot 0,16 + 5 \cdot 0,06 = 1,42$ балла.

Таким образом, действие негативно влияющих факторов существенно превышает действие положительно влияющих факторов. Следовательно, необходимо разработать мероприятия по предотвращению действия негативно влияющих факторов на деятельность предприятия. В частности, учитывая возможность инфляционного роста цен, в договорах на поставку продукции целесообразно предусмотреть применение метода ценообразования на основе скользящих цен (т.е. с поправкой на инфляцию). Поскольку экономика страны идет на спад, в случае возможности выхода на внешний рынок с продукцией предприятия такой возможностью не стоит пренебрегать. Из-за негативного влияния нестабильного налогообложения предприятию целесообразно применять «белые» схемы оптимизации налогообложения. А криминализация общества требует от предприятия усиления охраны сотрудников и принадлежащей предприятию собственности. Поскольку уровень доходов населения падает, то может активизироваться конкурентная борьба за потребителя, что также требует принятия превентивных мер.

Владеть (примерный перечень ситуационных заданий)

Задание 11.

Разработайте варианты упаковок для следующих товаров (определите форму упаковки, материал, из которого она будет выполнена, его фактура и цвет, функциональные приспособления для удобства пользования товаром; содержание маркировки товара и ее расположения на упаковке):

1. туалетная вода для молодых и уверенных в себе женщин;
2. ювелирные украшения для мужчин;
3. шоколадное драже (монетки) для детей (взрослых);
4. детский конструктор;

5. набор ниток для вышивания.

Какие характеристики упаковки помогают решать поставленные перед ней задачи?

Решение задачи:

Упаковка – это часть планирования товара, в ходе которой фирма изучает, разрабатывает и производит свою упаковку, включающую саму тару, в которую помещается продукция, этикетку и ярлыки.

Многие товары, предлагаемые на рынке, должны быть обязательно упакованы. Упаковка может играть несущественную роль (например, для недорогих скобяных изделий), а может приобретать и очень большое значение (например, для косметики). Некоторые образцы упаковки, такие, как бутылки для кока-колы или коробка для колготок «Лэггс», знамениты во всем мире. Упаковку называют пятой основной переменной маркетинга и дополнение к товару, цене, методам распространения и стимулирования. Однако большинство продавцов все же рассматривают упаковку как один из элементов товарной политики.

Существует шесть основных функций упаковки:

- вложение и защита,
- использование,
- коммуникация,
- сегментация рынка,
- сотрудничество с каналами сбыта,
- планирование новой продукции.

Основной функцией упаковки является защита ее содержимого при транспортировке, хранении и эксплуатации. Этот критерий является важным при определении формы и размера упаковки, а также при выборе материала, однако требует сочетания с соображениями художественного конструирования и рекламными целями. В последние годы упаковка превратилась в одно из действенных орудий конкуренции и маркетинга. С точки зрения стоимости, самым дешевым видом упаковки является «пакет в коробке, далее идет жестяной контейнер, а затем – алюминиевый, стеклянный, полиэтиленовый и полихлорвиниловый».

Производители «традиционных» материалов реагируют на угрозу вытеснения тем, что постоянно улучшают свою продукцию и совершенствуют технологию производства, например, компания «Метал бокс» повысила более чем вдвое скорость своих производственных линий благодаря тому, что стала изготавливать цилиндры, соответствующие по размерам двум консервным банкам, с последующей резкой их пополам.

Помимо появления новых и усовершенствованных материалов и разработки новых видов контейнеров, таких, как аэрозольная упаковка и пластмассовые бутылки, мы можем ожидать непрерывного расширения номенклатуры товаров, продаваемых в упакованном виде. Одновременно мы можем ожидать значительного прогресса в технологии пищевой промышленности.

Учитывая все эти тенденции, можно утверждать, что упаковка будет играть все возрастающую роль в системе элементов маркетинга. Расширению использования упаковки в качестве орудия маркетинга способствуют самые разнообразные факторы: самообслуживание в торговле, доставка потребителям, образ фирмы и образ марки, возможности для новаторства.

