

Министерство образования и науки Российской Федерации
Южно-Уральский государственный университет
Кафедра «Финансы, денежное обращение и кредит»

658. У9(2)23.я7
З-362

В.Г. Заслонов
БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ
Рабочая тетрадь

Челябинск
Издательский центр ЮУрГУ
2017

ББК У9(2)232.я7
З-362

Одобрено
учебно-методической комиссией Высшей школы экономики и управления

Рецензенты:
Т.И. Бухтиярова, А.В. Каплан

Заслонов, В.Г.

З-362 Бизнес-планирование: рабочая тетрадь / В.Г. Заслонов. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2017. – 217 с.

Одним из условий успешного функционирования организации является эффективное функционирование его экономического механизма управления.

В учебном пособии излагаются содержание, требования, порядок изложения и оформление отчёта по практическим занятиям. Даны теоретические выкладки, методические указания и нормативно-справочные данные, необходимые для выполнения практических занятий.

Учебное пособие написано в соответствии с ГОС–3, соответствует современным требованиям к подготовке выпускников высшей школы – бакалавров и рекомендуется для студентов направлений подготовки: 38.03.01 «Экономика», 38.03.02 «Менеджмент», а также для ряда технических специальностей: 160700 – «Проектирование авиационных и ракетных двигателей», 101200 – «Двигатели внутреннего сгорания»; 150100 – «Автомобиле- и тракторостроение»; 150300 – «Многоцелевые гусеничные и колесные машины»; 170900 – «Подъемно-транспортные, строительные, дорожные машины и оборудование»; 180800 – «Электрооборудование автомобилей и тракторов»; 220700 «Автоматизация технологических процессов и производств».

ББК У9(2)232.я7
© Издательский центр ЮУрГУ, 2017

ВВЕДЕНИЕ

«Бизнес-планирование» это дисциплина, изучающая и раскрывающая функцию экономическую функцию управления организацией. Основные задачи рациональной организации производства на предприятии сводятся к разработке мероприятий, которые позволят: снизить себестоимость продукции; повысить производительность труда и увеличить объёмы производства; повысить качество продукции; совершенствовать сбыт продукции; снизить риск возникновения кризисных ситуаций и банкротства; улучшить финансовое положение предприятия, то есть эффективно и рационально использовать все ресурсы.

Практикум составлен в соответствии с рабочей программой и охватывает наиболее значимые разделы «Понятие и сущность бизнес-планирования»; «Виды товаров и услуг»; «Организация процесса бизнес-планирования» и др. По каждой теме дисциплины приведены тестовые задания предназначенный как для аудиторной работы, так и для самостоятельного решения.

Использование данного учебного пособия позволит студентам систематизировать и закрепить полученные знания, научиться самостоятельно производить расчёты плановых показателей, сформировать навыки оценки эффективности принимаемых управленческих решений в области бизнес-планирования.

Студент выполненные расчёты, ответы на вопросы и тестовые задания представляет в «Рабочей тетради», титул которой представлен в приложении.

Некоторые исходные данные, например, нормативно-справочного характера, по согласованию с преподавателем могут быть откорректированы в соответствии с экономической ситуацией на момент выполнения ПЗ.

Усвоение учебного материала дисциплины рекомендуется в следующей последовательности: повторение теоретического материала по каждой теме в виде формулировании учебных целей и вопросов, вопросов для дискуссий, ключевых терминов и понятий (в учебном пособии приводится глоссарий); проверка уровня усвоения теоретического материала (тестирование); методические указания и разбор решений типовых задач, закрепление материала на основе решений задач, применяемых в практике плановых расчётов. При написании учебного пособия были проанализированы работы ряда учебных заведений РФ и ближнего зарубежья, [1–6, 8–14], а также Интернет-ресурсы [15–20].

При написании и оформлении отчёта следует придерживаться рекомендаций изложенных в стандартах и инструкциях [7].

ТРЕНИНГ ПО РАЗДЕЛАМ ДИСЦИПЛИНЫ «БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ»

Тренинг (тест) по теме «Понятие и сущность бизнес-планирования»

1. Планирование это:

- а) функция управления по определению будущих целей, пропорций и ресурсов функционирования организации; ☺
- б) функция управления по определению будущих пропорций и ресурсов функционирования организации
- в) функция управления по определению будущих ресурсов функционирования организации, необходимых для достижения поставленных целей;
- г) определение места на рынке.

Ваш выбор. _____

2. Основные цели бизнес-плана:

- а) обоснование проектных решений в бизнесе, связанных с затратами инвестиционных ресурсов; ☺
- б) детализация стратегических изменений, предусмотренных стратегическим планом предприятия;
- в) поиск партнеров по реализации проекта;
- г) календарное планирование работ.

Ваш выбор. _____

3. Адресаты внутреннего бизнес-плана это:

- а) собственники предприятия;
- б) менеджмент; ☺
- в) потенциальные партнеры и инвесторы;
- г) весь персонал предприятия.

Ваш выбор. _____

4. Дайте полное определение бизнес-плану:

- а) план, который описывает и обосновывает бизнес-идею без анализа внешней среды;
- б) план, программа осуществления бизнес-операций, действий фирмы, содержащая сведения о фирме, товаре, его производстве, рынках сбыта, маркетинге, организации операций и их эффективности; ☺
- в) любой план предпринимателя, который открывает новый бизнес;
- г) план действий фирмы, который содержит информацию о фирме, товаре, рынке и конкурентах.

Ваш выбор. _____

5. Отличительная черта бизнес-плана:

- а) краткосрочность плана;
 - б) сводный характер бизнес-плана (связь сфер: от производственно-технической до маркетинго-сбытовой, их взаимное влияние и влияние на результирующие показатели); ☺
 - в) долгосрочность планирования, ориентация на стратегическое развитие и стратегию;
 - г) ориентир на получение прибыльного бизнеса и снижение издержек.
- Ваш выбор.* _____

6. Выберите функцию, которая не относится к основным функциям бизнес-плана:

- а) разработка модели бизнеса, отработка стратегии;
- б) средство мониторинга: контроль настоящего и сравнение результатов с ожидаемыми; ☺
- в) функция контроля качества выпускаемой предприятием продукции;
- г) инструмент для доступа к финансовым ресурсам, привлечение кредиторов и инвесторов.

Ваш выбор. _____

7. Что такое бизнес-план ?

- а) необходимый документ для добывания денег или получения льгот;
- б) рабочий инструмент, позволяющий исследовать и оценить любое конкретное направление и перспективы деятельности предприятия или фирмы на определенном рынке в сложившихся организационно-экономических условиях;
- в) развернутое обоснование проекта, дающее возможность всесторонне оценить эффективность принятых решений, планируемых мероприятий, ответить на вопрос, стоит ли вкладывать деньги в данный проект; ☺
- г) все ответы верные.

Ваш выбор. _____

8. Инвестиционный бизнес-план разрабатывается в первую очередь:

- а) для государственных учреждений, в том числе для налоговой инспекции;
- б) для банка, который может дать кредит; ☺
- в) для совета директоров, генерального директора и ведущих менеджеров предприятия;
- г) для федеральной, региональной и местной администрации.

Ваш выбор. _____

9. В первую очередь владельцев (акционеров) интересует:

- а) эффективность использования ресурсов;
- б) прибыльность (уровень рентабельности инвестированного капитала);

- в) ликвидность;
- г) распределение прибыли (дивиденды на акцию). ☺

Ваш выбор. _____

10. Какие предпосылки должны быть созданы на предприятии для успешного функционирования системы планирования и планово-контрольных расчётов:

- а) кадровые – готовность руководства; ☺
- б) организационные – дееспособная организация управления;
- в) информационные – наличие эффективного инструмента для сбора, переработки и передачи планово-контрольной информации;
- г) законодательные – наличие законов способствующих развитию экономики в РФ;
- д) методические – наличие банка методик для различных отраслей промышленности;
- е) первые три.

Ваш выбор. _____

11. Плановая информация определяет:

- а) аналитическую и прогнозную информацию;
- б) цели и мероприятия, характеризующие будущие события, имеющие отношения к предприятию; ☺
- в) субъективную информацию о бизнесе;
- г) описание пути превращения идеи в связанную реальность.

Ваш выбор. _____

12. Выделите три основные причины, почему мы должны планировать бизнес?

- а) бизнес-планирование – обдумывание идеи;
- б) бизнес-план – рабочий инструмент для принятия решения, контроля и управления; ☺
- в) бизнес-план – способ сообщения идей заинтересованным инвесторам;
- г) бизнес-план – средство для получения денег;
- д) бизнес-план – средство для получения льгот.

Ваш выбор. _____

13. Бизнес-план в первую очередь представляет собой:

- а) результат комплексного исследования различных сторон деятельности предприятия (производства, реализации продукции, послепродажного обслуживания и др.); ☺
- б) документ, определяющий способы решения проблем;

в) проект, который с достаточной вероятностью не гарантирует получение максимальной прибыли;

г) документ, определяющий перспективы развития организации.

Ваш выбор. _____

14. Главной задачей бизнес-плана является:

а) сформулировать долговременные и краткосрочные цели фирмы, стратегии и тактики их достижения;

б) определить конкретное направление деятельности фирмы, целевые рынки и место фирмы на этих рынках; ☺

в) оценить материальное и финансовое положение фирмы и соответствие имеющихся и привлекаемых ресурсов поставленным перед фирмой целям;

г) сформулировать стратегии фирмы и тактики их достижения.

Ваш выбор. _____

15. Функции бизнес-планирования:

а) контроль – возможность оперативного отслеживания выполнения плана, выявления ошибок и возможной его корректировки;

б) оптимизация – обеспечение выбора допустимого и наилучшего варианта развития предприятия в конкретной социально-экономической среде;

в) координация и интеграция – учёт взаимосвязи и взаимозависимости всех структурных подразделений компании с ориентацией их на единый общий результат;

г) все ответы верны. ☺

Ваш выбор. _____

16. Принципы бизнес-планирования:

а) необходимость; ☺

б) прерывность;

в) информированность;

г) затратность.

Ваш выбор. _____

17. Типичные ошибки в бизнес-планировании:

а) смутно установлены цели проекта; ☺

б) четкое определение цели проекта;

в) переоценка риска;

г) неполнота проработки разделов.

Ваш выбор. _____

18. К внешней среде бизнеса относят:

а) сферу, в которой предприятие осуществляет свою деятельность;

- б) совокупность «факторов влияния» вне предприятия, на которые само предприятие не может влиять непосредственно; ☺
- в) сферу, в которой предприятие не осуществляет свою деятельность;
- г) совокупность «факторов влияния» вне предприятия, на которые само предприятие может влиять непосредственно.

Ваш выбор. _____

19. К внутренней среде бизнеса относят:

- а) общая среда, которая находится в рамках предприятия;
- б) совокупность «факторов влияния» вне предприятия, которые непосредственно подконтрольны предприятию;
- в) часть общей среды, которая находится в рамках предприятия;
- г) совокупность «факторов влияния» внутри предприятия, которые непосредственно подконтрольны предприятию. ☺

Ваш выбор. _____

20. Бизнес-план используется:

- а) для привлечения инвестиций;
- б) для получения кредита;
- в) для оценки реальных возможностей;
- г) все ответы верны. ☺

Ваш выбор. _____

21. Внешние цели бизнес-плана:

- а) самоутверждение, инструмент управления;
- б) получение банковского кредита, привлечение инвестиций, создание стратегических союзов, подписание большого контракта; ☺
- в) самоутверждение, привлечение инвестиций, создание стратегических союзов, подписание большого контракта;
- г) инструмент управления, получение банковского кредита, привлечение инвестиций.

Ваш выбор. _____

22. Цели внутреннего бизнес-плана:

- а) самоутверждение, инструмент управления; ☺
- б) получение банковского кредита, привлечение инвестиций, создание стратегических союзов, подписание большого контракта;
- в) самоутверждение, привлечение инвестиций, создание стратегических союзов, подписание большого контракта;
- г) инструмент управления, получение банковского кредита, привлечение инвестиций.

Ваш выбор. _____

23. Бизнес-планированием на предприятии занимаются:

- а) инвесторы;
- б) генеральный директор и рабочая группа специалистов; ☺
- в) совет директоров;
- г) независимые консультанты совместно с менеджерами предприятия.

Ваш выбор. _____

24. Какие инвестиционные решения относятся к разряду основных решений:

- а) вложение в ценные бумаги;
- б) создание основного капитала; ☺
- в) формирование оборотного капитала;
- г) распределение прибыли.

Ваш выбор. _____

25. Укажите первоочередные проблемы, которые влияют на финансово-хозяйственную деятельность предприятия:

- а) отсутствие денег;
- б) отсутствие или неопределенность целей;
- в) неэффективное планирование и управление финансами; ☺
- г) ненормальный подход к бизнес-планированию.

Ваш выбор. _____

26. Какие предпосылки должны быть созданы на предприятии для успешного функционирования системы планирования и планово-контрольных расчётов:

- а) правовые;
- б) информационные;
- в) нормативные;
- г) все ответы верны. ☺

Ваш выбор. _____

27. Предметом инвестиционного бизнес-планирования являются:

- а) любой субъект предпринимательской среды: фирмы, банки, страховые и трастовые компании, инвестиционные структуры;
- б) отдельные стратегические изменения в бизнесе, представленные в виде инвестиционных и инновационных проектов; ☺
- в) отдельные бизнес-единицы организации;
- г) любая идея, для которой нужны инвестиции.

Ваш выбор. _____

28. Место инвестиционного бизнес-плана в системе планов предприятия:

- а) бизнес-план является частью стратегического плана предприятия;
- б) бизнес-план входит в состав инновационных и инвестиционных планов предприятия; ☺
- в) является тактическим текущим планом деятельности организации;
- г) бизнес-план директивный документ в планировании.

Ваш выбор. _____

29. Предметом бизнес-планирования являются:

- а) любой субъект предпринимательской среды: фирмы, банки, страховые и трастовые компании, инвестиционные структуры;
- б) отдельные стратегические изменения в бизнесе, представленные в виде инвестиционных и инновационных проектов;
- в) отдельные бизнес-единицы организации;
- г) деятельность компании, заключающаяся в стремлении к достижению основных целей, соответствующих миссии компании. Планирование призвано способствовать достижению целей компании. ☺

Ваш выбор. _____

30. Миссия предприятия должна отражать:

- а) круг удовлетворяемых потребностей; ☺
- б) характеристику продукции;
- в) перспективы роста бизнеса;
- г) все ответы верны.

Ваш выбор. _____

31. Число основных этапов в бизнес-планирование равно:

- а) четыре этапа;
- б) пять–семь этапов;
- в) восемь–девять;
- г) любое число, обычно не более 13. ☺

Ваш выбор. _____

32. Приоритетную ориентацию на привлечение ресурсов в бизнес рекомендует использовать фирмам:

- а) вновь создаваемым; ☺
- б) любым;
- в) венчурным;
- г) давно работающим на рынке.

Ваш выбор. _____

33. Внутренний бизнес-план необходим для того, чтобы:

- а) измерить основные параметры деятельности предприятия; ☺

- б) выявить структуру обязанностей сотрудников;
- в) оценить перспективность своей бизнес-идеи;
- г) создать должностные инструкции и штатное расписание.

Ваш выбор. _____

34. Основанием для начала работы над бизнес-планом является:

- а) бизнес-идея;
- б) низкий объём продаж;
- в) отсутствие прибыли;
- г) желание иметь своё дело. ☺

Ваш выбор. _____

35. Инвестор доверяют бизнес-планам, в которых:

- а) представлен анализ рынка;
- б) обоснована выгодность инвестиций; ☺
- в) нет конкретности;
- г) отсутствие рисков и проблем.

Ваш выбор. _____

36. При представлении заявки в банк или фонд на дополнительное или начальное финансирование используется информация из:

- а) практической части;
- б) резюме; ☺
- в) аналитической части;
- г) приложения.

Ваш выбор. _____

37. Предприниматель «открывает» информацию по инвестиционному бизнес-плану:

- а) инвесторам; ☺
- б) сотрудникам, в случае проведения забастовки;
- в) налоговым органам;
- г) региональной администрации.

Ваш выбор. _____

38. Резюме составляют на основе:

- а) данных консультантов;
- б) предварительно собранных материалов;
- в) готовых разделов бизнес-плана; ☺
- г) прогнозов о состоянии дел.

Ваш выбор. _____

39 Человек занимающийся бизнесом это:

- а) бизнесмен;
- б) коммерсант;
- в) предприниматель;
- г) все ответы верны. ☺

Ваш выбор. _____

40. Бизнес – это:

- а) любое занятие, дело, приносящее доход;
- б) совокупность отношений между всеми его участниками, образующими команду единомышленников с целью получения дохода, прибыли, развития фирмы, предприятия, организации; ☺
- в) приносящая доход деятельность граждан, имеющих собственность;
- г) все ответы верны.

Ваш выбор. _____

41. Считается, что отрицательное воздействие на развитие предпринимательской деятельности оказывают следующие факторы:

- а) высокие налоговые ставки;
- б) психология исключительности;
- в) низкая норма накопления;
- г) все ответы верны. ☺

Ваш выбор. _____

42. Как по другому называют бизнес-планирование:

- а) предпринимательское планирование;
- б) коммерческое планирование;
- в) деловое планирование; ☺
- г) индивидуальное планирование.

Ваш выбор. _____

43. Презентация бизнес-плана – это:

- а) краткое изложение основных положений бизнес-плана на переговорах с инвесторами и потенциальными партнерами;
- б) это процедура аудита бизнес-плана с внешними инвесторами проводящие по определенной схеме;
- в) это начало переговоров с потенциальными инвесторами и партнерами по реализации бизнес-проекта;
- г) красочное представление бизнес-плана. ☺

Ваш выбор. _____

44. Реализация бизнес-плана означает:

а) определение логической последовательности событий в рабочих задачах;

б) подготовку бюджета реализации и потоков средств, которые обеспечат финансирование бизнес-плана;

в) означает выполнить все рабочие задачи в фирме и вне ее, необходимые для того, чтобы перевести деловой проект из стадии бизнес-плана в реальную производственную стадию; ☺

г) изложение бизнес-идеи в письменном виде.

Ваш выбор. _____

45. Определите очередность основных этапов бизнес-планирования и контроля:

а) ретроспективный анализ финансово-хозяйственной деятельности и аудит маркетинга;

б) разработка общих целей на среднесрочную и долгосрочную перспективу; ☺

в) выбор основных путей и средств их достижения;

г) контроль (мониторинг) выполнения бизнес-плана.

Ваш выбор. _____

46. Плановая информация определяет:

а) аналитическую и прогнозную информацию;

б) цели и мероприятия, характеризующие будущие события, имеющие отношение к предприятию; ☺

в) субъективную информацию о бизнесе;

г) описание пути превращение идеи в связанную реальность.

Ваш выбор. _____

47. Существуют ли стандарты на структуру и содержание разделов бизнес-планов:

а) структура и содержание определена стандартами *UNIDO, KPMG*;

б) определяется положениями по бухгалтерскому учёту (ПБУ);

в) стандарта не существует, но есть макеты бизнес-планов; ☺

г) структура и содержание разделов определяется инвесторами.

Ваш выбор. _____

48. Владельцев (акционеров) в первую очередь интересует:

а) эффективность использования ресурсов;

б) прибыльность (уровень рентабельность инвестируемого капитала); ☺

в) ликвидность;

г) распределение прибыли (дивиденды на акцию);

д) рентабельность (валовой, операционной, чистой) прибыли;

е) рыночные показатели (соотношение цены акции и прибыли, сумма активов на акцию);

ж) владельцев интересуют все финансовые показатели.

Ваш выбор. _____

49. Бизнес-план создается на срок:

а) 6 месяцев;

б) 1 месяц;

в) исполнения проекта;

г) на 3 года. ☺

Ваш выбор. _____

50. Бизнес-план – это программа реализации:

а) конкретного проекта; ☺

б) мечты;

в) идеи;

г) прогноза.

Ваш выбор. _____

Тренинг (тест) по теме «Виды товаров и услуг»

1. Основные пути достижение конкурентных преимущества продукции:

а) выпуск высококачественной продукции с высокими потребительскими свойствами, обосновывающими высокие цены;

б) выпуск дешевой продукции с более низкими потребительскими свойствами, но доступных широкому кругу потребителей;

в) выпуск продукции с различными вариантами оформления;

г) все ответы верны.

Ваш выбор. _____

2. Ключевые направления анализа общего положения предприятия:

а) сильные и слабые стороны предприятия;

б) возможности и приоритеты развития предприятия;

в) рынок сбыта;

г) стратегия конкурента.

Ваш выбор. _____

3. Главная цель оценки и прогнозирования рынка сбыта:

а) сегментация рынка;

б) выявление факторов конкуренции;

в) достоверная оценка объёма продаж;

г) прогнозирование рыночной конъюнктуры.

Ваш выбор. _____

4. Ёмкость рынка это:

- а) суммарный объём товаров, который может быть предложен продавцами;
- б) суммарный объём покупок, которые могут быть совершены покупателями данного товара за определенный период времени при определенных условиях;
- в) суммарная стоимость товаров, предложенная производителями в единицу времени;
- г) потенциальна возможность реализации товара на данном рынке.

Ваш выбор. _____

5. К методам оценки и прогнозирования объёма продаж относят:

- а) методы статистического моделирования;
- б) морфологические методы;
- в) экспертные оценки;
- г) все ответы верны.

Ваш выбор. _____

6. Объективные факторы, влияющие на выбор методов оценки и прогнозирования объёма продаж:

- а) стадия разработки бизнес-плана;
- б) тип проекта;
- в) условия реализации проекта;
- г) сложившаяся практика.

Ваш выбор. _____

7. Базовые стратегии обеспечения конкурентных преимуществ:

- а) стратегия относительно цены на товар;
- б) стратегия относительно качества товара;
- в) стратегия относительно цены и качества товара;
- г) стратегия продвижения.

Ваш выбор. _____

8. Комплекс маркетинга разрабатывается для каждого:

- а) посредника;
- б) сегмента рынка;
- в) рынка в целом;
- г) непосредственного конкурента.

Ваш выбор. _____

9. В бизнес-плане продвижение нового продукта связано с:

- а) микс-маркетингом;
- б) формированием стратегий маркетинга;
- в) описанием продукта;
- г) изучением спроса на продукцию.

Ваш выбор. _____

10. Участники рынка доверяют бизнес-планам, в которых:

- а) обоснована выгодность инвестиций;
- б) представлен анализ рынка;
- в) обоснован вид товара (услуги);
- г) нет конкретности.

Ваш выбор. _____

11. Большинство предпринимателей изначально стремятся:

- а) проанализировать предполагаемый к производству товар (услугу) на предмет привлекательности рынка;
- б) представить результаты своей деятельности;
- в) войти в чужой бизнес;
- г) создать бизнес.

Ваш выбор. _____

12. Приведение товара в соответствие с запросами покупателя – это:

- а) ориентации на продажу;
- б) маркетинговой ориентации;
- в) ориентации на производство товара;
- г) ориентации на спрос потребителя.

Ваш выбор. _____

13. Агрегирование и сегментирование рынка это:

- а) стратегии, определяющие целевой рынок;
- б) являются исходными пунктами для анализа окружения;
- в) представляют конкретную тактику маркетинга;
- г) основные вопросы исследований рынка, позволяющие определить стратегию на каждом сегменте.

Ваш выбор. _____

14. Внешне ориентированная фирма:

- а) размещает товары на соответствующих рынках;
- б) организует и стимулирует сбыт своих товаров, исходя из технических возможностей;
- в) производит товары, основываясь на использовании доступных природных ресурсов;
- г) разрабатывает программы адаптации к внешней среде.

Ваш выбор. _____

15. В рамках «канала распределения» посредник:

- а) присутствует всегда, когда владение товаром переходит из рук в руки стоит между производителем и конечным потребителем;
- б) присутствует только тогда, когда для продвижения товара используются несколько каналов;
- в) это тот, кто покупает прямо на фабрике стимулирование сбыта;
- г) это коммивояжёр.

Ваш выбор. _____

16. «Не денежная» цена в бесприбыльном маркетинге – это:

- а) субсидии на душу человека, выраженные в рублях;
- б) дар;
- в) время и усилия, потраченные потребителями;
- г) цена, выраженная в товарах, а не деньгах.

Ваш выбор. _____

17. В противовес личной продаже и её стимулированию реклама и пропаганда (паблисити) являются:

- а) примерами стратегии проталкивания;
- б) примерами стратегии привлечения и нацелены на конкретные каналы распределения;
- в) нацелены на нужды целевого рынка;
- г) нацелены на изучение покупательского поведения.

Ваш выбор. _____

18. Средства продвижения, то есть реклама и пропаганда, отражают тот факт, что:

- а) для продвижения товара к покупателю одних каналов распределения недостаточно;
- б) связь с рынком должна начинаться с производителя;
- в) комплекс продвижения полагается на посредников больше, чем на другие средства;
- г) некоторые массовые средства воздействия более эффективны.

Ваш выбор. _____

19. На формирование рынка образовательных услуг влияют:

- а) потребности муниципального образования, субъекта федерации в специалистах определенного профиля;
- б) мотивация родителей;
- в) влияние корпоративной культуры организаций, которые позволяют

иметь высокие доходы;

г) наличие обоснованной системы образования.

Ваш выбор. _____

20. Деловая привлекательность региона определяется:

а) эффективностью вывоза региональных ресурсов и использования ввозимых ресурсов внутри территории;

б) соотношением уровней реального и нормативного потребления;

в) развитостью конкуренции в регионе;

г) уровнем валового регионального продукта на душу населения и его динамикой.

Ваш выбор. _____

21. В бесприбыльном секторе концепция покрытия расходов означает:

а) вклад правительства для покрытия затрат;

б) ценовую политику, направленную на покрытие расходов;

в) измерение эффективности услуг на основе затрат;

г) затраты на сбор средств.

Ваш выбор. _____

22. Товары повседневного спроса характеризуются:

а) распространением через сеть специальных магазинов;

б) приобретением на большую сумму денег;

в) отсутствием необходимости в дополнительных консультациях с продавцом;

г) наличием бренда.

Ваш выбор. _____

23. Рынок товаров потребительского назначения состоит из:

а) компаний, которые приобретают товары для их последующей реализации;

б) покупателей, приобретающих товары для личного пользования;

в) людей, приобретающих товар для продажи;

г) фирм-производителей товаров потребительского назначения.

Ваш выбор. _____

24. Товар является новым, если:

а) его так оценивает рынок;

б) производитель по-новому рекламирует товар;

в) производитель использует современную новую технологию его изготовления;

г) приобрёл бренд;

д) получил торговую марку.

Ваш выбор. _____

25. Создание модификации товара на основе повышения его качества целесообразно:

- а) при наличии ресурсов на проведение НИОКР;
- б) при наличии результатов маркетингового исследования, подтверждающего положительное отношение потребителей к товару;
- в) при наличии параметров качества, улучшение которых потребитель сможет оценить как положительные изменения;
- г) при выходе на мировой рынок.

Ваш выбор. _____

26. Отличие ассортимента от номенклатуры заключается в:

- а) номенклатура входит в состав ассортимента;
- б) ассортимент более конкретное понятие; входит в состав номенклатуры;
- в) ассортимент и номенклатура не используются одновременно для характеристики одного и того же множества товаров;
- г) номенклатура более ёмкое понятие.

Ваш выбор. _____

27. Широта номенклатуры товаров отражает:

- а) общую численность ассортиментных групп;
- б) обеспечение прибыли предприятия;
- в) обеспечение рентабельности предприятия;
- г) обеспечение конкурентоспособности предприятия.

Ваш выбор. _____

28. Создание новых товаров целесообразно осуществлять следующим образом:

- а) собственными усилиями;
- б) приобретать патенты;
- в) все зависит от целей и ресурсов фирмы;
- г) купить торговую марку.

Ваш выбор. _____

29. Задачей товарной политики является:

- а) управление жизненным циклом товаров и их конкурентоспособностью;
- б) поиск потребителей, желающих приобрести товар;
- в) производить как можно больше товаров;
- г) определение цели;
- д) определение мероприятий.

Ваш выбор. _____

30. Какой этап жизненного цикла товара обычно характеризуется максимально низкой ценой:

- а) выведение на рынок;
- б) рост;
- в) зрелость;
- г) упадок.

Ваш выбор. _____

31. Товарная марка предназначена для того, чтобы:

- а) компенсировать недостающее товару качество;
- б) обосновать перед потребителем более высокую цену на товар;
- в) дифференцировать товар на рынке среди себе подобных;
- г) выйти на зарубежный рынок.

Ваш выбор. _____

32. Изменение ассортимента путем вариации товара означает:

- а) создание комплиментарного (сопутствующего) товара;
- б) создание нового продукта с измененными параметрами наряду со старыми вариантами товара;
- в) создание нового продукта взамен старого варианта товара;
- г) использование новых характеристик товара.

Ваш выбор. _____

33. Сервис необходим для товаров:

- а) только инвестиционного назначения;
- б) потребительского назначения;
- в) любых технически сложных товаров;
- г) товаров длительного пользования.

Ваш выбор. _____

34. Нарращивание ассортимента означает:

- а) изменение характеристик товара в сторону улучшения их параметров;
- б) расширение общего числа товаров;
- в) изменение атрибутов товара;
- г) улучшение качества товара.

Ваш выбор. _____

35. Осуществление сервиса связано с:

- а) подкреплением товара;
- б) высокой ценой товара;

- в) со стимулированием сбыта;
- г) наличием многочисленных параметров товара;
- д) удобствами потребителя.

Ваш выбор. _____

36. Результат анализа сильных и слабых сторон организации, а также определения возможностей и препятствий её развития, это:

- а) стратегическое планирование;
- б) стратегия;
- в) *SWOT*-анализ;
- г) стратегическое управление.

Ваш выбор. _____

37. Качество товара – это:

- а) способность товара выполнять свое функциональное назначение;
- б) отсутствие у товара видимых дефектов;
- в) сертификация товара;
- г) стандартизация товара.

Ваш выбор. _____

38. Предприятие с широким ассортиментом:

- а) может применять стратегию интенсификации рынка;
- б) предлагает большой выбор товаров в каждой товарной группе;
- в) предлагает большой выбор групп родственных товаров;
- г) предполагает разработку ассортиментной стратегии.

Ваш выбор. _____

39. Разделение продукции на товары и услуги:

- а) отражает тот факт, что некоторые товары могут быть использованы дольше;
- б) отражает факт, что все товары можно потрогать (осязаемы);
- в) говорит о способе использования потребителями товара;
- г) дает возможность отразить специфику продукта.

Ваш выбор. _____

40. Утверждение «не пытайтесь производить то, что продаётся кое-как, а производите то, что будет, безусловно куплено» характерно для концепции

- а) современного маркетинга;
- б) совершенствования производства;
- в) совершенствования товара;
- г) интенсификации коммерческих усилий.

Ваш выбор. _____

41. Для оценки потенциала конкретного рынка необходимо знать такие демографические показатели, как:

- а) численность населения региона;
- б) тенденции роста населения;
- в) этап жизненного цикла семьи;
- г) уровень образования населения.

Ваш выбор. _____

42. Реклама, в которой сообщается о необходимости покупки не менее четырёх зубных щёток в год, является частью стратегии:

- а) проникновения товара на рынок;
- б) развития продукта;
- в) развития рынка;
- г) диверсификации.

Ваш выбор. _____

43. Ёмкость рынка определяется на основе:

- а) данных об интенсивности стимулирования продаж;
- б) исследование восприятия потребителей;
- в) суммирования первичных, повторных и дополнительных продаж;
- г) структурных характеристик рынка.

Ваш выбор. _____

44. Общими критериями сегментирования для потребительских и промышленных рынков являются:

- а) юридический;
- б) демографический;
- в) поведенческий;
- г) технологический.

Ваш выбор. _____

45. Совокупность свойств и характеристик товара или услуги, относящиеся к их способности удовлетворять существующие или предполагаемые потребности – это товара (услуги):

- а) ценность;
- б) единство;
- в) качество;
- г) количество.

Ваш выбор. _____

46. Попытка создать у потребителей слишком преувеличенное представление о возможностях компании, достоинствах её товаров и торговых марок – это позиционирование:

- а) спекулятивное;
- б) неоднозначное;
- в) поверхностное;
- г) однобокое.

Ваш выбор. _____

47. Компания, действия которой в основном определяются действиями и реакциями конкурентов это компания, ориентированная на:

- а) потребителей;
- б) рынок;
- в) товар;
- г) конкурентов;
- д) технологию.

Ваш выбор. _____

48. Стратегия охвата рынка, при которой компания стремится к охвату наиболее крупной части одного или нескольких субрынков – это маркетинг:

- а) массовый;
- б) концентрированный;
- в) дифференцированный;
- г) недифференцированный.

Ваш выбор. _____

49. Главные способы получения конкурентного преимущества:

- а) предложение качественного товара по низким ценам;
- б) предложение высококачественного товара по высоким ценам;
- в) предложение высококачественного товара по низким ценам;
- г) предложение товара по оптимальным сочетаниям «цена – качество», «цена – качество – обслуживание» и др.

Ваш выбор. _____

Ответы на тренинг (тест) по теме «Виды товаров и услуг»: 1–г); 2–а); 3–в); 4–б); 5–г); 6–б); 7–в); 8–б); 9–г); 10–а); 11–а); 12–г); 13–г); 14–г); 15–а); 16–в); 17–б); 18–а); 19–а); 20–г); 21–б); 22–в); 23–б); 24–в); 25–в); 26–б); 27–а); 28–в); 29–а); 30–г); 31–в); 32–б); 33–в); 34–б); 35–а); 36–в); 37–а); 38–б); 39–в); 40–а); 41–а); 42–а); 43–в); 44–в); 45–в); 46–а); 47–г); 48–б); 49–г).

Тренинг (тест) по теме «Организация процесса бизнес-планирования»

1. При разработке бизнес-плана подлежат взаимному учёту и увязке интересы следующих заинтересованных сторон:

- а) заказчика бизнес-плана и потребителя;
- б) заказчика бизнес-плана и муниципальных органов;
- в) подрядных фирм и потребителя;
- г) заказчика бизнес-плана, потребителя, муниципальных органов, подрядных фирм, потребителя.

Ваш выбор: _____

2. Процесс разработки инвестиционного проекта включает:

- а) поиск инвестиционных концепций проекта;
- б) разработку технико-экономических показателей и их финансовую оценку;
- в) прединвестиционную, инвестиционную и эксплуатационную фазы;
- г) все ответы верны.

Ваш выбор: _____

3. Прединвестиционная фаза содержит:

- а) поиск инвестиционных концепций (бизнес-идей);
- б) предварительную разработку проекта;
- в) оценку технико-экономической и финансовой привлекательности; принятие решения;
- г) разработку технико-экономического обоснования проекта; поиск инвестора; решение вопроса об инвестировании проекта.

Ваш выбор: _____

4. Какие цели следует отнести к процедурам бизнес-планирования:

- а) разработка стратегии развития бизнеса;
- б) моделирования бизнес-процессов;
- в) определение тенденций развития бизнеса;
- г) все ответы верны.

Ваш выбор: _____

5. Какие подсистемы должны быть включены в систему планирования:

- а) планирование потенциала;
- б) плановые расчёты;
- в) планирование процессов и объектов;
- г) все ответы верны.

Ваш выбор: _____

6. Плановая информация определяет:

- а) субъективную информацию о бизнесе;
- б) аналитическую и прогнозную информацию;
- в) описание пути превращения идеи в связанную реальность;
- г) цели и мероприятия, характеризующие будущие события, имеющие отношения к предприятию.

Ваш выбор: _____

7. Стратегия, определяемая на этапе конкурентного анализа в процессе стратегического планирования:

- а) общая;
- б) конкурентная;
- в) товарная;
- г) денежная.

Ваш выбор: _____

8. Базовое направление при разработке региональной территориально-отраслевой модели прогноза:

- а) директивное сверху-вниз;
- б) индикативное снизу-вверх;
- в) реактивное по периодам;
- г) горизонтальное, по периодам.

Ваш выбор: _____

9. Определяющее значение при прогнозировании промышленного развития на макроуровне имеют:

- а) исследования рынков;
- б) приоритеты развития;
- в) расчёты возможностей;
- г) возможные доходы.

Ваш выбор: _____

10. Критерий, по которому наиболее предпочтительно оценивать эффективность функционирования экономического субъекта:

- а) издержки производства;
- б) объём прибыли;
- в) рентабельность;
- г) срок окупаемости.

Ваш выбор: _____

11. Наиболее эффективная конкурентная стратегия при прогнозировании параметров материального производства:

- а) низких издержек;

- б) диверсификации;
- в) специализации;
- г) кооперирования.

Ваш выбор: _____

12. Методы, получившие наибольшее распространение при прогнозировании спроса на промышленную продукцию:

- а) «мозговой штурм»;
- б) полевые исследования;
- в) экспертных оценок;
- г) моделирования.

Ваш выбор: _____

13. Матричный метод стратегического анализа является методом:

- а) простым;
- б) упрощённым;
- в) сложным;
- г) большим.

Ваш выбор: _____

14. Бизнес-планирование отличается от других видов планирования по:

- а) точности планирования;
- б) источникам финансирования;
- в) целям;
- г) структуре.

Ваш выбор: _____

15. Миссия экономического субъекта в процессе разработки стратегического плана:

- а) тенденции рынка;
- б) направление развития;
- в) текущие планы;
- г) ориентиры, цели и задачи.

Ваш выбор: _____

16. При разработке концепции предприятия, что должно быть включено в данный раздел:

- а) только стоимостные цели;
- б) только социальные цели;
- в) только материальные цели;
- г) все ответы верны.

Ваш выбор: _____

17. Назовите предпосылки, которые должны быть созданы на предприятии для успешного функционирования системы планирования и планово-контрольных расчётов:

- а) кадровые – готовность руководства;
- б) информационные – наличие эффективного инструмента для сбора, переработки и передачи планово-контрольной информации;
- в) методические – наличие банка методик для различных отраслей экономики;
- г) все ответы верны.

Ваш выбор: _____

18. Концентрированная политика это:

- а) способ определения рыночной ниши;
- б) вариант недифференцированной политики;
- в) вариант дифференцированной рекламной политики;
- г) ответ на потребность потенциального потребителя.

Ваш выбор: _____

19. Миссия должна отражать:

- а) круг удовлетворяемых потребностей;
- б) характеристику продукции;
- в) перспективы роста бизнеса;
- г) все ответы верны.

Ваш выбор: _____

20. Сколько основных этапов включает в себя бизнес-планирование:

- а) из четырех этапов;
- б) из пяти и более этапов;
- в) любое количество;
- г) нет правильного ответа.

Ваш выбор: _____

21. Что определяет плановая информация:

- а) субъективную информацию о бизнесе;
- б) аналитическую и прогнозную информацию;
- в) описание пути превращения идеи в связанную реальность;
- г) цели и мероприятия, характеризующие будущие события, имеющие отношения к предприятию.

Ваш выбор: _____

22. К внешним целям бизнес-плана относят:

- а) самоутверждение, инструмент управления;

б) получение банковского кредита, привлечение инвестиций, создание стратегических союзов, подписание большого контракта;

в) самоутверждение, привлечение инвестиций, создание стратегических союзов, подписание большого контракта;

г) инструмент управления, получение банковского кредита, привлечение инвестиций.