Разработка эффективной упаковки для нового товара требует принятия большого числа решений. Прежде всего, необходимо создать концепцию упаковки. Концепция упаковки – это определение, какой в принципе должна быть упаковка и какую роль она должна сыграть для

конкретного товара. В чем будет заключаться основная функция упаковки? Обеспечить более надежную защиту товара, предложить новый метод раздачи или разлива, донести определенную информацию о качестве товара или о чем-то другом.

Затем предстоит принять решения и о прочих составляющих конструкции упаковки: ее размерах, форме, материале, цвете, текстовом оформлении, наличии марочного знака. Следует определить, сколько будет текста - много или мало, что использовать - целлофан или какую-то другую прозрачную пленку, из чего делать лоток - из пластика или ламинированных материалов и т.д. Различные элементы должны быть увязаны друг с другом. Размер упаковки уже позволяет сделать кое-какие предположения о материалах для ее изготовления, о расцветке и т.п. Составляющие упаковки должны быть увязаны и с политикой ценообразования, и с рекламой, и с прочими элементами маркетинга.

Предложения относительно упаковки.

1. Упаковка для туалетной воды для молодых и уверенных в себе женщин:

- коробочка красного цвета для флакона в виде женской фигурки (красный цвет психологи связывают с уверенностью и даже агрессией);
- материал – основа картонная, отделка – бархатистая, приятная на ощупь поверхность;
- флакон с туалетной водой должен хорошо держаться в коробке;
- информация в виде маркировки должна отражать: наименование товара – туалетная вода, название туалетной воды, наименование фирмы – производителя туалетной воды, страна изготовления, информация о подверженности пользователя аллергическим реакциям, химический состав пр.

2. Ювелирные украшения для мужчин (допустим, запонки):

- футляр в виде футбольного мяча;
- материал футляра: основа – пластик, поверхность – матерчатая бархатистая, цвет – темный, фактура – имитация футбольного мяча;
- содержание маркировки: наименование товара – запонки, название модели запонок, наименование фирмы – изготовителя, страна изготовления, наименование материала, из которого изготовлены запонки.

3. Шоколадное драже (монетки) для детей (взрослых):

- материал для упаковки каждой шоколадной монеты – цветная фольга, все монетки помещаются в пластиковую прозрачную емкость;
- содержание маркировки каждой монеты: одна сторона – «номинал», вторая сторона – название торговой марки производителя конфет;
- содержание маркировки пластиковой емкости: производитель, страна производства, количество «монет» в упаковке, вес-нетто, вес-брутто, состав, калорийность 100 грамм продукции и пр.

4. Детский конструктор:

- материал – прозрачный пластик; это материал, с одной стороны, легкий, а с другой – не настолько недолговечный, как картон; пластиковая коробочка может иметь пазы для крепления деталей конструктора, хранящегося в несобранном состоянии;
- цвет упаковки – самый яркий, бросающийся в глаза;
- желательно, чтобы пластиковая коробочка имела информацию в виде рисунков – результатов сборки;
- маркировка: наименование товара – детский конструктор; название конструктора; наименование фирмы-производителя; страна производства; возраст ребенка, для которого предназначен конструктор; вес; химический состав материала, из которого изготовлен конструктор; и т.д.

5. Набор ниток для вышивания:

- материал – картонная коробка, разделенная перегородками для удобного хранения ниток; внутренняя сторона крышки для коробки выполнена в виде подушечки для временного хранения иголок во время вышивания;
- на коробку целесообразно нанести бумажное изображение узоров, которые можно вышить, используя купленные нитки для вышивания;
- маркировка: наименование товара – нитки для вышивания; перечень расцветок ниток; фирма – изготовитель; материал, из которых изготовлены нитки; химический состав; толщина ниток и пр.

Задание 12.

Фирма планирует выпускать наручные часы. Для проведения сегментации рынка использованы четыре признака с двумя градациями каждый: возраст (дети, взрослые), пол (мужской, женский), доход (высокий низкий), род занятий, точнее, тип труда (умственный, физический).

Определить число сегментов и перечислите их с учетом «стирания» границ между неразличимыми группами (т.е. несколько раз выделять очень похожие сегменты не нужно).

Решение задачи:

Сегментация рынка – это группировка потенциальных покупателей и потребителей товара по некоторым признакам. Начинается она с выделения общего контингента покупателей и потребителей. Для этого используются определенные характеристики населения: возрастные группы, уровень дохода, профессии и т.д. У каждой из этих групп свои потребности и представления о моде, особые требования к товарам. Далее каждую группу можно делить на более мелкие группы и подгруппы. Люди в этих группах – сегменты рынка – примерно одинаково реагируют на маркетинговую деятельность продавца. Далее выявляются факторы, влияющие на процесс принятия решений о покупке товара. При этом, прежде всего, выделяется объект (субъект), который принимает решение. Для бытовых товаров в качестве объекта выступает семья, для товаров производственного назначения – предприятия. Затем изучаются операции, совершаемые при покупке товаров, а именно: возникновение потребности в товаре, поиск информации, ее получение и оценка, принятие решения о покупке и впечатление после покупки.

Рыночный сегмент – это часть рынка, характеризующаяся тем, что все его участники-покупатели руководствуются приблизительно одинаковыми потребительскими критериями. Проведение рыночного сегментирования обычно является обязанностью специалистов по маркетингу, ориентирующихся либо на социально-экономические показатели, либо на психологические характеристики групп потребителей.

Выделение соответствующих рыночных сегментов может быть осуществлено следующим образом:

1. мужчины с высоким уровнем дохода, занятые умственным трудом;
2. мужчины с высоким уровнем дохода, занятые физическим трудом;
3. мужчины с низким уровнем дохода, занятые умственным трудом;
4. мужчины с низким уровнем дохода, занятые физическим трудом;
5. женщины с высоким уровнем дохода, занятые умственным трудом;
6. женщины с высоким уровнем дохода, занятые физическим трудом;
7. женщины с низким уровнем дохода, занятые умственным трудом;
8. женщины с низким уровнем дохода, занятые физическим трудом;
9. сыновья родителей с высоким уровнем дохода, занятых умственным трудом;
10. сыновья родителей с высоким уровнем дохода, занятых физическим трудом;
11. сыновья родителей с низким уровнем дохода, занятых умственным трудом;

12. сыновья родителей с низким уровнем дохода, занятых физическим трудом;
13. дочери родителей с высоким уровнем дохода, занятых умственным трудом;
14. дочери родителей с высоким уровнем дохода, занятых физическим трудом;
15. дочери родителей с низким уровнем дохода, занятых умственным трудом;
16. дочери родителей с низким уровнем дохода, занятых физическим трудом.

На мой взгляд, сегменты 9 и 10, 11 и 12, 13 и 14, 15 и 16 целесообразно объединить, поскольку мотивы покупки часов для детей будут различаться, прежде всего, в зависимости от уровня доходов родителей. А зависимость мотивов от типа труда при одинаковом уровне дохода родителей значительно меньшая.

После корректировки рыночных сегментов потребителей можно объединить в такие группы:

1. мужчины с высоким уровнем дохода, занятые умственным трудом;
2. мужчины с высоким уровнем дохода, занятые физическим трудом;
3. мужчины с низким уровнем дохода, занятые умственным трудом;
4. мужчины с низким уровнем дохода, занятые физическим трудом;
5. женщины с высоким уровнем дохода, занятые умственным трудом;
6. женщины с высоким уровнем дохода, занятые физическим трудом;
7. женщины с низким уровнем дохода, занятые умственным трудом;
8. женщины с низким уровнем дохода, занятые физическим трудом;
9. сыновья родителей с высоким уровнем дохода;
10. сыновья родителей с низким уровнем дохода;
11. дочери родителей с высоким уровнем дохода;
12. дочери родителей с низким уровнем дохода.

Задание 13.

В сети крупных универсамов присутствуют следующие товарные группы: хлебобулочные изделия, кондитерские изделия, бакалея, молочная гастрономия, средства личной гигиены, мясная гастрономия, мясная кулинария, диабетические продукты, хозяйственно-бытовые товары, рыба и морепродукты, замороженные продукты, товары для животных, электротовары, овощи и фрукты, соки и воды, алкогольная продукция, парфюмерия и косметика, бытовая химия, табачные изделия, детское питание, товары собственного производства (салаты, выпечка).