Ваш выбор: _____

23. К внутренним целям бизнес-плана относят:

а) самоутверждение, инструмент управления;

б) получение банковского кредита, привлечение инвестиций, создание стратегических союзов, подписание большого контракта;

в) самоутверждение, привлечение инвестиций, создание стратегических союзов, подписание большого контракта;

г) инструмент управления, получение банковского кредита, привлечение инвестиций.

Ваш выбор: _____

23. Как называются сбор, подготовка и анализ исходных данных для обоснования инвестиционных предложений и разработки бизнес-плана:

а) оценка возможностей и опасностей;

б) комплекс исходных данных;

в) нет правильного ответа;

г) все ответы верны.

Ваш выбор: _____

24. Называется искусство руководства и координации людских и материальных ресурсов на протяжении «жизненного цикла» проекта путем применения системы современных методов и техники управления для достижения определенных в проекте результатов по составу и объёму работ, стоимости, времени, качеству и удовлетворению участников проекта называется:

а) планирование;

б) контроль;

в) управление проектом;

г) бизнес-аудит.

Ваш выбор: _____

25. Сколько Вы можете назвать основных требований к бизнес-плану для того, чтобы он успешно выполнял все свои функции и задачи. Назовите их:

а) 5;

б) 6;

- в) 7;
- г) 8;
- д) другое (своё) число.

Ваш выбор: _____

26. Вставьте пропущенные слова в предложение: «Сегодняшний российский рынок интенсивно и становится все получать сверхприбыли, ориентируясь на случай и импровизацию»:

- а) сокращается, легче;
- б) развивается, труднее;
- в) сокращается, труднее;
- г) нет правильного ответа.

Ваш выбор: _____

27. Бизнес-план для развития бизнеса является:

- а) моделью развития бизнеса;
- б) инструментом прогноза бизнеса;
- в) инструментом управления бизнесом;
- г) нет правильного ответа.

Ваш выбор: _____

28. Основные требования к бизнес-планированию, разработанные мировой практикой следующие:

- а) полнота, доказательность;
- б) комплексность, перспективность;
- в) гибкость, понятность;
- г) все ответы верны.

Ваш выбор: _____

29. Бизнес-план составляется в ценах:

- а) бизнес-план всегда составляется без НДС;
- б) бизнес-план всегда составляется с НДС;
- в) расчёту НДС посвящен отдельный раздел бизнес плана;
- г) бизнес план может разрабатываться как с учётом НДС, так и без НДС.

Ваш выбор: _____

30. Прединвестиционная фаза содержит:

- а) поиск инвестиционных концепций (бизнес-идей);
- б) предварительную разработку проекта;
- в) оценку технико-экономической и финансовой привлекательности;
- г) разработку технико-экономического обоснования проекта; поиск инвестора; решение вопроса об инвестировании проекта.

Ваш выбор: _____

31. Первая стадия в процессе создания нового продукта – это:

- а) управленческий анализ;
- б) конструирование товара;
- в) рождение идеи;
- г) аудит.

Ваш выбор: _____

32. Концепций бизнеса не является:

- а) сжатое и емкое изложение основных принципов организации или развития бизнеса;
- б) бизнес-модель организации компании;
- в) специальный инструмент для исследования бизнес-системы;
- г) описание его фундаментальной цели бизнеса.

Ваш выбор: _____

33. Второстепенные аспекты концепции бизнеса:

- а) потребности – спрос;
- б) потребители – дистрибьюторы;
- в) предложения товаров и услуг;
- г) ключевая мотивация;
- д) уровень конкуренции.

Ваш выбор: _____

34. Какой термин отражает способность и желание людей платить за что-либо:

- а) потребность;
- б) спрос;
- в) необходимость;
- г) желание.

Ваш выбор: _____

35. Конъюнктура рынка характеризуется:

- а) сложностью внешней среды предприятия;
- б) временной ситуацией на рынке;
- в) организационной культурой предприятия;
- г) приоритетами в распределении ресурсов.

Ваш выбор: _____

36. Ситуационный анализ (*SWOT*-анализ) используется при разработке:

- а) финансового плана;
- б) бизнес-плана;

- в) плана научно-технического развития предприятия;
- г) стратегического плана.

Ваш выбор: _____

37. Стратегия, для которой характерно значительное превышение уровня развития над уровнем прошлого года – это стратегия:

- а) роста;
- б) ограниченного роста;
- в) значительного роста;
- г) сокращения.

Ваш выбор: _____

38. Раздел внутреннего бизнес-плана, в котором описываются потенциальные покупатели и стратегия работы с ними – называется:

- а) стратегия маркетинга;
- б) покупатели;
- в) рынок и анализ сбыта;
- г) производственный план.

Ваш выбор: _____

39. Развернутый и комплексный план производства или продаж продукции, характеризующий годовой объём, номенклатуру, качество и сроки выпуска требуемых рынком товаров и услуг – называется:

- а) производственной мощностью;
- б) портфелем заказов;
- в) производственной программой;
- г) планом маркетинга.

Ваш выбор: _____

40. Максимально возможный объём выпуска продукции соответствующего качества и ассортимента при оптимальном использовании оборудования – это:

- а) производственная программа;
- б) портфель заказов;
- в) пропускная способность оборудования;
- г) производственная мощность.

Ваш выбор: _____

41. Совокупность элементов (информация, организация процесса и используемые процедуры планирования, постановка целей, принятие решений, распределение ресурсов ит.д.), интегрированных в упорядоченной структуре – это:

- а) прогнозирование;

- б) система планирования;
- в) организационные рамки планирования;
- г) процедура планирования.

Ваш выбор: _____

42. Вид управленческой деятельности по определению будущего системы, связанный с постановкой целей, выбором путей и способов их достижения, разработкой на этой основе планов распределением необходимых ресурсов – это:

- а) прогнозирование;
- б) планирование;
- в) проектирование;
- г) исследование.

Ваш выбор: _____

43. Одна из форм научного предвидения, являющаяся вероятностным утверждением о будущем с некоторой степенью достоверности – это:

- а) план;
- б) анализ;
- в) прогноз;
- г) программа.

Ваш выбор: _____

44. Органической составной частью планирования будущего фирмы является:

- а) составление и использование долгосрочных и среднесрочных прогнозов;
- б) разработка проектных документов;
- в) информирование общественности;
- г) составление отчётов.

Ваш выбор: _____

45. При выработке решений необходимо отдавать приоритет:

- а) технической цели;
- б) социальной цели;
- в) организационной цели;
- г) финансовой устойчивости предприятия.

Ваш выбор: _____

46. К признакам, свидетельствующим об отсутствии конкуренции в отрасли относят:

- а) падение прибыли в отрасли, производящей этот продукт;
- б) неспособность фирм данной отрасли к расширению производства;

в) невозможность другими фирмам войти в данную отрасль;
г) более низким отраслевой уровень оплаты труда, чем в целом по стране.

Ваш выбор: _____

47. Преобладающим источником ёмкости рынка является:

- а) спрос приезжего населения;
- б) спрос учреждений социального типа;
- в) покупки товаров местным населением;
- г) сезонный спрос населения.

Ваш выбор: _____

48. Разработка нового продукта (услуги) состоит из:

- а) цикла технологических действий по созданию продукта (услуги);
- б) отбора идей нового продукта (услуги);
- в) комплексного процесса, включающего параллельное осуществление технологических, экономических и маркетинговых действий, имеющих целью создания и вывод на рынок нового продукта (услуги);
- г) изучения спроса.

Ваш выбор: _____

49. Качество продукта (услуги) – это:

- а) свойство продукта (услуги), установленное производителем;
- б) совокупность свойств и характеристик, которые придают продукту (услуге) способность удовлетворять потребности;
- в) символ продукта (услуги);
- г) имидж изделия.

Ваш выбор: _____

50. Патентозащищенность продукта – это:

- а) товарная марка;
- б) логотип;
- в) патент;
- г) «ноу-хау».

Ваш выбор: _____

51. Модернизация продукта – это:

- а) выпуск кардинально нового продукта;
- б) разработка оформления продукта, дизайн;
- в) обновление существующего продукта;
- г) расширение модельного ряда.

Ваш выбор: _____

52. Жизненный цикл инвестиционного проекта включает фазы:
- а) вывода на рынок, роста спроса, насыщения (зрелости), спада;
 - б) прединвестиционную, инвестиционную, эксплуатационную, ликвидационную;
 - в) генерирования идей, фильтрации идей, исследований, разработки;
 - г) разработка «бизнес-идеи» и «бизнес-модели».
- Ваш выбор:* _____

Ответы на тренинг (тест) по теме «Организация процесса бизнес-планирования»: 1–г); 2–г); 3–г); 4–г); 5–г); 6–г); 7–б); 8–б); 9–б); 10а); 11–а); 12–а); 13–а); 14–г); 15–г); 16–г); 17–г); 18–г); 19–а); 20–а); 21–г); 22–б); 23–а); 24–в); 25–д); 26–б); 27–в); 28–г); 29–г); 30–г); 31–в); 32–в); 33–г); 34–б); 35–а); 36–в); 37–в); 38–г); 39–г); 40–г); 41–б); 42–а); 43–в); 44–а); 45–г); 46–в); 47–в); 48–в); 49–б); 50–в); 51–в); 53–а).

Тренинг (тест) по теме «Оценка и анализ коммерческой состоятельности инвестиционных проектов (ИП)»

1. Ставка дисконтирования – это:
- а) процентная ставка отдачи (доходности), используемая при дисконтировании с учётом рисков, с которыми связано получение денежных потоков (доходов);
 - б) величина, учитывающая инфляцию;
 - в) инфляционная премия;
 - г) показатель рентабельности.
- Ваш выбор:* _____

2. Инвестиционный проект финансируется в полном объёме за счёт ссуды коммерческого банка. Проект следует принять, если значение внутренней нормы прибыли (*IRR*):
- а) будет превышать уровень банковской процентной ставки;
 - б) будет ниже уровня банковской процентной ставки;
 - в) будет равно банковской процентной ставке;
 - г) при выборе варианта проекта ВНП не играет роли.
- Ваш выбор:* _____

3. Инвестиционный проект следует принять, если индекс рентабельности инвестиций *PI*:
- а) $PI > 1$;
 - б) $PI < 1$;
 - в) $PI = 1$;
 - г) при выборе варианта проекта ИП не играет роли.
- Ваш выбор:* _____

4. Потоки денег от инвестиционного проекта это:

- а) потоки денег от прединвестиционной, инвестиционной, операционной и ликвидационной деятельности;
- б) выручка, затраты, капиталовложения;
- в) потоки от инвестиционной, операционной и финансовой деятельности;
- г) потоки денег от производственной деятельности и капитальные затраты.

Ваш выбор: _____

5. Выручка от реализации продукции равна её полной себестоимости (издержкам):

- а) в области потерь;
- б) в области дохода;
- в) в точке безубыточности;
- г) в области прибыли.

Ваш выбор: _____

6. Оценка инвестиционной привлекательности действующего предприятия включает:

- а) выявление стадии «жизненного цикла», на котором находится предприятие;
- б) мониторинг показателей конъюнктуры инвестиционного рынка.
- в) отсутствие риска инвестиций;
- г) финансовое состояние предприятия.

Ваш выбор: _____

7. Дисконтирование – это:

- а) процесс расчёта будущей стоимости средств, инвестируемых в настоящее время.
- б) процесс расчёта денежного эквивалента будущих доходов и расходов к настоящему времени.
- в) финансовая операция, предполагающая ежегодный взнос денежных средств ради накопления определенной суммы в будущем;
- г) финансовая операция, оценивающая «похудение» ежегодных взносов денежных средств ради накопления определенной суммы в будущем.

Ваш выбор: _____

8. Дисконтированная величина – это:

- а) будущая величина текущей суммы через некоторый промежуток времени;

- б) будущая величина текущей суммы, вычисленная с учётом инфляции;
- в) величина, найденная на заданный момент времени по её известному или предполагаемому значению в будущем;
- г) разность между всеми поступлениями (притоками) денежных средств и их расходом (оттоками) на конкретном временном отрезке.
- Ваш выбор:* _____

9. При анализе альтернативных проектов предпочтение отдается величинам:

- а) *NPV* и *IRR*;
- б) *IRR* и *PI*;
- в) *PI* и *PP*;
- г) *NPV* и *PI*.

Ваш выбор: _____

10. Коэффициент дисконтирования в инновационном менеджменте применяется для:

- а) для определения периода окупаемости;
- б) для определения точки безубыточности проекта;
- в) для определения затрат более поздних периодов к текущему моменту;
- г) при инфляции учитывается обесценивание денег.

Ваш выбор: _____

11. В инвестиционной фазе проекта происходит:

- а) маркетинговое исследование;
- б) производство продукции;
- в) строительство;
- г) разработка бизнес-плана инвестиционного проекта.

Ваш выбор: _____

12. В отчёте о движении денежных средств выплата процентов кредиторам может быть квалифицирована как отток денежных средств на:

- а) операционную (производственную) деятельность;
- б) заёмную деятельность;
- в) инвестиционную деятельность;
- г) финансовую.

Ваш выбор: _____

13. При проведении коммерческого анализа не предусматривается рассмотрение:

- а) доступности и качества нужных ресурсов;

- б) ценовой привлекательности ресурсов;
- в) ценовой политики на товар, что выпускается;
- г) необходимых стимулов для разных участников проекта.

Ваш выбор: _____

14. При проведении финансового анализа не рассматриваются:

- а) обоснованность финансовых прогнозов;
- б) достаточность оборотного капитала;
- в) оправдано использование проектом национальных ресурсов;
- г) способность своевременного обеспечения покрытия платежей по ссудам.

Ваш выбор: _____

15. Норма дисконта:

- а) зависит от процента банковского кредита и определяется его величиной;
- б) зависит от уровня ожидаемой инфляции;
- в) является заданной величиной;
- г) зависит от степени риска проекта.

Ваш выбор: _____

16. Денежный поток складывается из следующих видов:

- а) объёма выпуска продукции;
- б) показателей финансовой деятельности (прибыль, убыток);
- в) от операционной, инвестиционной и финансовой деятельности;
- г) от маркетинговой деятельности.

Ваш выбор: _____

17. При оценке коммерческой эффективности проекта не учитывается деятельность:

- а) инвестиционная;
- б) операционная;
- в) финансовая;
- г) социальная.

Ваш выбор: _____

18. Внутренняя норма доходности – это процентная ставка, при дисконтировании, по которой чистый приведенный доход по проекту равен:

- а) 1;
- б) величине первоначальных инвестиций;
- в) 0;
- г) индексу рентабельности.

Ваш выбор: _____

19. Анализ движения денежных потоков организации позволяет выявить и проанализировать:

- а) направления динамики поступлений и расходов денежных средств;
- б) состояние имущества предприятия;
- в) кредитоспособность;
- г) ликвидность оборотных активов.

Ваш выбор: _____

20. Показатель расчёта внутренней нормы прибыли (*IRR*) отражает:

- а) внутренний коэффициент окупаемости инвестиций;
- б) метод, позволяющий найти граничное значение коэффициента дисконтирования, при котором $NPV = 0$;
- в) метод, при котором *IRR* сравнивают с уровнем эффективности вложений, выбранного в качестве стандартного;
- г) метод ранжирования проектов по степени выгодности и «отсеивание» невыгодных.

Ваш выбор: _____

21. Инвестиции в денежные активы – это:

- а) приобретение акций и других ценных бумаг;
- б) приобретение прав на участие в делах других фирм и долговых обязательств;
- в) приобретение оборотных средств;
- г) депозитные сертификаты.

Ваш выбор: _____

22. Временные отрезки, на которые разбивается расчётный период для агрегирования денежных потоков, называются:

- а) проектным циклом;
- б) шагами расчёта;
- в) расчётным периодом;
- г) жизненным циклом проекта.

Ваш выбор: _____

23. При принятии решения об инвестировании необходимо учитывать:

- а) инфляцию, риски, альтернативные варианты инвестирования;
- б) инфляцию и риски;
- в) инфляцию и альтернативные варианты инвестирования;
- г) риски и альтернативные варианты инвестирования.

Ваш выбор: _____

24. Проект убыточен, если имеет место следующее соотношение: внутренняя норма рентабельности проекта (IRR) и r – ставка дисконтирования:

а) $IRR > r$;

б) $IRR = r$;

в) $IRR < r$;

г) $IRR > 0$.

Ваш выбор: _____

25. Проект является убыточным, если чистая приведённая стоимость (чистая текущая стоимость, чистый дисконтированный доход):

а) $NPV < 0$;

б) $NPV = 0$;

в) $NPV > 0$;

г) $NPV < 0$ или $NPV = 0$.

Ваш выбор: _____

26. Ставка дисконтирования – это:

а) ежегодная ставка доходности, которая могла бы быть получена в настоящий момент от аналогичных инвестиций;

б) ставка банковского кредита;

в) ставка рефинансирования;

г) уровень скидок во время распродажи.

Ваш выбор: _____

27. Оценка инвестиционного проекта заключается в:

а) сравнении входящих и исходящих проектных потоков;

б) расчёте чистой текущей ценности проекта;

в) анализе прибыли проекта;

г) прогнозировании доходов и затрат.

Ваш выбор: _____

28. Из двух проектов наиболее эффективен тот, у которого:

а) индекс прибыльности (PI) больше;

б) индекс прибыльности (PI) меньше;

в) разница индекса прибыльности (PI) и ставки дисконтирования (r) больше;

г) затраты (C) меньше.

Ваш выбор: _____

29. Инвестиции целесообразны в том случае, если период окупаемости:

а) не выходит за рамки жизненного цикла проекта;

б) меньше 3 лет;

- в) выходит за рамки жизненного цикла проекта;
- г) не определен.

Ваш выбор: _____

30. Жизненный цикл проекта – это:

- а) стадия реализации проекта
- б) стадия проектирования проекта
- в) временной промежуток между моментом обоснования инвестиций и моментом, когда они окупились
- г) временной промежуток между моментом появления, зарождения проекта и моментом его ликвидации, завершения.

Ваш выбор: _____

31. Что включает в себя жизненный цикл проекта:

- а) стадии и этапы;
- б) фазы, стадии и этапы;
- в) этапы;
- г) периоды.

Ваш выбор: _____

32. На каком этапе реализации проекта определяется перечень целей, требований и задач проекта:

- а) разработка концепции;
- б) анализ проблемы;
- в) разработка проекта;
- г) разработка «бизнес-идеи».

Ваш выбор: _____

33. Чтобы проект был эффективен для инвестора, норма дисконтирования должна быть:

- а) равна депозитной ставке;
- б) выше депозитной ставки;
- в) ниже депозитной ставки;
- г) не играет роли.

Ваш выбор: _____

34. К показателям количественной оценки коммерческой эффективности проектов относят:

- а) показатель внутренней нормы доходности;
- б) показатель чистого дисконтированного дохода;
- в) показатель срока окупаемости инвестиций;
- г) все ответы верны.

Ваш выбор: _____

35. Понятие «инвестиционная привлекательность проекта» распространяется на:

- а) интересы и цели инициаторов проекта;
- б) краткосрочные и долгосрочные цели инвестора;
- в) администрации регионов, где действует предприятие-инициатор проекта;
- г) других участников проекта;
- д) все ответы верны.

Ваш выбор: _____

36. Отношение собственного капитала предприятия к его кредитным обязательствам – это:

- а) коэффициент финансовой стабильности;
- б) коэффициент финансовой автономии;
- в) промежуточный коэффициент ликвидности;
- г) коэффициент платежеспособности.

Ваш выбор: _____

37. Эффективность работы предприятия в использовании собственных активов характеризуют:

- а) коэффициент ликвидности;
- б) коэффициенты платежеспособности;
- в) показатели деловой активности;
- г) показатели экономической эффективности;
- д) все ответы верны.