Выделите товары основного ассортимента и товары дополняющие его.

Какие еще дополняющие товары можно включить в ассортимент универсамов?

Решение задачи:

По степени важности для предприятия выделяют основной и дополнительный ассортимент.

Основной ассортимент включает товары, пользующиеся повышенным спросом. Продажа, в первую очередь, именно этих товаров, приносящих наибольшую прибыль, является целью деятельности предприятия. Необходимо обеспечить постоянное присутствие на складе основного ассортимента.

Дополнительный ассортимент включает товары, придающие завершенность основному ассортименту. Это дополняющие товары, товары импульсной покупки, товары для особых случаев, отсутствующие в других торговых местах. Например, расходные материалы при продаже оргтехники; светильники, портьеры, ковры в мебельном магазине. Дополнительный ассортимент может не всегда присутствовать на складе, меняться по наименованиям, т.е. относится к категории переменного ассортимента.

Под универсамом (сокращение от «универсальный магазин самообслуживания») понимают продуктовый магазин, построенный по принципу супермаркета: большинство товаров

расположено на открытых витринах и покупатель сам берет, что ему нужно, а расплачивается на кассе при выходе из магазина. Ассортимент универсама состоит из широкого выбора товаров разных категорий, однако большая часть приходится на продовольственные товары. Исходя из этого, принимаем, что основным ассортиментом универсама выступает группы именно продовольственных товаров.

Общепризнано, что по торговой классификации продовольственные товары делят на следующие группы: хлебобулочные, кондитерские, рыбные, мясные, молочные, плодоовощные товары, напитки, табачные изделия. Учитывая данный перечень, определяем позиции основного и дополнительного ассортимента:

Классификация продовольственных товаров	Группы товаров основного ассортимента (из перечня, приведенного в условии задачи)	Группы товаров дополнительного ассортимента (из перечня, приведенного в условии задачи)
1. Хлебобулочные изделия	хлебобулочные изделия	диабетические продукты; детское питание; замороженные продукты; товары собственного производства (салаты, выпечка); средства личной гигиены; хозяйственно-бытовые товары; бытовая химия; парфюмерия и косметика; электротовары; товары для животных
2. Кондитерские изделия	кондитерские изделия	
3. Бакалейные товары	бакалея	
4. Рыбная продукция	рыба и морепродукты	
5. Мясная продукция	мясная гастрономия; мясная кулинария	
6. Молочная продукция	молочная гастрономия	
7. Плодоовощные товары	овощи и фрукты	
8. Напитки	соки и воды; алкогольная продукция	
9. Табачные изделия	табачные изделия	

Дополнительный ассортимент товаров целесообразно расширить за счет следующих групп: подарочные товары, галантерея, газеты, белье.

Задание 14.

Вы выпускаете шампунь, который препятствует образованию перхоти и эффективен даже при разовом употреблении. Ваш помощник подсказывает, что сбыт пойдет быстрее, если в инструкции на этикетке указать, что шампунь рекомендуется применять дважды. Как вы поступите?

Решение задачи:

Рекомендация в отношении того, что шампунь желательно употреблять дважды, во всяком случае не навредит здоровью покупателей и в худшем случае нанесет незначительный ущерб их бюджету. Наиболее обеспеченные из покупателей, скорее всего, не заметят этого. Покупатели, ограниченные в средствах, обычно склонны анализировать эффект от применения товара. Когда

они обнаружат, что шампунь эффективен даже при разовом употреблении, они решат, что им повезло, и в повторном употреблении шампуня нет необходимости.

Задание 15.

Оцените предлагаемые ниже варианты маркетинговых исследований, их достаточность и правильность.