Ваш выбор: _____

38. Точка безубыточности это:

- а) плановая величина прибыли;
- б) величина доходов в сумме, которая позволит предприятию покрыть все расходы на производство, не получая прибыли;
- в) плановая сумма издержек обращения;
- г) обновление ассортимента товаров в соответствии с запросами покупателей.

Ваш выбор: _____

39. Срок окупаемости проекта:

- а) это период времени, начиная с которого предприятие будет работать только на себя;
- б) это период времени, необходимый для возмещения затрат по проекту;

в) это время, в течение которого будут оплачиваться начальные инвестиции;

г) время жизни проекта.

Ваш выбор: _____

40. Обозначьте ситуацию – «Сумма доходов < сумма расходов»:

а) самоокупаемость;

б) самофинансирование;

в) убыток;

г) прибыль.

Ваш выбор: _____

41. Конечный относительный показатель, отражающий финансовые результаты деятельности предприятия:

а) уровень валового дохода;

б) уровень чистой прибыли от реализации;

в) уровень прибыли от реализации товаров;

г) рентабельность деятельности.

Ваш выбор: _____

42. Экстенсивным фактором повышения эффективности использования материально-технической базы является:

а) увеличение времени работы предприятий;

б) сокращение простоев в использовании оборудования;

в) внедрение новых хозяйственно-технологических процессов;

г) улучшение структуры основных фондов.

Ваш выбор: _____

43. Рост выручки за счёт ускорения оборачиваемости оборотных средств относят:

а) интенсивным факторам;

б) экстенсивным факторам;

в) нейтральным факторам;

г) негативным факторам.

Ваш выбор: _____

44. Обозначьте ситуацию – «Сумма доходов = сумме расходов»:

а) самоокупаемость;

б) самофинансирование;

в) убыток;

г) прибыль.

Ваш выбор: _____

45. Какие факторы влияют на изменение величины валовой прибыли:

- а) изменение выручки и прямых затрат;
- б) выручки и всех затрат;
- в) прямых и условно-постоянных затрат;
- г) потенциальный спрос.

Ваш выбор: _____

46. По какой формуле определяется рентабельность продукции:

а) $\frac{\text{Сумма издержек}}{\text{Выручка}} \cdot 100, \%$;

б) $\frac{\text{Сумма прибыли}}{\text{Себестоимость}} \cdot 100, \%$;

в) $\frac{\text{Сумма прибыли}}{\text{Сумма доходов}} \cdot 100, \%$;

г) $\frac{\text{Сумма доходов}}{\text{Выручка}} \cdot 100, \%$.

Ваш выбор: _____

47. Стоит ли отстаивать необходимость реализации проекта, если в результате анализа установлено, что $NPV > 0$, $PI > 1$, $IRR >$ ставки дисконтирования (цены капитала):

- а) недостаточно информации;
- б) да;
- в) нет;
- г) зависит от решения руководителя.

Ваш выбор: _____

48. Дайте определение чистой текущей стоимости (NPV):

а) суммарный дисконтированный экономический эффект данного инвестиционного проекта, достигаемый к концу горизонта планирования, в сравнении с альтернативой;

б) отношение суммарной чистой прибыли и суммарной начисленной амортизации к суммарным инвестициям;

в) отношение годовой суммы выручки к накопленным к периоду t инвестициям;

г) величина снижения выручки от реализации, которое предприятие может выдержать, не допуская убытков.

Ваш выбор: _____

49. Какой из сценариев проекта будет наиболее привлекателен для потенциального инвестора:

- а) $NPV = 200\ 000$ руб.;
- б) $NPV = 220\ 000$ руб.;
- в) $NPV = 250\ 000$ руб.
- г) $NPV = 280\ 000$ руб.;

Ваш выбор: _____

50. Дайте определение экономической эффективности:

- а) отношение затрат к общему результату производства;
- б) отношение результата к затратам;
- в) отношение капитальных вложений к приросту затрат;
- г) отношение изменения объема производства к стоимости основных фондов.

Ваш выбор: _____

51. Отношение всех оборотных средств (за вычетом расходов будущих периодов) к сумме срочных обязательств (сумма кредиторской задолженности и краткосрочных кредитов) – это коэффициент:

- а) покрытия или текущей ликвидности;
- б) абсолютной ликвидности;
- в) финансирования;
- г) рентабельности.

Ваш выбор: _____

52. На какой стадии жизненного цикла товара предприятие получает максимальную прибыль:

- а) внедрения;
- б) спада;
- в) зрелости;
- г) роста.

Ваш выбор: _____

53. Денежный поток – это:

- а) сумма, поступающая от ликвидации основных фондов;
- б) прибыль (выручка за минусом затрат);
- в) прибыль плюс амортизация, минус налоги и выплаты процентов;
- г) доход от всех видов реализации.

Ваш выбор: _____

54. Накопленный дисконтированный доход (дисконтированное накопленное сальдо) за отчетный период определяется с помощью:

- а) чистого дохода;
- б) чистого дисконтированного дохода;
- в) нормы дисконта;
- г) внутренней нормы доходности.

Ваш выбор: _____

55. Индекс доходности инвестиции — это:

- а) отношение суммы дисконтированных элементов денежного потока от операционной деятельности к абсолютной величине дисконтированной суммы элементов денежного потока от инвестиционной деятельности;
- б) отношение суммы дисконтированных денежных притоков к сумме дисконтированных денежных оттоков;
- в) максимальное значение абсолютной величины отрицательного накопленного дисконтированного сальдо от инвестиционной и операционной деятельности;
- г) отношение суммы элементов денежного потока от операционной деятельности к абсолютной величине суммы элементов денежного потока от инвестиционной деятельности.

Ваш выбор: _____

56. Момент окупаемости представляет собой тот наиболее ранний момент в расчётном периоде, после которого чистый доход становится и в дальнейшем остается:

- а) меньше 1;
- б) больше или равен 0;
- в) больше или равен 1;
- г) неизменный.

Ваш выбор: _____

57. Внутренняя норма доходности определяется с целью:

- а) оценки роста ценности предприятия;
- б) оценки выгодности инвестирования в данный проект относительно альтернатив;
- в) выбора нормы дисконта, обеспечивающей эффективность вложений;
- г) расчёта интегрального экономического эффекта.

Ваш выбор: _____

Ответы тренинг (тест) по теме «Оценка и анализ коммерческой состоятельности инвестиционных проектов (ИП)»: 1–а); 2–а); 3–а); 4–в); 5–в); 6–г); 7–б); 8–в); 9–г); 10–в); 11–в); 12–а); 13–г); 14–в); 15–в); 16–в); 17–г); 18–в); 19–а); 20–а); 21–а); 22–б); 23–а); 24–в); 25–а); 26–а); 27–а); 28–а); 29–а); 30–г); 31–б); 32–а); 33–б); 34–в); 35–б); 36–а); 37–в); 38–б); 39–б);

40–в); 41–г); 42–в); 43–а); 44–а); 45–б); 46–б); 47–б); 48–а); 49–г); 50–б); 51–а); 52–в); 53–в); 54–б); 55–а); 56–б); 57–в).

Типовые задачи по теме «Оценка и анализ коммерческой состоятельности инвестиционных проектов (ИП)»

1. Областная администрация должна решить вопрос о том, какую систему обогрева (водяную или электрическую) следует включить в проект реконструкции здания больницы. Коэффициент дисконтирования при анализе принимается на уровне 10 %.

Срок службы водяной системы отопления равен 5 годам, а дисконтированные текущие затраты по её 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, так как он обеспечивает минимальные годовые затраты.

Решение: _____

Ответ: (... ..)

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 расчёт 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.

Решение: _____

Ответ: (... ..)

3. В рассмотрении находится инвестиционный проект. Согласно ему инвестор должен вложить 10 тыс. руб. Обещанный ему среднегодовой доход составляет 3 тыс. руб. Найти срок окупаемости, выраженный в годах и месяцах.

Решение:

Дано: $K = 1000$ руб. $D_{\text{ср}} = 3$ тыс. руб. _____	Решение: Доход поступает равномерно, поэтому используем следующую формулу: $PP = K/D_{\text{ср}} = 10\,000/3$ тыс. = 3,33 года. Выразим нецелую часть года в месяцах: $0,33 \cdot 12 = 4$ месяца.
$PP = ?$	

Ответ: Срок окупаемости инвестиционного проекта – 3 года и 4 месяца.

4. Инвестиционный проект генерирует неравномерный денежный поток (табл.). Найти срок окупаемости проекта.

Таблица

Денежный поток по проекту, тыс. руб.

Год	0	1	2	3	4	5
Денежные потоки	-1500	200	400	400	600	700

Решение:

Дано: $K = 1500$ тыс. руб. D_t – в табл. $n = 5$ лет _____	Решение: Считаем сумму доходов нарастающим итогом до тех пор, пока она не превысит капиталовложения: сумма доходов за первые 3 года составляет $200 + 400 + 400 = 1000$ тыс. руб. что не достаточно для покрытия инвестиций;
$PP = ?$	

Сумма доходов за первые 4 года составляет

$200 + 400 + 400 + 600 = 1600$ тыс. руб., что покрывает инвестиции с избытком, то есть срок окупаемости, согласно формуле – 4 года.

Найдем более точно срок окупаемости:

через 3 года непокрытый остаток капиталовложений ($K_{ост}$) равен:

$$K_{ост} = K - (D_1 + D_2 + D_3) = 1500 - 1000 = 500 \text{ тыс. руб.},$$

который может быть покрыт за 0,83 ($500/600$) четвертого года, то есть за 10 ($0,83 \cdot 12$) месяцев.

Ответ: Срок окупаемости инвестиций 3 года и 10 месяцев.

5. 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 объёме продаж в 80 шт.

Решение задачи: Рассчитаем точку безубыточности.

Точка безубыточности рассчитывается по формуле:

Точка безубыточности = Общие постоянные затраты / (цена товара – переменные затраты на единицу).

Подставим данные задачи и найдем точку безубыточности.

Точка безубыточности = $(6\,000\,000 + 1\,500\,000 + 2\,000\,000) / [300\,000 - (60\,000 + 25\,000 + 20\,000 + 15\,000)] = 53$ шт..

Выручка = Цена · Количество = $300\,000 \cdot 80 = 24\,000\,000$ руб..

Валовая маржа (маржинальная прибыль) рассчитывается по формуле.

Маржинальная прибыль = Выручка – Общие переменные затраты = $24\,000\,000 - 80 \cdot (60\,000 + 25\,000 + 20\,000 + 15\,000) = 14\,400\,000$ (руб.)

Валовая прибыль = Выручка – Переменные затраты – Постоянные затраты = $24\,000\,000 - 80 \cdot (60\,000 + 25\,000 + 20\,000 + 15\,000) - (6\,000\,000 + 1\,500\,000 + 2\,000\,000) = 4\,900\,000$ руб.

Чистая прибыль = Валовая прибыль – Налог на прибыль = $4\,900\,000 - 0,2 \cdot 4\,900\,000 = 3\,920\,000$ руб.

Ответ: Точка безубыточности (критический выпуск) = 53 шт.

Выручка = 24 млн. руб., валовая маржа = 14,4 млн. руб., валовая прибыль = 4,9 млн. руб. Чистая прибыль = 3,92 млн. руб.

6. Определите внутреннюю норму доходности при размере инвестиций 80 тыс. руб., если ежегодные доходы составляют 60 тыс. руб. в год, а годовые финансовые затраты 40 тыс. руб. Срок окупаемости 5 лет.

Решение: Внутренняя норма доходности общепринятое сокращение – IRR (ВНД) – это процентная ставка, при которой чистый дисконтирован-

ный доход (NPV) равен 0. NPV рассчитывается на основании потока платежей, дисконтированного к сегодняшнему дню.

Рассчитаем для барьерной ставке 8%: (R_a)

$$NPV_{\bar{6}} = -80 + ((60-40) / (1+R)^1 - 60 - 40/(1+R)^2 + 60 - 40/(1+R)^3 - 60 - 40/(1+R)^4 + -60 - 40/(1+R)^5 = -80 + (18,52 + 17,92 + 15,87 + 14,71 + 13,61) = -0,63 \text{ тыс. руб.}$$

Рассчитаем для ставки 5% ($R_{\bar{6}}$)

$$NPV_a = -80 + (19,04 + 18,15 + 17,27 + 16,45 + 15,67) = -6,58 \text{ тыс. руб.}$$

Рассчитаем внутреннюю норму доходности по формуле:

$$IRR = R_a + (R_{\bar{6}} - R_a) \cdot NPV_a / (NPV_a - NPV_{\bar{6}})$$

$$IRR = (0,05 + (0,08 - 0,05) \cdot (-6,58) / (-6,58 + 0,63)) \cdot 100 = 8,84 \%$$

Ответ: ($IRR = 8,84 \%$)

7. Определите, чему равна реальная норма дисконта, если номинальная ставка равна 15,5%, а уровень инфляции 5%.

Решение: Реальную ставку дисконта (E_p), которая «очищена» от влияния инфляции, если известны номинальная ставка (E_n) и уровень инфляции (r), определяют по формуле:

$$E_p = \frac{E_n - r}{1 + r}$$

Получаем:

$$E_p = \frac{0,155 - 0,05}{1 + 0,05} = 0,1$$

$$E_p = 10 \%$$

Ответ: (... ..)

8. Определите срок возврата инвестиций в размере 100 руб., если прибыль по инвестиционному проекту составляет в 1-й год – 25 руб.; 2-й год – 30 руб.; 3-й год – 40 руб.; 4-й год – 50 руб.

Решение: Остаток невозвращенных инвестиций:

$$1\text{-й год: } 100 - 25 = 75 \text{ руб.}$$

$$2\text{-й год: } 75 - 30 = 45 \text{ руб.}$$

$$3\text{-й год: } 45 - 40 = 5 \text{ руб.}$$

$$4\text{-й год: } 5 - 50 < 50 \text{ руб.}$$

Надо определить, за какую часть 4-го года возвратим остаток инвестиций в 5 руб.

Обычно предполагается равномерный возврат: $5/50 = 0,1$ года.

Тогда $T_{ок} = 3,1$ года

Ответ: ($T_{ок} = 3,1$ года)

9. Определите срок возврата инвестиций в размере 100 руб., если среднегодовая прибыль по проекту составляет 40 руб.

Решение: Простой (бездисконтный) срок возврата (окупаемости) инвестиций – определяется числом лет, необходимых для полного возврата первоначальных инвестиций за счёт прибыли от инвестиционного проекта.

Сущность метода выражается формулой:

$$T_{ок} = \frac{I_{\Sigma}}{ПП_{г}} \rightarrow \min$$

Получаем:

$$T_{ок} = \frac{100}{40} = 2,5 \text{ года}$$

Ответ: ($T_{ок} = 2,5$ года)

Задачи по теме «Оценка и анализ коммерческой состоятельности инвестиционных проектов (ИП)»

1. Фирма рассматривает 4 варианта инвестиционных проектов, требующих 2,4 млн. руб. каждый. Необходимо выбрать оптимальный проект, если финансирование планируется осуществлять за счёт банковской ссуды в размере 18% годовых. Анализ проводить на основе показателей *NPV* и *PI*.

Данные о проектах:

Проект	Год					
	0	1	2	3	4	5
А	-2,4	0	0,2	0,5	2,4	2,5
Б	-2,4	0,2	0,6	1,0	1,2	1,8
В	-2,4	0,6	0,9	1,0	1,2	1,5
Г	-2,4	0,6	1,8	1,0	0,5	0,4

Решение: _____

Ответ: (... ..)

2. Имеется 3 инвестиционных проекта, требующих равную величину стартовых капиталов – 200 тыс. руб. Цена капитала 10 %. Требуется выбрать наиболее оптимальный проект. Денежные потоки представлены в таблице (тыс. руб.):

Проект	Год		
	1	2	3
A	100	144	–
B	60	80	120
C	100	140	–
D	70	70	120

Решение: _____

Ответ: (... ..)

3. А.И. Сидоров хочет сегодня положить на расчётный счёт банка определенную сумму, чтобы через год у него на счёте была накоплена сумма в 1 000 000 руб. Банковская ставка – 10 % в год. Необходимо определить какую сумму А.И. Сидоров необходимо сегодня положить на банковский счёт.

Решение: _____

Ответ: (... ..)

4. Проект требует 5 млн. руб. вложений и будет иметь отдачу 3 млн. руб. в течение 2 лет при $r = 0,1$. Целесообразно ли по критерию NPV реализовать этот проект ?

Решение: _____

Ответ: (... ..)

5. Годовой объём закупок товара составляет – 100 тыс. руб., объём продаж – 135 тыс. руб. Издержки – 28 тыс. руб. (аренда помещений, склады). Какой минимальный объём нужен для безубыточной работы ?

Варианты решений: а) 108 тыс. руб.; б) 163 тыс. руб.; в) 128 тыс. руб.; г) 145 тыс. руб.

Решение: _____

Ответ: (... ..)

6. Покупка и запуск технологической линии требуют 1 млн. руб., монтаж – 1 месяц. Ожидаемый средний годовой доход 400 тыс. руб. Какова доходность реализации такого проекта ?

Варианты решений: а) 100%; б) 40%; в) 2,5%; г) 50 %.

Решение: _____

Ответ: (... ..)

7. 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.

Варианты решений: а) 65 000 изделий; б) 80 000; в) 70 000.; г) 40 000.

Решение: _____

Ответ: (... ..)

8. Купили товар за 30 млн. руб., продали – 40 млн. руб., НДС – 1,8 млн. руб. Расходы 4 млн. руб. Определите уровень расходов, %.

Варианты решений: а) 8,2; б) 6 млн. руб.; в) 10,5; г) 10,0.

Решение: _____

Ответ: (... ..)

9. Купили товар за 30 млн. руб., продали за 40 млн. руб. НДС – 1,8 млн. руб., расходы 4 млн. руб. Определить балансовую прибыль.

Варианты решений: а) 8,2 млн. руб.; б) 4,2; в) 4,2 млн. руб.; г) 5 млн. руб.

Решение: _____

Ответ: (... ..)

10. Балансовая прибыль предприятия – 240 тыс. руб.; прибыль от вне-реализационных операций – 70 тыс. руб.; прибыль от реализации материальных ценностей – 10тыс. руб. Прибыль от реализации равна:

Варианты решений: а) 300 тыс. руб.; б) 160 тыс. руб.; в) 180 тыс. руб.; г) 310 тыс. руб.

Решение: _____

Ответ: (... ..)

11. Стоимость основных фондов, за счёт ввода новых объектов за год возросла на 720 тыс. руб. прибыль увеличилась на 144 тыс. руб. Определите срок окупаемости капитальных вложений.

Варианты решений: а) 5 лет; б) 0,2 года; в) 0,5 года; г) 2 года.

Решение: _____

Ответ: (... ..)

12. Индекс доходности дисконтированных инвестиций при ЧДД равном 10 000 руб. и дисконтированном объёме инвестиций 100 000 руб., равен:

Варианты решений: а) 1,04; б) 1,1; в) 1,15; г) 2,1.

Решение: _____

Ответ: (... ..)

13. Рассчитайте приведенную стоимость 450 тыс. руб., которую инвестор намерен получить через 6 лет, если ставка дисконта $r = 7\%$.

Решение: _____

Варианты ответов: а) 300 тыс. руб.; б) 316,9 тыс. руб.; в) 675 тыс. руб.; г) 639 тыс. руб.

Ответ: (... ..)

14. Рассчитайте срок окупаемости инвестиционного проекта, если первоначальные затраты составили 500 000 руб., а приведенная стоимость через 4 года составит 509 429 руб.:

Решение: _____

Варианты ответов: а) 3,93; б) 4,08; в) 0,98; г) 1,02 года.

Ответ: (... ..)

15. Рассчитайте индекс рентабельности инвестиционного проекта, предполагающего единовременные затраты в размере 100 000 руб. и ожидаемым доходом через три года 120 000 руб., если ставка дисконта равна 10 %:

Решение: _____

Варианты ответов: а) 0,9; б) 0,75; в) 1,9; г) 0,63; д) 0,76.

Ответ: (... ..)

16. Проект рассчитан на 5 лет. Первоначальные инвестиции – 200 млн. руб. Средняя цена инвестируемого капитала – 12%. Проект предполагает

денежные поступления, начиная с 1-го года: 30 млн. руб., 50 млн. руб., 80 млн. руб., 80 млн. руб., 70 млн. руб. Определите дисконтированный срок окупаемости:

Варианты ответов: а) 4,65 года; б) 3,5 года; в) 3,65 года; г) 4,5 года.

Ответ: (... ..)

Тренинг (тест) по теме «Особенности расчётов разделов «Бизнес-плана»

Раздел «Введение. Титульный лист. Резюме»

1. К процедурам бизнес-планирования относят:

- а) определение тенденции развития бизнеса;
- б) диверсификация продуктов работ и услуг;
- в) моделирование бизнес-процессов;
- г) все ответы верны.

Ваш выбор. _____

2. Причиной бизнес-планирования не является:

- а) бизнес-план – рабочий инструмент для принятия решения, контроля, управления;
- б) бизнес-план – способ сообщения идей заинтересованным инвесторам;
- в) бизнес-план – средство для получения денег;
- г) бизнес-план – средство для получения льгот.

Ваш выбор. _____

3. Бизнес-план разрабатывается в первую очередь:

- а) для государственных учреждений, в том числе для налоговой инспекции;
- б) для банка, который может дать кредит;
- в) для Совета директоров, генерального директора и ведущих менеджеров предприятия;
- г) для федеральной, региональной и местной администрации.

Ваш выбор. _____

4. Бизнес-планированием на предприятии занимаются:

- а) Совет директоров;
- б) независимые консультанты совместно с менеджерами предприятия;
- в) инвесторы;
- г) все ответы верны.

Ваш выбор. _____

5. Очередность решения задач при бизнес-планировании:

- а) сбор и подготовка статистической, аналитической и прогнозной информации;
- б) анализ чувствительности проекта к изменениям внутренних и внешних факторов;
- в) определение необходимых ресурсов для реализации целей;
- г) оценка эффективности инвестиционных затрат.

Ваш выбор. _____

6. Укажите первоочередную проблему, которая влияет на финансово-хозяйственную деятельность предприятия:

- а) отсутствие современных технологий и современного оборудования;
- б) отсутствие денег;
- в) отсутствие или неопределенность целей;
- г) высокий уровень налогов.

Ваш выбор. _____

7. Определите очередность основных этапов бизнес-планирования и контроля:

- а) ретроспективный анализ финансово-хозяйственной деятельности и аудит маркетинга;
- б) разработка общих целей на среднесрочную и долгосрочную перспективу;
- в) выбор основных путей и средств их достижения;
- г) контроль (мониторинг) выполнения бизнес-плана.

Ваш выбор. _____

8. Плановая информация определяет:

- а) аналитическую и прогнозную информацию;
- б) цели и мероприятия, характеризующие будущие события, имеющие отношение к предприятию;
- в) субъективную информацию о бизнесе;
- г) описание пути превращения идеи в связанную реальность.

Ваш выбор. _____

9. Бизнес-план это:

- а) необходимый документ для получения денег или предоставления льгот;
- б) рабочий инструмент, позволяющий исследовать и оценить любое конкретное направление и перспективы деятельности;
- в) ориентир для предприятия или фирмы на определенном рынке в сложившихся организационно-экономических условиях;

г) развернутое обоснование проекта, дающее возможность всесторонне оценить эффективность принятых решений, планируемых мероприятий, ответить на вопрос, стоит ли вкладывать деньги в данный проект.

Ваш выбор. _____

10. Предпосылками на предприятии для успешного функционирования системы планирования являются:

- а) кадровые – готовность руководства;
- б) организационные – дееспособная организация управления;
- в) информационные – наличие эффективного инструмента для сбора, переработки и передачи планово-контрольной информации;
- г) все ответы верны.

Ваш выбор. _____

11. К подсистемам, включаемых в систему планирования относят:

- а) планирование целей;
- б) планирование потенциала;
- в) планирование процессов и объектов;
- г) все ответы верны.

Ваш выбор. _____

12. Последовательность разработки программы и потенциала проекта:

- а) планирование правовой формы;
- б) планирование организационной структуры, руководящих кадров и информационной системы;
- в) планирование структуры капитала;
- г) планирование продуктовой программы и потенциала.

Ваш выбор. _____

13. В концепцию развития предприятия должно быть включено:

- а) только материальные цели;
- б) только стоимостные цели;
- в) только социальные цели;
- г) все ответы верны.

Ваш выбор. _____

14. Существуют ли стандарты и методические указания на структуру и содержание разделов бизнес-планов:

- а) всё зависит от типа бизнес-плана;
- б) определяется положениями по бухгалтерскому учёту (ПБУ);
- в) стандарта не существует;
- г) структура и содержание разделов определяется инвесторами.

Ваш выбор. _____

15. Какие разделы следует включить в бизнес-план ?

- а) общий раздел (резюме);
- б) описание предприятия;
- в) описание отрасли;
- г) описание продукта;
- д) описание рынка;
- е) все ответы верны.

Ваш выбор. _____

16. В каком разделе бизнес-плана будут представлены ожидаемые финансовые результаты (бюджет проекта):

- а) в описании производства;
- б) в финансовом плане;
- в) в описании предприятия;
- г) в резюме.

Ваш выбор. _____

17. В каком разделе необходимо представить историческую информацию о предприятии, его производственной и финансовой деятельности:

- а) в описании отрасли;
- б) в описании рынка;
- в) в описании производства;
- г) в описании предприятия.

Ваш выбор. _____

18. При разработке бизнес-плана подлежат взаимному учёту и увязке интересы следующих заинтересованных сторон:

- а) заказчика бизнес-плана и потребителя;
- б) заказчика бизнес-плана и муниципальных органов;
- в) подрядных фирм и потребителя;
- г) заказчика бизнес-плана, потребителя, муниципальных органов, подрядных фирм, потребителя.

Ваш выбор. _____

19. В качестве основных целей бизнес плана могут выступать:

- а) получение кредита;
- б) привлечение инвестиций в рамках уже существующего предприятия;
- в) определение стратегических и тактических направлений и ориентиров фирмы в мире бизнеса;
- г) а) и б).

Ваш выбор. _____

20. Виды бизнес планов, в зависимости от объёмов и полноты изложения фактов делят на:

- а) полный и не полный;
- б) полный и достаточный;
- в) в виде резюме;
- г) не полный, но достаточный.

Ваш выбор. _____

21. В зависимости от сферы деятельности выделяют следующие виды бизнес-планов:

- а) технический, экономический, социальный, организационный, смешанный;
- б) монопроект, мультипроект, мегапроект;
- в) мелкие, средние, крупные и очень крупные;
- г) краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные;
- д) инновационный, организационный, учебно-образовательный, исследовательский, научно-технический и др.

Ваш выбор. _____

22. В зависимости от продолжительности периода осуществления выделяют следующие виды бизнес-планов:

- а) технический, экономический, социальный, организационный, смешанный;
- б) монопроект, мультипроект, мегапроект;
- в) мелкие, средние, крупные и очень крупные;
- г) краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные;
- д) инновационный, организационный, учебно-образовательный, исследовательский, научно-технический и др.

Ваш выбор. _____

23. В зависимости от размера проекта, количества участников и степени влияния на внешнюю и внутреннюю среду предприятия выделяют следующие виды бизнес-планов:

- а) технический, экономический, социальный, организационный, смешанный;
- б) монопроект, мультипроект, мегапроект;
- в) мелкие, средние, крупные и очень крупные;
- г) краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные;
- д) инновационный, организационный, учебно-образовательный, исследовательский, научно-технический и др.

Ваш выбор. _____

24. Вставьте пропущенные слова в предложение: «Сегодняшний российский рынок интенсивно и становится все получать сверхприбыли, ориентируясь на случай и импровизацию»:

- а) сокращается, легче;
- б) развивается, легче;
- в) развивается, труднее;
- г) сокращается, труднее.

Ваш выбор. _____

25. Бизнес-план для развития бизнеса является:

- а) моделью развития бизнеса;
- б) инструментом прогноза бизнеса;
- в) инструментом управления бизнесом;
- г) все ответы верны.

Ваш выбор. _____

26. Основные требования к бизнес-планированию, разработанные мировой практикой следующие:

- а) полнота, доказательность,
- б) комплексность, перспективность,
- в) гибкость, понятность,
- г) все ответы верны.

Ваш выбор. _____

27. Потенциальный инвестор будет судить о проекте по материалам раздела:

- а) по анализу рынка;
- б) по финансовому плану;
- в) по организационному плану;
- г) по краткому содержанию (резюме).

Ваш выбор. _____

28. Бизнес-план составляется в ценах:

- а) бизнес план всегда составляется без НДС;
- б) бизнес план всегда составляется с НДС;
- в) расчету НДС посвящен отдельный раздел бизнес плана;
- г) бизнес план может разрабатываться как с учётом НДС, так и без НДС.

Ваш выбор. _____

29. Какие бизнес-процессы приносят предприятию текущую прибыль и являются центрами прибыли:

- а) основные бизнес-процессы;
- б) обеспечивающие бизнес-процессы;

в) бизнес-процессы управления;

г) бизнес-процессы развития.

Ваш выбор. _____

30. Ситуационный анализ, который представляет собой предварительное рассмотрение и оценку сильных и слабых сторон предлагаемой «бизнес-идеи» с учётом различных существующих и возможных в будущем факторов и влияний называется:

а) оценка возможностей и опасностей;

б) *SWOT*-анализ;

в) комплекс исходных данных;

г) нет правильного ответа.

Ваш выбор. _____

31. Сбор, подготовка и анализ исходных данных для обоснования инвестиционных предложений и разработки бизнес-плана называются:

а) оценка возможностей и опасностей;

б) *SWOT*-анализ;

в) комплекс исходных данных;

г) нет правильного ответа.

Ваш выбор. _____

32. Искусство руководства и координации людских и материальных ресурсов на протяжении «жизненного цикла проекта» путем применения системы современных методов и техники управления для достижения определенных в проекте результатов по составу и объёму работ, стоимости, времени, качеству и удовлетворению участников проекта называется:

а) бизнес-планирование;

б) контроль;

в) управление проектом;

г) бизнес-аудит.

Ваш выбор. _____

33. Внешними целями бизнес-плана являются:

а) самоутверждение, инструмент управления;

б) получение банковского кредита, привлечение инвестиций, создание стратегических союзов, подписание большого контракта;

в) самоутверждение, привлечение инвестиций, создание стратегических союзов, подписание большого контракта;

г) нет правильного ответа.

Ваш выбор. _____

34. Внутренними целями бизнес-плана являются:

- а) самоутверждение, инструмент управления;
- б) получение банковского кредита, привлечение инвестиций, создание стратегических союзов, подписание большого контракта;
- в) самоутверждение, привлечение инвестиций, создание стратегических союзов, подписание большого контракта;
- г) нет правильного ответа.

Ваш выбор. _____

35. По особенностям оформления бизнес-планы бывают:

- а) с приложениями и без приложений;
- б) сжатые и развернутые;
- в) с использованием международной методики ЮНИДО, или российских методик;
- г) с презентацией и без неё.

Ваш выбор. _____

36. Раскрытие в бизнес-плане учётной политики предприятия, данные о налогах, закупках, продажах, о зарплате работников отражаются:

- а) в разделе «Описание предприятия и отрасли»;
- б) в разделе «Описание продукта»;
- в) в разделе «Финансовый план»;
- г) в разделе «Экономические показатели бизнес-плана».

Ваш выбор. _____

37. Заключительным информационным разделом бизнес-плана является:

- а) «Описание базового продукта».
- б) «Окружение и нормативная информация».
- в) «Календарный план»;
- г) «Приложения».

Ваш выбор. _____

38. Рынки, доли рынков, производители и потребители описываются в разделе бизнес-плана:

- а) «Концепция, обзор, резюме»;
- б) «Анализ рынка, маркетинг и продажи»;
- в) «Риски проекта и страхование»;
- г) «Планирование капитальных затрат».

Ваш выбор. _____

39. Если горизонт планирования составляет от 2 до 5 лет, то планирование:

- а) краткосрочное;
- б) среднесрочное;
- в) долгосрочное;
- г) оперативное.

Ваш выбор. _____

40. Определение миссии – это:

- а) начальный этап планирования;
- б) конечный этап планирования;
- в) промежуточный этап;
- г) следующий за «бизнес-идеей».

Ваш выбор. _____

41. Проект – это:

- а) это доказуемый результат;
- б) желаемый результат деятельности, достигнутый в пределах некоторого интервала времени;
- в) это ограниченное по времени целенаправленное изменение отдельной системы с установленными требованиями к качеству результатов, возможными рамками расхода средств и ресурсов и специфической организацией;
- г) временные рамки технической разработки.

Ваш выбор. _____

42. Процедуры бизнес-планирования решают следующие задачи:

- а) выработка стратегических решений;
- б) получение кредитов или привлечение инвестиций;
- в) определение степени реальности достижения полученных результатов;
- г) определение тенденции развития бизнеса.

Ваш выбор. _____

43. Ожидаемые финансовые результаты (бюджет) проекта представлены в разделе бизнес-плана:

- а) «Описании предприятия и отрасли»;
- б) «Финансовом плане»;
- в) «Оценка рисков в бизнес-плана»;
- г) «Резюме».

Ваш выбор. _____

44. Укажите первый этап бизнес-планирования:

- а) контроль выполнения бизнес-планов;
- б) выбор основных путей и средств их достижения;

- в) разработка общих целей;
- г) маркетинговые исследования.

Ваш выбор. _____

45. Среди перечисленных ниже утверждений выберите неверное:

- а) резюме бизнес-плана может быть длинным, если бизнес-план составляется для привлечения капитала;
- б) резюме любого бизнес-плана должно быть коротким;
- в) резюме любого бизнес-плана должно занимать не более двух страниц;
- г) резюме любого бизнес-плана должно быть исключительно позитивным.

Ваш выбор. _____

Ответы на тренинг (тест) раздела «Введение. Титульный лист. Резюме»: 1– д); 2–г); 3–б); 4–б); 5– а)→в)→б)→г); 6–б); 7–б→а)→в)→г); 8–г); 9–г); 10–г); 11–г); 12–г→в)→б)→а); 13–г); 14–б); 15–е); 16–б); 17–г); 18–г); 19–г); 20–а); 21–д); 22–г); 23–в); 24–в); 25–в); 26–г); 27–г); 28–г); 29–а); 30–б); 31–в); 32–в); 33–б); 34–а); 35–г); 36–в); 37–б); 38–б); 39–б); 40–г); 41–в); 42–а); 43–б); 44–в); 45–а).

Раздел «Описание предприятия и отрасли»

1. Какие цели следует отнести к процедурам бизнес-планирования ?

- а) выработка стратегических решений;
- б) получение кредитов или привлечение инвестиций;
- в) определение степени реальности достижения полученных результатов;
- г) определение тенденции развития бизнеса.

Ваш выбор. _____

2. Планировать бизнес необходимо для:

- а) обдумывание идеи;
- б) создания рабочего инструмента при принятии решений, контроля и управления;
- в) сообщения идей заинтересованным инвесторам;
- г) для привлечения инвестиций.

Ваш выбор. _____

3. Бизнес-планированием на предприятии должен заниматься:

- а) Совет директоров;
- б) независимые консультанты совместно с менеджерами предприятия;
- в) рабочая группа специалистов под руководством генерального дирек-

тора;

г) инвесторы.

Ваш выбор. _____

4. Предприятие в РФ, по нормативным документам, состоящее из 270 и более человек относится к группе:

а) мельчайшее;

б) мелкое;

в) среднее;

г) крупное.

Ваш выбор. _____

5. Определите очередность основных этапов создания и начала деятельности малого предприятия:

а) поиск партнеров и подбор «команды» заинтересованных лиц, организаций;

б) возникновение «бизнес-идеи»;

в) технические согласования: разработка технической нормативной документации, получение лицензии и регистрация деятельности;

г) изучение рынка.

Ваш выбор. _____

6. Историческую информацию о предприятии, его производственной и финансовой деятельности необходимо представить в разделе:

а) в описании отрасли;

б) в описании рынка;

в) в описании производства;

г) в описании предприятия.

Ваш выбор. _____

7. Согласно Гражданскому кодексу РФ все предприятия в зависимости от основной цели деятельности подразделяются на:

а) специализированные и неспециализированные;

б) основные и дополнительные;

в) производственные и непроизводственные; коммерческие и некоммерческие;

г) государственные и негосударственные.

Ваш выбор. _____

8. Переменные внутренней среды предприятия:

а) демографическая обстановка;

б) организационная культура предприятия;

в) временная ситуация на рынке;

- г) законодательные институты;
- д) политическая ситуация в стране.

Ваш выбор. _____

9. К внешним факторам косвенного воздействия на предприятие относятся:

- а) покупатели и поставщики;
- б) конкуренты;
- в) демографические факторы;
- г) изменение налоговых ставок.

Ваш выбор. _____

10. Если компания разрабатывает бизнес-план, чтобы получить финансовую поддержку со стороны, то этот бизнес-план должен содержать:

- а) миссию, цели, задачи и планы действий компании;
- б) только цели и задачи компании;
- в) только миссию и цели компании;
- г) только миссию, цели и задачи компании.

Ваш выбор. _____

11. Переменные внешней среды прямого воздействия в системе предприятия:

- а) политика и право;
- б) демографическая обстановка;
- в) поставщики и конкуренты;
- г) экономика и социология.

Ваш выбор. _____

12. Как называется ситуационный анализ, который представляет собой предварительное рассмотрение и оценку сильных и слабых сторон предлагаемой «бизнес-идеи» с учетом различных существующих и возможных в будущем факторов и влияний:

- а) оценка возможностей и опасностей;
- б) *SWOT*-анализ;
- в) комплекс исходных данных;
- г) нет правильного ответа;
- д) все ответы верны.

Ваш выбор. _____

11. Основные признаки предприятия:

- а) самостоятельный баланс, истец или ответчик в суде, ответственность по обязательствам;

б) обособленное имущество, ответственность по обязательствам, приобретение имущественных и неимущественных прав.

в) ответственность по обязательствам, обособленное собственное имущество, истец и ответчик в суде;

г) самостоятельный баланс, обособленное собственное имущество, ответственность по обязательствам, имущественные и неимущественные права, истец или ответчик в суде.

Ваш выбор. _____

12. Дайте определение предприятию:

а) это самостоятельный хозяйствующий субъект, осуществляющий коммерческую деятельность с целью получения доходов;

б) это хозяйствующий субъект, имеющий в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество;

в) юридическим лицом признается организация, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде. Юридические лица должны иметь самостоятельный баланс или смету;

г) самостоятельный хозяйствующий субъект, производящий продукцию, выполняющий работу и оказывающий услуги в целях удовлетворения общественных потребности и получения прибыли.

Ваш выбор. _____

13. Внешние факторы, действующие на предприятие:

а) кадры и персонал;

б) законы РФ;

в) финансы предприятия;

г) цели и задачи организации.

Ваш выбор. _____

14. Что характеризует понятие «структура предприятия»:

а) состав, строение экономического объекта;

б) внешняя и внутренняя среда предприятия;

в) порядок ведения хозяйственного учёта;

г) форма собственности предприятия.