Менеджер по маркетингу магазина дорогой верхней одежды, практикующего доставку товара на дом, обеспокоен тем, что прибыль упала. Он заметил, что многие покупатели, которые когда-то регулярно делали покупки в магазине, больше не появляются, и решил отправить выборке, состоящей из 500 старых покупателей, анкету, используя список имеющихся адресов. В письма вложены конверты для обратной отправки анкет. В анкету включены вопросы:

1. Пожалуйста, напишите, чем больше всего Вам понравился наш магазин, когда Вы последний раз делали в нем покупки?
2. Чем наш магазин Вам не нравится? Что Вам в нем мешает?
3. Укажите названия других магазинов верхней одежды, в которых Вы делаете покупки, отметив, что Вам в них нравится.

По оценке менеджера стоимость исследования составит 15 тыс. д.е. Для его проведения потребуется лишь распечатка адресов клиентов, тем самым удастся избежать расходов на разработку выборки. Таким образом, исследование будет достоверным и недорогим: 30 д.е. на одного ответившего.

Решение задачи:

Безусловно, предложенный менеджером способ сбора данных о мотивах потребительского поведения, является весьма недорогим. Однако результативность этого способа вызывает определенные сомнения. В частности, из условия задачи не ясно, что именно будет побудительным мотивом для респондентов отвечать на вопросы анкеты. Требуемая от респондентов активность предполагает, что, получив письмо из магазина, в который они весьма долго не заглядывали, нужно изучить вопросы, обдумать их, сформулировать ответы, записать их, затем предпринять меры по тому, чтобы отправить письмо в адрес магазина. При этом на осуществление всех этих действий предполагаемые респонденты вовсе не мотивированы. Исходя из этого, рассчитывать на отклик со стороны таких респондентов в целом нет особых оснований.

Чтобы определить предпочтительный порядок действий, прежде всего, формулируем цель: нам необходимо получить ответы респондентов на вопросы, указанные в условии задачи. Для достижения этой цели покупателей необходимо мотивировать. Для этого предлагается вместо вопросов анкеты в письме отправить купон на 5% или 10%-ную скидку для постоянных покупателей и краткое описание обновленного ассортимента. Получив такой купон, покупатель будет мотивирован для прихода в магазин, где его можно попросить ответить на вопросы анкеты.

При этом ставить вопросы так, чтобы у респондента была необходимость прилагать усилия для формулирования ответов, нельзя, поскольку респондент в таком случае попросту откажется отвечать на такие вопросы. Вопросы с возможными вариантами ответов – это наиболее приемлемый способ выяснить особенности потребительского поведения.

Проведенное же описанным в условии задачи способом не будет результативным и достоверным.

Задание 16.

Допустим, Вы хотите опросить потребителей об их реакции на товар конкурента. Предлагается провести это интервью якобы от имени несуществующего Института по исследованию маркетинга? Как Вы поступите?

Решение задачи:

Ответ на этот вопрос будет зависеть от причин, побуждающих фирму прибегнуть к предлагаемому обману. Стоит ли опускаться до такой мелкой лжи в угоду достижения сомнительного результата? Если нет желания акцентировать вопрос именно на товарах конкурентов, то вопросник целесообразно составить таким образом, чтобы закамouflировать наиболее актуальные для нас вопросы. В результате мы получим ответы на интересующие нас вопросы, не прибегая к обману.

Задание 17.

Производственное предприятие выпускает новый технически сложный и требующий значительных затрат на перевозку товар на сумму около 500 тыс. руб., а также транспортабельный товар повседневного спроса на сумму около 80 тыс. руб. Какие из трех фирм (табл.) Вы выберете в качестве дистрибьютора? Известны следующие характеристики фирм:

Характеристики	Фирма А	Фирма В	Фирма С
Годовой оборот, тыс. руб.	500	250	100
Год образования	1990	1992	1995
Рейтинг известности (по 10-ти балльной шкале)	9	6	4
Кредитоспособность	высокая	высокая	факторинг джоббер
Наличие складов:			
а) современных	да, 50%	да, 20%	нет
б) устаревших	да, 50%	да, 80%	нет
Наличие:			
а) службы изучения спроса	да	нет	да
б) послеторгового обслуживания	да	нет	нет

Решение задачи:

Дистрибьютор – это представитель фирмы, коммерческой организации, осуществляющей размещение, реализацию товаров или ценных бумаг. Хотя дистрибьютор реализует товары или ценные бумаги по поручению фирмы, представителем которой он является, но осуществляет операции от своего имени и за свой счет. Обычно фирма предоставляет дистрибьютору определенную скидку с продажной цены, но он не обязан ориентироваться на цену фирмы и в зависимости от ситуации, складывающейся в зоне его действия, сам определяет ее. В отличие от комиссионеров, реализующих товары различных фирм за заранее установленное вознаграждение, дистрибьютор формирует свой доход за счет разницы между продажной ценой и ценой фирмы. Функции дистрибьютора не сводятся к осуществлению акта реализации продукции, они гораздо шире и включают рекламу продукции фирмы, организацию обратной связи с покупателями, учет их пожеланий и претензий, анализ рынка в сфере действий дистрибьютора, оценку перспектив сбыта продукции фирмы, характеристику основных

конкурентов и рекомендации по повышению конкурентоспособности продукции фирмы и др. Обычно фирма заключает с дистрибьютором договор, в котором предусматриваются взаимные обязанности сторон. Фирма, в частности, обязуется своевременно обеспечивать дистрибьютора рекламными проспектами, образцами товаров, знакомить его со своими перспективными планами и т. д. Как правило, дистрибьюторы размещаются по зональному признаку, т. е. за каждым из них закрепляется определенная зона реализации товара (область или группа областей), с тем, чтобы исключить конкуренцию дистрибьюторов одной и той же фирмы между собой.

Факторинг – это разновидность торгово-комиссионной операции, сочетающейся с кредитованием оборотного капитала клиента. В основе операций факторинга лежит покупка факторной компанией счетов клиента на условиях оплаты до 90% стоимости отфактурованных поставок и оплаты остающейся части (за вычетом процента за кредит) в строго обусловленные сроки независимо от поступления выручки от должников. Клиентами факторных компаний выступают, как правило, мелкие и средние торгово-промышленные компании, торговые агенты, дилеры и т.п., рассчитывающиеся обычно по открытому счету. Подавляющая часть клиентов – поставщики товаров сравнительно небольшой единичной стоимости (напр., готовая одежда, обувь, мебель, ковры, компоненты для ЭВМ, некоторые химикаты). Факторинг является универсальной системой финансового обслуживания клиентов, включающей бухгалтерское, информационное, рекламное, сбытовое, транспортное, страховое, кредитное и юридическое. За клиентом сохраняется практически только производственная деятельность, возникающая при этом у него экономия возмещает высокую стоимость факторного обслуживания (0,75-4% годового оборота). Благодаря факторингу достигается ускорение оборачиваемости средств в расчетах. Получая немедленный платеж по основной части стоимости отфактурованных товаров, клиент может расплачиваться со своими поставщиками наличными и получать за это скидку с цены.

Джоббер – это фирма, скупающая крупные партии товара для быстрой перепродажи.

Изучение характеристик фирм А, В и С позволяет сделать следующие выводы:

1. Наиболее приемлемым дистрибьютором для реализации нового технически сложного товара является фирма А, поскольку у этой фирмы (в отличие от ее конкурентов):

- потенциальный оборот соответствует требуемому (500 тыс. руб.);
- высокий рейтинг известности (это важно для успешной реализации нового товара);
- есть в наличии склады, 50% из которых оснащены современным оборудованием;
- есть служба изучения спроса;
- есть служба послепродажного обслуживания (это важно для успешной реализации технически сложного товара).

2. Наиболее приемлемым дистрибьютором для реализации транспортабельного товара повседневного спроса является фирма С. Эту фирму мы выбираем (из фирм В и С) исходя из того, что возможности оборота фирмы А уже исчерпаны. При этом у фирмы С в отличие от фирмы В:

- функционирует служба изучения спроса, что важно при реализации подобного вида товаров;
- есть возможность использования преимуществ факторингового обслуживания.

6. ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Разработчик:

С.А. Евдовская, старший преподаватель


(подпись)

Заведующий кафедрой:

В.А. Мизюн, к.т.н., доцент


(подпись)

Заведующий выпускающей кафедрой:

Шнякина Ю.Р., к.э.н., доцент


(подпись)