Ваш выбор. _____

15. Звенья экономического механизма хозяйствования предприятия – это:

а) повышение производительности труда;

- б) наличие разносторонних хозяйственных связей;
- в) диверсификация хозяйственной деятельности;
- г) планирование хозяйственной деятельности предприятия.

Ваш выбор. _____

16. Основное условие, влияющее на эффективное развитие предприятий:

- а) ёмкость рынка;
- б) периодичность поступления товаров;
- в) эффективность использования ресурсного потенциала;
- г) увеличение торгово-складской сети.

Ваш выбор. _____

17. Внешние факторы косвенного воздействия, влияющие на предприятие:

- а) кадры и персонал предприятия;
- б) конкуренты, потребители;
- в) международные события;
- г) поставщики материалов, капиталов.

Ваш выбор. _____

18. Предприятию при выработке решений необходимо отдавать приоритет:

- а) технической цели;
- б) социальной цели;
- в) организационной цели;
- г) финансовой устойчивости предприятия.

Ваш выбор. _____

19. Тактика нового предприятия – это:

- а) краткосрочные, оперативные решения для реализации стратегической установки в конкретных условиях;
- б) прогнозирование спроса на предлагаемую продукцию предприятия;
- в) анализ предложения и оценка конкурентоспособности;
- г) поиск сектора экономики.

Ваш выбор. _____

Ответы на тренинг (тест) раздела «Описание предприятия и отрасли»: 1–а); 2–б); 3–в); 4–в); 5–г)→б)→а)→в); 6–г); 7–в); 8–б); 9–в); 10–а); 11–а); 12–а); 11–г); 12–г); 13–б); 14–а); 15–г); 16–в); 17–в); 18–г); 19–г).

Раздел «Анализ рынка сбыта продукции»

1. В разделе «Анализ рынка сбыта продукции» должна быть представлена информация:

- а) сведения о производимом продукте и его рынке сбыта;
- б) сфера бизнеса и продукт, который фирма будет предлагать к продаже;
- в) характер отрасли и конъюнктуру рынка;
- г) нет правильного ответа.

Ваш выбор. _____

2. Как называются сбор, подготовка и анализ исходных данных для обоснования инвестиционных предложений и разработки бизнес-плана:

- а) оценка возможностей и опасностей;
- б) *SWOT*-анализ;
- в) комплекс исходных данных;
- г) нет правильного ответа;
- д) все ответы верны.

Ваш выбор. _____

3. Как называется искусство руководства и координации людских и материальных ресурсов на протяжении «жизненного цикла проекта» путём применения системы современных методов и техники управления для достижения определенных в проекте результатов по составу и объёму работ, стоимости, времени, качеству и удовлетворению участников проекта:

- а) бизнес-планирование;
- б) планирование;
- в) контроль;
- г) управление проектом;
- д) бизнес-аудит.

Ваш выбор. _____

4. Какой из следующих признаков свидетельствует об отсутствии конкуренции в отрасли:

- а) падение прибыли в отрасли, производящей этот продукт;
- б) неспособность фирм данной отрасли к расширению производства;
- в) невозможность другими фирмам войти в данную отрасль;
- г) более низшим отраслевой уровень оплаты труда, чем в целом по стране.

Ваш выбор. _____

5. Преобладающим источником ёмкости рынка является:

- а) спрос приезжего населения;

- б) спрос учреждений социального типа;
- в) покупки товаров местным населением;
- г) сезонный спрос населения.

Ваш выбор. _____

6. Показатели рыночной инфраструктуры:

- а) плотность торгово-сбытовой и складской сети;
- б) обеспечения гарантий занятости, сокращение рабочего времени;
- в) оценка уровня удовлетворения спроса, потребления;
- г) создание необходимых технологических процессов рыночных структур.

тур.

Ваш выбор. _____

7. Термин, отражающий способность и желание людей платить за что-либо:

- а) потребность;
- б) спрос;
- в) необходимость;
- г) желание.

Ваш выбор. _____

8. Конъюнктура рынка характеризуется:

- а) сложностью внешней среды предприятия;
- б) временной ситуацией на рынке;
- в) организационной культурой предприятия;
- г) приоритетами в распределении ресурсов.

Ваш выбор. _____

9. В современной экономике выделяют следующие основные модели рынка:

- а) свободная конкуренция, чистая монополия, монополистическая конкуренция, олигополия;
- б) неценовая конкуренция, монополия, монополистическая конкуренция, олигополия;
- в) чистая монополия, добросовестная конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополия;
- г) чистая монополия, олигополия.

Ваш выбор. _____

10. Сегментация рынка – это:

- а) нахождение частей рынка, на которые направлена маркетинговая деятельность предприятия;
- б) рекламная акция;

- в) способ защиты прав потребителей;
- г) поиск покупателя.

Ваш выбор. _____

Ответы на тренинг (тест) раздела «Анализ рынка сбыта продукции»:
1–б); 2–в); 3–г); 4–в); 5–в); 6–г); 7–б); 8–б); 9–б); 10–а).

Раздел «Разработка плана маркетинга»

1. Маркетинг – это:

- а) деятельность в сфере рынка сбыта;
- б) деятельность в службе персонала;
- в) деятельность в сфере производства;
- г) проведение НОИКР.

Ваш выбор. _____

2. Задачи маркетинга:

- а) исследование рынка, изучение конъюнктуры рынка, организация рекламы продукции;
- б) производство высококачественной продукции, реклама продукции, оценка конкурентоспособности;
- в) материально-техническое обеспечение, разработка стратегии маркетинга, разработка прогнозов;
- г) получить максимальную прибыль.

Ваш выбор. _____

3. Основные концепции маркетинга:

- а) совершенствование производства и товара, сбыта, социально-этического маркетинга;
- б) совершенствование статистического учёта, товара, сбыта, маркетинга, социально-этического маркетинга;
- в) совершенствование сбыта, маркетинга, социально-этического маркетинга, вероятностей, производства;
- г) изучение спроса, максимализация прибыли.

Ваш выбор. _____

4. Функции маркетинга:

- а) аналитическая, производственная, сбытовая, управления и контроля;
- б) регулятивная, социальная, общеэкономическая, контроля;
- в) коммуникативная, защитная, сбытовая, контроля;
- г) поисковая, аналитическая.

Ваш выбор. _____

5. Основные принципы маркетинга – это:

а) стратегия и тактика должны быть едины, это поможет быстро реагировать на изменения спроса. Производство и реализация продукции должны полностью соответствовать ситуации на рынке, потребностям покупателей и возможностям самой компании. Постоянное обновление ассортимента выпускаемых товаров. Потребности полностью удовлетворены и соответствуют уровню технического и художественного развития. Нахождение на рынке в момент, когда возможность продаж наиболее эффективна.

б) продажа произведенной продукции любыми путями;

в) производство продукции не зависит от спроса на неё;

г) получение максимальной прибыли.

Ваш выбор. _____

6. Стратегия маркетинга – это:

а) генеральная программа действий, где сформулированы главные цели предприятия и основные пути их достижения;

б) цель предприятия получения максимума прибыли;

в) выбор наиболее приемлемых альтернативных путей развития;

г) завоевание новых рынков сбыта.

Ваш выбор. _____

7. Управление маркетингом:

а) создание маркетинговой службы, ориентация на определенную концепцию развития:

б) подразумевает обязательное наличие директора по маркетингу;

в) подразумевает выпуск высококачественной продукции;

г) создание команды по маркетингу.

Ваш выбор. _____

8. В разделе «Маркетинг» бизнес-плана не должно содержаться:

а) описание целевого рынка потребителей;

б) описание конкурентов;

в) ценовая политика;

г) кадровый состав предприятия или фирмы.

Ваш выбор. _____

9. Конкуренция – это:

а) борьба между производителями или поставщиками, предприятиями за наиболее выгодные условия производства, сбыта с целью достижения лучших результатов своей предпринимательской деятельности;

б) анализ рыночных условий производства товаров и услуг;

в) борьба за снижение издержек производства на предприятии;

г) изучение потенциальных конкурентов.

Ваш выбор. _____

10. Роль конкуренции в рыночных отношениях заключается в:
- а) мощном стимуле экономического роста, улучшение качества продукции, основа рыночной экономики;
 - б) огромного роста мелких предприятий, прилив капитала из-за границы;
 - в) росте монополизма центральных и местных органов управления;
 - г) привлечении потенциальных инвесторов.

Ваш выбор. _____

Ответы на тренинг (тест) раздела «Разработка плана маркетинга»: 1–а); 2–а); 3–а); 4–а); 5–а); 6–а); 7–а); 8–г); 9–а); 10–а).

Раздел «План производства и затрат на оборудование»

1. К основным производственным процессам относятся:

- а) процессы, в ходе которых создаются продукты для основного производства, а также выполняются работы, обеспечивающие нормальное течение основных процессов;
- б) процессы переработки отходов основного производства или их детализации;
- в) процессы, прямым результатом которых является изготовление продукции, составляющей товарную продукцию данного предприятия;
- г) деятельность (ПХД) побочных цехов.

Ваш выбор. _____

2. К переменным относятся затраты:

- а) стоимость сырья, материалов;
- б) амортизация зданий, сооружений и инвентаря;
- в) заработная плата аппарата управления предприятием;
- г) зарплата производственных рабочих с единым социальным налогом.

Ваш выбор. _____

3. По назначению производственные операции делятся на:

- а) технологические;
- б) ручные;
- в) автоматизированные;
- г) транспортные.

Ваш выбор. _____

4. В разделе «План производства» описывается:

а) что предприятие в состоянии производить, необходимый товар определенного качества и в нужные сроки;

б) все товары и услуги, которое предприятие будет предлагать на рынке;

в) рыночная конъюнктура;

г) объём и качество товара.

Ваш выбор. _____

5. На базе плана «Производство и реализация продукции» разрабатываются показатели планов:

а) по издержкам, прибыли и рентабельности, материально-технического обеспечения, по персоналу и оплате труда;

б) по охране природы, социальному развитию, фондам, инновациям;

в) по издержкам, персоналу, нормам и нормативам, фондам;

г) портфель заказов.

Ваш выбор. _____

6. Отличая экономических ресурсов от факторов производства:

а) экономические ресурсы то же самое, что и факторы производства;

б) в факторы производства не входят трудовые ресурсы;

в) в экономические ресурсы не включается предпринимательская деятельность;

г) факторы производства – это вовлечение в процесс производства экономические ресурсы.

Ваш выбор. _____

7. Объёмные показатели предприятия:

а) производительность труда;

б) объём производства;

в) уровень доходов;

г) оборачиваемость средств.

Ваш выбор. _____

8. Экстенсивным фактором повышения эффективности использования материально-технической базы является:

а) увеличение времени работы предприятиями;

б) сокращение простоев в использование автотранспорта;

в) улучшение структуры основных фондов;

г) повышение производительности труда работников.

Ваш выбор. _____

9. Экстенсивный тип экономического роста характеризуется:

а) количественный рост всех факторов производства;

- б) внедрение новых технологий;
- в) качественные изменения структуры производства;
- г) повышение производительности труда работников.

Ваш выбор. _____

10. В раздел «Организация производства» бизнес-плана не входят:

- а) анализ налогового окружения бизнеса;
- б) вопросы местоположения и условий реализации проекта;
- в) задачи и вопросы производственного процесса и операций;
- г) планирование режима предприятия.

Ваш выбор. _____

11. Какие подсистемы должны быть включены в систему планирования:

- а) планирование потенциала;
- б) планирование целей;
- в) плановые расчёты;
- г) все ответы верны.

Ваш выбор. _____

Ответы на тренинг (тест) раздела «План производства и затрат на оборудование»: 1–а); 2–а); 3–а); 4–б); 5–а); 6–в); 7–б); 8–в); 9–в); 10–а); 11–г).

Раздел «Планирование капитальных затрат»

1. На основе мероприятий «Плана инвестиций» формируется:

- а) система норм и нормативов, и баланс производственных мощностей;
- б) план по трудовым ресурсам и основным фондам;
- в) план по издержкам и прибыли;
- г) финансовый план.

Ваш выбор. _____

2. Долгосрочные вложения капитала в предприятия различных отраслей, предпринимательские проекты, социально-экономические программы или инновационные проекты это:

- а) инвестиции;
- б) инвестиционная деятельность;
- в) инвестиционный проект;
- г) самофинансирование.

Ваш выбор. _____

3. По характеру участия инвесторов в инвестиционном процессе инвестиции делятся на:

- а) внутренние и внешние;
- б) прямые и косвенные;
- в) частные, государственные, иностранные и совместные;
- г) реальные и финансовые.

Ваш выбор. _____

4. Альтернативные инвестиционные проекты – это:

- а) взаимодополняющие проекты;
- б) взаимоисключающие проекты;
- в) одинаковые проекты;
- г) все ответы неверны.

Ваш выбор. _____

5. По отношению друг к другу инвестиционные проекты делятся на:

- а) краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные;
- б) надежные и рисковые;
- в) зависимые и независимые;
- г) средние, крупные и мега-проекты.

Ваш выбор. _____

6. Инвестиции как понятие это:

- а) временный отказ экономического объекта от потребления имеющихся в его распоряжении ресурсов (капитала) и использование этих ресурсов для увеличения в будущем своего благосостояния;
- б) вложение капитала в создание новых объектов недвижимости;
- в) долгосрочные вложения денег в различные строящиеся объекты;
- г) совокупность экономических отношений, возникающих в процессе формирования, распределения и использования централизованных и децентрализованных фондов денежных средств.

Ваш выбор. _____

7. В долгосрочном периоде:

- а) все издержки являются переменными;
- б) все издержки являются постоянными;
- в) переменные издержки растут быстрее, чем постоянные;
- г) постоянные издержки растут быстрее, чем переменные.

Ваш выбор. _____

8. Каким способом можно получить показатель рентабельности инвестиций:

- а) путем перемножения коммерческой маржи и коэффициента трансформации, рассчитанных на соответствующий интервал планирования;

- б) путем перемножения чистого дисконтированного дохода на коэффициент трансформации;
- в) путём деления валовой прибыли на суммарный объём инвестиций;
- г) путём перемножения коммерческой маржи и чистой текущей стоимости.

Ваш выбор. _____

9. Лизинг – это:

- а) долгосрочная аренда машин, оборудования и других товаров инвестиционного назначения, купленных арендодателем для арендатора с целью их производственного использования, при сохранении права собственности на них за арендодателем на весь срок договора аренды;
- б) сдача имущества во временное владение и пользование за определенную плату;
- в) система взаимовыгодных партнерских отношений предприятий крупного и мелкого бизнеса;
- г) краткосрочная аренда (до 1 года) основных средств.

Ваш выбор. _____

10. Отношение собственных оборотных средств к общей величине капитала характеризует коэффициент:

- а) коэффициент маневренности собственных оборотных средств;
- б) автономии;
- в) финансирования;
- г) прибыльности фондов.

Ваш выбор. _____

11. Аренда – это:

- а) долгосрочная аренда машин, оборудования и других товаров инвестиционного назначения, купленных арендодателем для арендатора с целью их производственного использования, при сохранении права собственности на них за арендодателем на весь срок договора аренды;
- б) сдача имущества во временное владение и пользование за определенную плату;
- в) система взаимовыгодных партнерских отношений предприятий крупного и мелкого бизнеса;
- г) способ передачи имущества в крупных предприятиях.

Ваш выбор. _____

12. Какие инвестиционные решения относятся к разряду основных решений:

- а) вложение в ценные бумаги;

- б) создание основного капитала;
- в) формирование оборотного капитала;
- г) распределение прибыли.

Ваш выбор. _____

13. К субъектам инвестиционной деятельности, осуществляемых в форме капитальных вложений не относятся:

- а) инвесторы;
- б) эмитенты;
- в) заказчики;
- г) подрядчики.

Ваш выбор. _____

14. Вложение средств в производственные здания, сооружения, станки, оборудование, строительство помещений – это:

- а) инвестирование в финансовые активы;
- б) инвестирование в нефинансовые активы;
- в) инвестирование в нематериальные ценности;
- г) инвестирование в материальные активы.

Ваш выбор. _____

15. Инвестиции – это:

- а) все виды имущественных и интеллектуальных ценностей, вкладываемых в объекты различных отраслей экономики;
- б) вложения в реальные и финансовые сферы деятельности;
- в) все виды имущественных и интеллектуальных ценностей, вкладываемых в объекты предпринимательской и других видов деятельности в целях получения прибыли и достижения положительного социального эффекта;
- г) все виды вложений с целью получения прибыли (дохода) или иного социального эффекта.

Ваш выбор. _____

16. Субъекты инвестиционной деятельности:

- а) инвесторы, заказчики, исполнители работ, пользователи объектов инвестиционной деятельности, застройщики, поставщики, юридические лица и др. участники инвестиционного процесса; физические и юридические лица, в т.ч. иностранные, а также государства и международные организации;
- б) только лица с гражданством;
- в) физические, юридические лица и лица без гражданства;
- г) любые физические и юридические лица, имеющие долю в уставном капитале коммерческой организации.

Ваш выбор. _____

17. Реальные инвестиции – это:

- а) портфельные инвестиции;
- б) инвестиции на осуществление капитального ремонта;
- в) инвестиции, вложенные в основные фонды;
- г) инвестиции, вложенные в активы предприятия.

Ваш выбор. _____

18. Видовая структура инвестиций представляет собой:

- а) реальные инвестиции;
- б) портфельные инвестиции;
- в) активные и пассивные инвестиции;
- г) пассивные инвестиции.

Ваш выбор. _____

19. Основные направления совершенствования структуры реальных инвестиций – это:

- а) рост смешанного и частного объёма инвестиций;
- б) увеличение государственных инвестиций в жилищно-коммунальное строительство;
- в) восстановление социальной инфраструктуры;
- г) налаживание культурных связей.

Ваш выбор. _____

20. К капитальным затратам относят:

- а) текущий ремонт;
- б) амортизацию;
- в) налоги на собственность;
- г) модернизацию.

Ваш выбор: _____

21. Капитальные вложения – это:

- а) инвестиции в основной капитал и прирост материальных запасов;
- б) затраты на строительство сооружений и проектно-изыскательские работы;
- в) инвестиции в материальные активы;
- г) инвестиции в приобретение пакета акций.

Ваш выбор: _____

22. Развитие венчурного капитала связано с:

- а) развитием малого бизнеса;
- б) развитием среднего и крупного бизнеса;

- в) нет связи между видом бизнеса и венчурным капиталом;
- г) венчурного капитала в России нет.

Ваш выбор: _____

23. К капитальным вложениям относятся затраты на:

- а) новое строительство и проектно-изыскательские работы;
- б) приобретение сырья и материалов;
- в) формирование портфеля ценных бумаг;
- г) выдачу долгосрочных кредитов.

Ваш выбор: _____

24. Методы оценки эффективности инвестиций, в которых денежные потоки, вызванные реализацией проекта, приводятся к эквивалентной основе посредством их дисконтирования, обеспечивая сопоставимость разновременных денежных потоков, называются:

- а) статическими;
- б) динамическими;
- в) математическими;
- г) геометрическими.

Ваш выбор: _____

25. К группе статических методов коммерческой оценки инвестиций относятся:

- а) срок окупаемости инвестиций ($T_{ок}$, PP) и простая норма прибыли (ПНП), точка безубыточности ($A_{кр}$);
- б) индекс рентабельности (PI), чистая текущая стоимость (NPV), индекс рентабельности;
- в) внутренняя норма прибыли (IRR), срок окупаемости инвестиций (PP), индекс рентабельности (PI);
- г) чистая текущая стоимость (NPV), чистый дисконтированный доход.

Ваш выбор: _____

Ответы на тренинг (тест) раздела «Планирование капитальных затрат»: 1–г); 2–б); 3–в); 4–б); 5–в); 6–а); 7–а); 8–в); 9–а); 10–а); 11–б); 12–б); 13–г); 14–г); 15–в); 16–а); 17–в); 18–в); 19–а); 20–г); 21–а); 22–а); 23–а); 24–б); 25–а).

Раздел «Численность работников и фонд заработной платы»

1. Какой тип структуризации кадровой службы предпочтителен в случае, если на предприятии производится ограниченный ассортимент продукции, персонал организации однороден, занят в одной сфере деятельно-

сти:

- а) по контингенту персонала;
- б) по функциям;
- в) по продукту;
- г) по сферам деятельности.

Ваш выбор. _____

2. Какое из определений кадровой политики предприятия верно:

- а) кадровая политика набор конкретных правил, пожеланий и ограничений (зачастую неосознанных) во взаимоотношениях людей и организации;
- б) кадровая политика специфический набор основных целей и мероприятий по работе с персоналом, конкретизированный с учётом целей организационного и кадрового развития;
- в) кадровая политика система правил и норм, приводящих человеческий ресурс в соответствие со стратегией организации;
- г) упор на «человеческие отношения».

Ваш выбор. _____

3. Система целей управления персоналом является основой определения:

- а) политики организации;
- б) стратегии развития организации;
- в) состава функций управления персоналом;
- г) социальной политики предприятия.

Ваш выбор. _____

4. Главной задачей службы управления персоналом является достижение соответствия рабочей силы в организации рабочим местам:

- а) с точки зрения их количественной сбалансированности;
- б) с точки зрения их качественной сбалансированности;
- в) с точки зрения их качественно-количественной сбалансированности;
- г) с точки зрения штатного расписания.

Ваш выбор. _____

5. При расчёте производительности труда используются показатели:

- а) сумма товарооборота за прошлый год;
- б) сумма товарооборота за i -й квартал;
- в) количество отработанных человеко-дней;
- г) затраты труда в чел-ч и объём произведенной продукции.

Ваш выбор. _____

6. Изменение в уровне реальной заработной платы можно определить, сопоставляя изменения в уровне номинальной заработной платы с изменением в:

- а) уровне цен на товары и услуги;
- б) норме прибыли;
- в) ставка налогообложения;
- г) в трудоёмкости.

Ваш выбор. _____

7. Сдельная расценка – это:

- а) показатель увеличения размера заработной платы;
- б) затраты на развитие предприятия;
- в) средний тарифный коэффициент;
- г) размер заработной платы за единицу работы.

Ваш выбор. _____

8. Сумма денег, полученная наёмным работником на предприятии за определенный промежуток времени – это:

- а) номинальная заработная плата;
- б) реальная заработная плата;
- в) доход работника;
- г) прожиточный минимум.

Ваш выбор. _____

9. Рабочая сила – это:

- а) общая численность работающих и безработных, активно ищущих работу, граждан не моложе 16 лет.
- б) всё трудоспособное население;
- в) женщины до 55 и мужчины до 60 лет;
- г) занятое население.

Ваш выбор. _____

10. Сумма расходов на оплату труда возросла, численность работников уменьшилась. Что произошло со средней заработной платы:

- а) увеличилась;
- б) снизилась;
- в) не изменилась;
- г) вошла в доход работника.

Ваш выбор. _____

11. Показатели планирования трудовых ресурсов:

- а) обновление, производительность труда, оплата труда, трудоёмкость;

б) рациональная структура, кадровый резерв, численность, нормы времени выработки;

в) численность и структура, оплата труда, производительность и трудоёмкость, потребность, сокращение применения ручного труда, кадровый резерв;

г) численность и структура, лучшее использование, рациональная структура, кадровый резерв;

д) сокращение применения ручного труда, зарплата, производительность, трудоёмкость.

Ваш выбор. _____

12. Какие факторы учитываются при расчёте плановой численности работников предприятия:

а) режим работы предприятия;

б) штатное расписание;

в) достигнутые и запланируемые показатели выпуска продукции;

г) изменение в состоянии материально-технической базы.

Ваш выбор. _____

13. Какой пункт кадрового обеспечения и оплаты труда не относится к вопросам раздела бизнес-плана «Численность работников и фонд заработной платы»:

а) численность и качественная структура персонала предприятия;

б) размер и структура оплаты труда сотрудников предприятия;

в) дополнительные затраты предприятия, связанные с набором и обучением работников;

г) затраты на рекламу предприятия и его продукции.

Ваш выбор. _____

14. Профессиональная подготовка персонала – это:

а) адаптация нового работника к условиям данного производства, повышение квалификации работающих работников;

б) обучение работников на рабочих местах, перемещение работников на предприятии;

в) увольнение работников при неудовлетворительных результатах, повышение квалификации при переводе на новую должность;

г) «пожизненный найм».

Ваш выбор. _____

15. Тарифная система оплаты труда рабочего включает:

а) тарифные ставки, тарифные сетки;

б) тарифные ставки, тарифные сетки, тарифно-квалификационный справочник;

в) тарифные ставки, тарифно-квалификационный справочник;

г) тарифные ставки, должностные оклады, тарифные сетки.

Ваш выбор. _____

16. Субъекты спроса на рынке труда – это:

а) государственные предприятия;

б) биржа труда;

в) бизнес и государство;

г) профсоюзы.

Ваш выбор. _____

17. Если правительство повысит уровень минимальной заработной платы в стране (МРОТ), на какой категории работников это отразится в наибольшей степени:

а) профессиональные спортсмены;

б) молодые неквалифицированные рабочие;

в) высококвалифицированные рабочие;

г) работники, занятые на вредных производствах.

Ваш выбор. _____

18. Оплата труда в соответствии с выполненным объёмом работ – это:

а) сдельная оплата труда;

б) повременная оплата труда;

в) косвенная оплата труда;

г) тарифная оплата труда.

Ваш выбор. _____

19. Количество работников предприятия сократилось, а выручка не изменилась, что произошло с производительностью труда:

а) повысилась;

б) снизилась;

в) не изменилась;

г) стала нормируемой.

Ваш выбор. _____

20. Сдельная оплата труда начисляется за:

а) отработанное время;

б) за количество выработанной или реализованной продукции;

в) повышение квалификационного уровня;

г) перевыполнение установленных показателей.

Ваш выбор. _____

21. К экстенсивным показателям трудовых ресурсов в производственном процессе относят:

- а) число дней, отработанных одним рабочим;
- б) продолжительность рабочего дня;
- в) среднечасовая выработка одного рабочего;
- г) среднесписочная численность рабочих;
- д) удельный вес рабочих в общей численности работающих.

Ваш выбор. _____

22. О чем свидетельствуют разные темпы роста производительности труда и заработной платы, если производительность труда увеличилась по сравнению с прошлым годом на 10%, а заработная плата на 8%:

- а) рабочие получили излишнюю сумму заработной платы;
- б) труд рабочих оплачен не в полном объеме;
- в) труд рабочих оплачен справедливо;
- г) увеличился фонд накопления.

Ваш выбор. _____

23. Какое из предложенных соотношений темпов роста (снижения) производительности труда и заработной платы является справедливым:

- а) темп роста заработной платы составляет 15%, а производительности труда 8%;
- б) темп роста заработной платы составляет 10%, а производительности труда 9,5%;
- в) темп снижения заработной платы составляет 2%, а темп роста производительности труда 0,8%;
- г) темп снижения заработной платы составляет 3%, а темп снижения производительности труда 5%.

Ваш выбор. _____

Ответы на тренинг (тест) раздела «Численность работников и фонд заработной платы»: 1–в); 2–б); 3–в); 4–в); 5–г); 6–а); 7–г); 8–а); 9–а); 10–а); 11–в); 12–а); 13–г); 14–б); 15–б); 16–б); 17–б); 18–а); 19–а); 20–б); 21–в); 22–б); 23–в).

Раздел «Сырье и основные материалы»

1. Потребность в материально-производственных запасах зависит от:

- а) производительности труда;
- б) объема производства и реализации продукции, её состава и структуры;

- в) фондоотдачи;
- г) от времени суток.

Ваш выбор. _____

2. Материалоотдача определяется по формуле:

- а) отношение объема продаж к материальным затратам;
- б) отношение маржинальной прибыли к материальным затратам;
- в) отношение материальных затрат к объёму продаж;
- г) отношение материальных затрат к маржинальной прибыли.

Ваш выбор. _____

3. Материалоёмкость определяется по формуле:

- а) отношение объема продаж к материальным затратам;
- б) отношение маржинальной прибыли к материальным затратам;
- в) отношение материальных затрат к объёму продаж;
- г) отношение материальных затрат к маржинальной прибыли.

Ваш выбор. _____

4. Понятие «отклонение» означает:

- а) отклонение в расчётах;
- б) отклонение от нормы;
- в) отклонение от норм и нормативов;
- г) ошибка в расчётах.

Ваш выбор. _____

5. «План закупки материалов» составляется на основе «Плана потребности в материалах» с учётом:

- а) запаса материалов на начало и конец планируемого периода;
- б) наличия запаса материала на начало планируемого периода;
- в) необходимой величины запасов материалов на конец планируемого периода;
- г) риска поставок.

Ваш выбор. _____

6. Какие расходы возрастают при увеличении объёмов закупаемого сырья.

- а) по транспортировке сырья;
- б) по хранению сырья;
- в) по кредитам;
- г) все ответы верны.

Ваш выбор. _____

7. Как изменится оборачиваемость оборотных средств за период, если средняя сумма оборотных средств уменьшится, а выручка останется неизменной:

- а) замедлится;
- б) ускорится;
- в) не изменится;
- г) оборотные средства выйдут из оборота.

Ваш выбор. _____

8. Собственные источники формирования оборотных средств:

- а) кредиты банков;
- б) кредиторская задолженность;
- в) за счёт прибыли предприятия;
- г) авансы, выданные поставщикам (предоплата).

Ваш выбор. _____

9. Сырьевые запасы классифицируются по назначению:

- а) максимальные;
- б) средние;
- в) отчётные на дату;
- г) целевого назначения.

Ваш выбор. _____

Ответы на тренинг (тест) раздела «Сырьё и основные материалы»: 1–б); 2–а); 3–в); 4–в); 5–а); 6–г); 7–б); 8–в); 9–г).

Раздел «Калькуляция себестоимости продукции. Цена продукции»

1. К каким видам расходов относится транспортные расходы:

- а) условно-постоянные;
- б) условно-переменные;
- в) частичные;
- г) дополнительные.

Ваш выбор. _____

2. Что относится к условно-постоянным издержкам производства:

- а) неизменные по сумме и уровню отдельные виды затрат;
- б) отдельные виды издержек обращения уровень которых меняется обратно пропорционально товарообороту;
- в) группа издержек, сумма которых несвязанна с изменением объёма производства;

г) группа издержек обращения, сумма которых остается всегда постоянной (или меняется незначительно).

Ваш выбор. _____

3. В снабженческо-сбытовых (оптовых) надбавках (наценках) учитывают:

- а) уровень обслуживания покупателей;
- б) конъюнктуру потребительского рынка;
- в) прибыль, признанную необходимой для нормальной деятельности;
- г): цену закупки.

Ваш выбор. _____

4. Понятие экономических издержек означает, что:

- а) необходимо учитывать альтернативную стоимость всех используемых ресурсов;
- б) бухгалтерские расходы превышают их на величину непроеизводственных затрат;
- в) торговля осуществляется с минимальными затратами;
- г) стоимость собственных ресурсов не должна включаться в издержки.

Ваш выбор. _____

5. Амортизация основных средств представляет:

- а) списание износа;
- б) уменьшение стоимости используемого капитала;
- в) экономический механизм постепенного перенесения стоимости изношенной части основных фондов на готовый продукт;
- г) начисление износа и списание на расходы, на производство (обращение).

Ваш выбор. _____

6. К каким видам расходов относятся статья «амортизация основных фондов»:

- а) условно-переменные;
- б) условно-постоянные;
- в) чистые;
- г) дополнительные.

Ваш выбор. _____

7. Затраты, не учитываемые в издержках производства:

- а) затраты на оплату труда;
- б) амортизация основных фондов;
- в) штрафы, пени;

г) налоги, сборы, платежи, относимые на финансовые результаты.

Ваш выбор. _____

8. Себестоимость продажи продукции в прошлом году составила 1735 тыс. руб., а выручка от продажи продукции 2634 тыс. руб. В отчётном году выручка продукции в ценах прошлого года достигла 3237 тыс. руб. Определите сумму возможного прироста затрат в отчетном году под влиянием фактора роста объёма продаж:

а) 326,4 тыс. руб.;

б) 397,2 тыс. руб.;

в) 399,3 тыс. руб.;

г) 406,1 тыс. руб.

Ваш выбор. _____

9. 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 убытков:

а) 65 000 изделий;

б) 80 000;

в) 70 000;

г) 90 000.

Ваш выбор. _____

10. Издержки обращения в зависимости от уменьшения выручки подразделяются на:

а) нормируемые;

б) ненормируемые;

в) условно-постоянные, условно-переменные;

г) издержки производства, обращения и потребления.

Ваш выбор. _____

11. Расходы на содержание помещений относятся к видам:

а) условно-постоянным;

б) условно-переменным;

в) условно-постоянным и переменным;

г) прямым.

Ваш выбор. _____

12. В каком плановом документе будет отражена прибыльность производственной деятельности:

- а) в плане продаж;
- б) в плане производства;
- в) в плане прибылей и убытков;
- г) в инвестиционном плане.

Ваш выбор. _____

13. Расходы на оплату труда – это:

- а) переменные издержки;
- б) постоянные издержки;
- в) переменнo-постоянные издержки;
- г) обобщающие расходы.

Ваш выбор. _____

14. Затратоёмкость это:

- а) уровень доходов;
- б) уровень прибыли;
- в) уровень издержек;
- г) уровень рентабельности.

Ваш выбор. _____

15. Затраты, не учитываемые в издержках производства:

- а) затраты на оплату труда;
- б) амортизация основных фондов;
- в) штрафы, пени;
- г) налоги, сборы, платежи, относимые на финансовые результаты.

Ваш выбор. _____

16. Факторы, влияющие на уровень издержек обращения:

- а) зависящие;
- б) независящие;
- в) внутренние;
- г) внешние.

Ваш выбор. _____

17. Минимизацию издержек можно добиться при соблюдении следующего условия:

- а) покупать факторы производства на конкурентных рынках;
- б) соблюдать равенство между предельной нормой технического замещения факторов и соотношением цен – этих факторов;
- в) поддерживать равенство между переменными и постоянными издержками;
- г) поддержать максимальный уровень производства.

Ваш выбор. _____

18. Налоги, выплаты и обязательные платежи, оказывающие влияние на себестоимость продукции (несколько вариантов):

- а) единый социальный налог;
- б) налог на рекламу;
- в) таможенная пошлина;
- г) все ответ верны.

Ваш выбор. _____

19. Балансовая прибыль предприятия определяется как:

- а) сумма доходов – сумма расходов;
- б) сумма доходов – сумма НДС – сумма текущих затрат;
- в) сумма доходов – сумма налогов;
- г) сумма доходов – сумма НДС – сумма налогов.

Ваш выбор. _____

20. Определите чистую прибыль в торговле:

- а) сумма выручки без НДС – сумма текущих затрат;
- б) сумма доходов без НДС – сумма текущих затрат – сумма налогов;
- в) сумма доходов – сумма НДС;
- г) сумма доходов – сумма текущих затрат.

Ваш выбор. _____

21. В смету общепроизводственных расходов входят расходы:

- а) расходы на управление предприятием. Общехозяйственные расходы. Сборы и отчисления. Общехозяйственные непроизводственные расходы;
- б) содержание аппарата управления производством;
- в) амортизация зданий, сооружений и инвентаря;
- г) амортизация основных средств.

Ваш выбор. _____

22. Затрат на основные материалы для производства продукции относятся:

- а) к переменным и косвенным затратам;
- б) к переменным и прямым затратам;
- в) к прямым и постоянным затратам;
- г) все ответы неверны.

Ваш выбор. _____

23. Условно-переменные издержки обращения – это:

- а) постоянно меняющиеся по сумме виды издержек обращения;
- б) постоянно меняющийся уровень издержек обращения отдельных видов затрат;

- в) пропорционально товарооборота меняющаяся сумма и уровень издержек обращения;
- г) отдельные виды издержек обращения, которые в основном пропорциональны товарообороту, меняются по сумме и не меняются по уровню.
- Ваш выбор.* _____

24. Себестоимость продукции и прибыль от продаж находится в
... зависимости:
- а) прямо пропорциональной;
- б) регрессионной;
- в) обратно пропорциональной;
- г) квадратичной.
- Ваш выбор.* _____

25. Информация о затратах в разрезе экономических элементов показывает:
- а) производственную себестоимость;
- б) соотношение затрат и объёма производства;
- в) удельный вес того или иного элемента в общей сумме затрат;
- г) совокупные затраты в себестоимости продукции.
- Ваш выбор.* _____

26. В процессе планирования затрат на производство и реализацию продукции (работ, услуг) необходимы:
- а) калькуляции затрат;
- б) смета объёма производства в натуральном выражении;
- в) смета затрат на производство и реализацию;
- г) смета продаж.
- Ваш выбор.* _____

27. Основные материалы для производства продукции относят к виду затрат:
- а) к переменным и косвенным затратам;
- б) к прямым и постоянным затратам;
- в) к переменным и прямым затратам;
- г) все ответы не верны.
- Ваш выбор.* _____

28. К подконтрольным затратам относят затраты:
- а) единый социальный налог;
- б) налог на имущество;
- в) затраты на приобретение основных материалов;
- г) заработная плата персонала.

Ваш выбор. _____

29. Сумма переменных затрат при увеличении количества проданной продукции изменится следующим образом:

- а) сумма затрат уменьшится;
- б) сумма затрат не изменится;
- в) сумма затрат увеличится;
- г) все зависит от спроса.

Ваш выбор. _____

Ответы на тренинг (тест) раздела «Калькуляция себестоимости продукции. Цена продукции»: 1–б); 2–в); 3–в); 4–б); 5–в); 6–г); 7–в); 8–б); 9–в); 10–б); 11–а); 12–в); 13–в); 14–в); 15–в); 16–г); 17–б); 18–г); 19–а); 20–б); 21–а); 22–б); 23–б); 24–в); 25–в); 26–в); 27–в); 28–в); 29–в).

Раздел «Финансовый план»

1. В финансовом плане самым важным документом является:

- а) план прибылей и убытков;
- б) план балансов;
- в) план денежных потоков;
- г) все ответы верны.

Ваш выбор. _____

2. К разряду основных финансовые решения относятся:

- а) формирования оборотного капитала;
- б) создание основного капитала;
- в) оптимизация структуры капитала;
- г) распределение прибыли.

Ваш выбор. _____

3. Найдите верное утверждение:

- а) прибыль от продаж = валовая прибыль – управленческие расходы;
- б) прибыль от продаж = валовая прибыль – управленческие расходы – коммерческие расходы;
- в) прибыль от продаж = выручка (нетто) от продажи товаров (продукции, работ, услуг) – управленческие расходы – коммерческие расходы;
- г) прибыль от продаж = выручка (нетто) от продажи товаров (продукции, работ, услуг) – производственная себестоимость.

Ваш выбор. _____

4. Как изменится рентабельность собственного капитала, если экономическая рентабельность возрастет на 2%, годовая средняя расчётная став-

ка процента по кредитам снизится на 1%, соотношение заемного и собственного капитала составит 1:2, а коэффициент налогообложения прибыли составит 20 %:

- а) увеличится на 0,98 %;
- б) увеличится на 1,14 %;
- в) увеличится на 3 %;
- г) увеличится на 5 %.

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

- а) 20;
- б) 22;
- в) 42;
- г) 52.

Ваш выбор. _____

6. Наиболее точное определение финансового планирования:

- а) метод управления финансами, составляющая финансового механизма;
- б) разновидность управленческой деятельности, направленной на определение потребности в финансовых ресурсах, их распределение и использование;
- в) процесс обоснования движения финансовых ресурсов и капитала на конкретный период;
- г) механизм координации производства и потребления.

Ваш выбор. _____

7. Роль координирующего стратегического плана выполняет:

- а) годовой финансовый план;
- б) бизнес-план;
- в) инвестиционный план (бюджет);
- г) план движения денежных средств.

Ваш выбор. _____

8. Платежеспособность предприятия подтверждает:

- а) финансовый план;
- а) план движения денежных средств (прогноз потоков денежных средств);
- б) бизнес-план;
- г) платежный календарь.

Ваш выбор. _____

9. Платежеспособность организации – это:

а) способность юридического лица своевременно и полностью выполнять свои платежные обязательства, вытекающие из торговых, кредитных и иных операций платежного характера;

б) возможность юридического лица в полном объеме выполнять свои обязательства перед бюджетом;

в) способность юридического лица аккумулировать денежные средства в определенный срок;

г) отсутствие просроченных долгов и обязательств.

Ваш выбор. _____

10. Укажите основную причину образования дефицита денежных средств на расчетном счёте предприятия (наличие отрицательного денежного потока в балансе наличности):

а) низкие доходы;

б) рост дебиторской задолженности;

в) рост запасов;

г) нерациональное использование средств.

Ваш выбор. _____

11. 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.

а) 65 000 изделий;

б) 80 000 изделий;

в) 70 000 изделий;

г) 90 000 изделий.

Ваш выбор. _____

12. Способность предприятия генерировать денежные средства отражается в плановом документе:

а) в плане прибылей и убытков;

б) в плане балансов;

в) в плане денежных потоков;

г) в плане распределения прибыли.

Ваш выбор. _____

13. Движение денежных потоков основных средств на предприятии отражается в разделе бизнес-плана:

а) операционной деятельности;

б) операционной и финансовой деятельности;

в) инвестиционной деятельности;

г) во всех разделах.

Ваш выбор. _____

14. Налогооблагаемая база для НДС:

а) стоимость товаров (работ, услуг);

б) добавленная стоимость;

в) все ответы верны;

г) все ответы не верны.

Ваш выбор. _____

15. Налогооблагаемая база для налога с продаж:

а) стоимость товаров с НДС;

б) стоимость товаров без НДС и акцизов;

в) стоимость товаров реализуемых в розницу или оптом за наличный расчет, включая НДС и акцизы;

г) все ответы верны.

Ваш выбор. _____

16. Очередность начисления налогов, сборов и платежей:

а) НДС;

б) налог на прибыль предприятий;

в) сбор на обязательное социальное страхование;

г) сбор на обязательное государственное пенсионное страхование.

Ваш выбор. _____

17. Для оценки финансово-хозяйственной деятельности проекта (в финансовом разделе бизнес-плана) используются документы:

а) план продаж;

б) план производства;

в) план инвестиционных затрат;

г) план распределения прибыли.

Ваш выбор. _____

18. Отношение собственных средств к заёмным определяет:

а) показатель финансовой независимости;

б) финансовый рычаг;

в) показатель финансовой устойчивости;

г) показатель финансовой ликвидности.

Ваш выбор. _____

19. Владельцев (акционеров) в первую очередь интересует:

а) эффективность использования ресурсов;

б) прибыльность (уровень рентабельность инвестируемого капитала);

- в) ликвидность;
- г) распределение прибыли (дивиденды на акцию).

Ваш выбор. _____

20. Для расчёта показателей эффективности инвестиций используется документ:

- а) план прибылей и убытков;
- б) план балансов;
- в) план денежных потоков;
- г) план распределения прибыли.

Ваш выбор. _____

21. В финансовом плане предприятия должны быть предусмотрены разделы:

- а) прогноз прибыли и убытков;
- б) смета общехозяйственных расходов;
- в) смета общепроизводственных расходов;
- г) калькуляция себестоимости изделия.

Ваш выбор. _____

22. Дайте определение коммерческой марже (чистая рентабельность продаж):

- а) коэффициент, который равен отношению выручки без НДС к суммарным инвестициям в проект;
- б) коэффициент, показывающий какую норму чистой прибыли приносит предприятию каждый рубль, полученный им в качестве выручки;
- в) отношение валовой прибыли к полученной выручке;
- г) разница между валовой прибылью и чистой прибылью.

Ваш выбор. _____

23. Сравнительную оценку деятельности организации дает показатель рентабельности:

- а) уровень прибыли стоимости активов;
- б) рентабельность продаж;
- в) уровень инвестиции в оборотный капитал;
- г) уровень чистой прибыли к издержкам.

Ваш выбор. _____

24. Обозначьте ситуацию: сумма доходов < сумма расходов:

- а) самокупаемость;
- б) самофинансирование;
- в) убыток;
- г) прибыль.

Ваш выбор. _____

25. Конечный относительный показатель, отражающий финансовые результаты деятельности:

- а) уровень валового дохода;
- б) уровень чистой прибыли от реализации;
- в) уровень прибыли от реализации товаров;
- г) рентабельность деятельности.

Ваш выбор. _____

26. Доходы предприятия в зависимости от их характера, условий получения подразделяются на:

- а) прибыли и убытки;
- б) операционные доходы;
- в) себестоимость реализации товаров, продукции, услуг;
- г) сумма кредиторской и дебиторской задолженности.

Ваш выбор. _____

27. Купили товар за 30 млн. руб., продали за 40 млн. руб. НДС – 1,8 млн. руб., расходы 4 млн. руб. Определите балансовую прибыль.

- а) 8,2 млн. руб.;
- б) 6 млн. руб.;
- в) 4,2 млн. руб.;
- г) 5 млн. руб.

Ваш выбор. _____

28. Балансовая прибыль предприятия – 240 тыс. руб.; прибыль от вне-реализационных операций – 70 тыс. руб.; прибыль от реализации материальных ценностей – 10 тыс. руб. Прибыль от реализации равна:

- а) 300 тыс. руб.;
- б) 160 тыс. руб.;
- в) 180 тыс. руб.;
- г) 310 тыс. руб.

Ваш выбор. _____

29. Финансовые ресурсы предприятия – это:

- а) фонд заработной платы;
- б) фонд оплаты труда с включением единого социального налога;
- в) совокупность собственных денежных доходов и поступлений извне, находящихся в распоряжении предприятия и предназначенных для выполнения его финансовых обязательств, финансирования текущих затрат, а также затрат, связанных с расширением производства;
- г) совокупность собственных доходов, привлеченных денежных

средств и стоимости основных фондов, предназначенных для выполнения обязательств перед государством и финансирования текущих и единовременных затрат.

Ваш выбор. _____

30. К основным видам финансовой отчётности организации не относятся:

- а) отчёт о прибылях и убытках;
- б) балансовый отчёт (бухгалтерский баланс);
- в) отчёт о движении денежных средств (кассовый отчёт);
- г) отчёт о технико-экономических параметрах организации.

Ваш выбор. _____

31. В разделе II «Расходы и отчисления» годового финансового плана отражаются:

- а) долгосрочные инвестиции в основные средства;
- б) затраты на производство и реализацию продукции;
- в) погашение долгосрочных ссуд и процентов по ним;
- г) отчисления в фонд накопления, фонд потребления, резервный фонд, на благотворительные цели; свободная прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия; свободная амортизация, имеющаяся в распоряжении предприятия; прочие расходы; итого расходов и отчислений; превышение доходов над расходами (+) или расходов над доходами (-).

Ваш выбор. _____

32. В разделе I «Доходы и поступления средств» годового финансового плана отражаются:

- а) Прибыль от реализации продукции, работ, услуг. Прибыль от прочей реализации (основных средств, других активов). Планируемые внереализационные доходы;
- б) выручка от реализации;
- в) поступления дебиторской задолженности;
- г) краткосрочные кредиты и займы.

Ваш выбор. _____

33. Финансовый план включать в себя разделы:

- а) таблица доходов и расходов. Прогноз объёмов выручки. Прогноз баланса активов и пассивов. Расчёт точки безубыточности. Прогноз притока и оттока денежных средств. Инвестиционный, кредитный и валютный планы;
- б) прогноз прибыли и убытков;
- в) распределение денежных потоков;

г) проект баланса.

Ваш выбор. _____

34. В финансовом плане должны быть основные плановые документы:

- а) план продаж;
- б) план производства;
- в) план прибылей и убытков;
- г) инвестиционный план;
- д) план балансов;
- е) план денежных потоков;
- ж) все ответы верны.

Ваш выбор. _____

Ответы на тренинг (тест) раздела «Финансовый план»: 1–г); 2–г) 3–б); 4–б); 5–б); 6–б); 7–б); 8–а); 9–а); 10–а); 11–в); 12–в); 13–в); 14–а); 15–б); 16–а)→б)→в)→г); 17–а); 18–в); 19–б); 20–а); 21–а); 22–б); 23–г); 24–в); 25–в); 26–а); 27–в); 28–в); 29–в); 30–г); 31–г); 32–а); 33–а); 34–ж).

Раздел «Экономические показатели бизнес-плана»

1. Прибыльность производственной деятельности отражается в плановом документе:

- а) в плане продаж;
- б) в плане производства;
- в) в плане прибылей и убытков;
- г) в инвестиционном плане.

Ваш выбор. _____

2. Дайте определение понятию «рентабельность инвестиций»:

- а) показатель эффективности затрат предприятия;
- б) суммарный дисконтированный экономический эффект, достигаемый к концу горизонта;
- в) характеризует экономическую эффективность инвестиций, вложенных в проект, определяется как экономический эффект, получаемый предприятием в результате реализации инвестиционного проекта;
- г) объем инвестиций, вложенных в проект по, отношению к затратам на амортизацию.

Ваш выбор. _____

3. Последовательный процесс, в рамках которого формируется, разрабатывается, осуществляется и оценивается проект:

- а) инвестиционная деятельность;

- б) проектный цикл;
- в) схема инвестиционного анализа;
- г) инвестиционный проект.

Ваш выбор. _____

4. Какая стадия нарушает классическую схему анализа инвестиционного проекта:

- а) экологический анализ;
- б) финансовый анализ;
- в) коммерческий анализ;
- г) экономический анализ.

Ваш выбор. _____

5. Инвестиционный закон:

- а) объём предложения товара увеличивается при росте цены и уменьшается при её снижении;
- б) функция предложения определяет предложение в зависимости от влияющих на него различных факторов;
- в) сегодня рубль дороже, чем завтра;
- г) доля кредиторской задолженности в капитале фирмы должна составлять не менее 60%.

Ваш выбор. _____

6. Индекс рентабельности (PI) – это:

- а) элементарный критерий, определяемый как ожидаемый приток денежных средств;
- б) элементарный критерий, определяемый как дисконтирование денежного потока;
- в) элементарный критерий, определяемый как доход на единицу издержек;
- г) коэффициент, определяемый как разница дохода и расхода.

Ваш выбор. _____

7. Оцениваемый проект капиталовложений тем предпочтительней, чем:

- а) индекс рентабельности (PI) выше;
- б) индекс рентабельности (PI) ниже;
- в) зависит от прочих условий;
- г) по нему сложно судить по привлекательности проекта.

Ваш выбор. _____

8. Если при оценке альтернативных проектов по нескольким критериям получаются разные результаты, то предпочтителен проект, определенный

по критерию:

- а) чистый приведенный эффект;
- б) внутренняя доходность;
- в) индекс рентабельности;
- г) чистый приведенный доход.

Ваш выбор. _____

9. Проект может быть принят к рассмотрению, если чистый приведенный доход (NPV) будет:

- а) $NPV > 0$;
- б) $NPV < 0$;
- в) $NPV = 0$;
- г) не играет роли.

Ваш выбор. _____

10. Влияние налогов:

а) могут оказывать существенное воздействие на оценку денежных потоков;

б) могут стать определяющим фактором в вопросе, состоится проект или нет;

в) не оказывают никакого влияние;

г) возможны ответы а) и б).

Ваш выбор. _____

11. При оценке эффективности инвестиций применяют метод дисконтирования:

а) чтобы учесть стоимость альтернативных вложений и риски;

б) чтобы устранить различия в стоимости денег;

в) чтобы определить текущую стоимость чистых поступлений и инвестиционных затрат;

г) все ответы верны.

Ваш выбор. _____

12. Для расчёта интегральных показателей эффективности инвестиций необходимы исходные данные:

а) чистая прибыль и затраты на все виды деятельности;

б) инвестиционные затраты и чистые поступления от инвестиционной и операционной деятельности;

в) Кэш-фло от операционной, инвестиционной и финансовой деятельности;

г) доходы от операционной деятельности.

Ваш выбор. _____

13. Основными показателями оценки деятельности предприятия являются:

- а) соблюдение финансовой дисциплины;
- б) успешное решение социальной программы;
- в) увеличение выпуска продукции для населения, снижение себестоимости продукции, увеличение прибыли и рентабельности производства;
- г) выполнение обязательств перед поставщиками.

Ваш выбор. _____

14. Основной недостаток статических методов оценки эффективности инвестиционных проектов:

- а) сложен в математических расчётах;
- б) не учитывает фактора времени;
- в) для оценки сложно найти информацию;
- г) учитывает фактор времени.

Ваш выбор. _____

15. Оценка ликвидности проводится по данным:

- а) бухгалтерского баланса;
- б) отчёта о движении денежных средств;
- в) отчёта о прибылях и убытках;
- г) отчёта об изменениях капитала.

Ваш выбор. _____

16. Какой путь развития преобладает на предприятии, если темпы роста фондоотдачи превышают темпы роста фондовооруженности:

- а) интенсивный;
- б) смешанный;
- в) экстенсивный;
- г) неопределенный.

Ваш выбор. _____

17. Для анализа движения основных производственных средств используются коэффициенты:

- а) износа;
- б) фондовооруженности;
- в) обновления и выбытия;
- г) фондоотдачи и фондоемкости.

Ваш выбор. _____

18. К дисконтированным методам оценки эффективности инвестицион-

ных проектов не относятся:

- а) чистый приведенный эффект;
- б) внутренняя норма прибыли;
- в) индекс рентабельности инвестиций;
- г) норма прибыли инвестиционного проекта.

Ваш выбор. _____

19. Валовая прибыль – это:

- а) прибыль от обычной деятельности;
- б) прибыль до налогообложения;
- в) разница между выручкой от продажи товаров (продукции, работ, услуг) и себестоимостью реализованной продукции;
- г) разница между выручкой от продажи товаров (продукции, работ, услуг) и косвенными затратами.

Ваш выбор. _____

20. Чистая прибыль – это:

- а) нераспределенная прибыль;
- б) валовая прибыль;
- в) прибыль до налогообложения;
- г) прибыль от продаж.

Ваш выбор. _____

21. Принцип самокупаемости означает:

- а) превышение прибыли над затратами;
- б) покрытие затрат на основе их планирования и нормирования;
- в) получение финансовых ресурсов из внешних источников;
- г) максимальное увеличение прибыли при минимальных затратах.

Ваш выбор. _____

22. На изменение величины валовой прибыли влияют факторы:

- а) изменение выручки и прямых затрат;
- б) выручки и всех затрат;
- в) прямых и условно-постоянных затрат;
- г) прямых и условно-переменных затрат.

Ваш выбор. _____

23. Дайте определение чистой текущей стоимости (*NPV*):

- а) суммарный дисконтированный экономический эффект данного инвестиционного проекта, достигаемый к концу горизонта планирования, в сравнении с альтернативой;
- б) отношение суммарной чистой прибыли и суммарной начисленной

амортизации к суммарным инвестициям;

в) отношение годовой суммы выручки к накопленным к периоду t инвестициям;

г) величина снижения выручки от реализации, которое предприятие может выдержать, не допуская убытков.

Ваш выбор. _____

24. Дисконтирование – это:

а) расширение сфер деятельности выпускаемой продукции;

б) метод приведения будущих затрат к расчётному или текущему периоду с учётом ставки дисконта;

в) метод анализа, разложение на составные части сложных задач, процедур и т.д.;

г) подход, заключающийся в регламентации функции, прав, обязанностей и т.д.

Ваш выбор. _____

25. Экономическая эффективность – это:

а) отношение затрат к общему результату производства;

б) отношение результата к затратам;

в) отношение капитальных вложений к приросту затрат;

г) отношение изменения объема производства к стоимости основных фондов.

Ваш выбор. _____

26. Экономический смысл индекса прибыльности (PI):

а) это прибыль на единицу прямых и накладных затрат;

б) это доля прибыли в объёме продаж;

в) это доля прибыли на единицу инвестиционных затрат;

г) все ответы верны.

Ваш выбор. _____

27. По показателю внутренней нормы рентабельности (IRR) можно определить:

а) ставку дисконтирования, при которой уравнивается стоимость чистых поступлений и инвестиционных затрат;

б) ставку дисконтирования, которая уравнивает цену капитала;

в) ставку дисконтирования, при которой чистый приведенный доход равен нулю;

г) ставку дисконтирования, при которой чистый приведенный доход больше нуля.

Ваш выбор. _____

28. Коэффициент, который используется при приведении будущих денежных потоков к сегодняшней стоимости называется:

- а) коэффициент приведения;
- б) ставка сравнения;
- в) коэффициент капитализации;
- г) коэффициент дисконтирования.

Ваш выбор. _____

29. При уменьшении горизонта расчёта проекта, интегральные показатели изменятся в сторону:

- а) увеличения;
- б) уменьшения;
- в) останутся на прежнем уровне;
- г) ответ не однозначен.

Ваш выбор. _____

30. Цель анализа чувствительности проекта:

- а) определение количества продаж при, котором затраты полностью будут покрываться доходами предприятия;
- б) определение критических границ изменения различных внешних и внутренних факторов;
- в) определения рисков;
- г) определить «запас прочности» проекта.

Ваш выбор. _____

31. На интегральные показатели проекта наибольшее влияние оказывает фактор:

- а) налоги;
- б) инфляция;
- в) размер инвестиционных затрат;
- г) задержки платежей.

Ваш выбор. _____

32. Показатель, используемый при оценке эффективности инвестиционных проектов, который дает возможность судить о предельной ставке, по которой может финансироваться проект:

- а) срок окупаемости;
- б) индекс рентабельности;
- в) внутренняя норма доходности;
- г) чистый приведенный доход.

Ваш выбор. _____

33. Определение экономической эффективности инвестиционного проекта заключается в:

а) расчётах показателей финансовой и экономической состоятельности проекта;

б) проведении окончательного технико-экономического обоснования (ТЭО) проекта;

в) экономической оценке соответствия технико-технологических, маркетинговых и других решений, принятых в проекте, требованиям инвестора по доходности инвестиций;

г) обеспечении доходности проекта в будущем.

Ваш выбор. _____

34. Какой показатель эффективности инвестиций не учитывает влияние фактора времени:

а) чистый приведенный доход;

б) индекс доходности;

в) внутренняя норма доходности;

г) коэффициент эффективности инвестиций.

Ваш выбор: _____

Ответы на тренинг (тест) раздела «Экономические показатели бизнес-плана»: 1–в); 2–в); 3–в); 4–а); 5–б); 6–в); 7–г); 8–в); 9–а); 10–г); 11–в); 12–а); 13–в); 14–б); 15–а); 16–а); 17–в); 18–г); 19–в); 20–а); 21–б); 22–б); 23–а); 24–б); 25–б); 26–в); 27–в); 28–г); 29–а); 30–г); 31–в); 32–в); 33–в); 34–б).

Задачи по разделу «Экономические показатели бизнес-плана»

1. 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.:

а) 0,068;

б) 0,098;

в) 0,171; ↻

г) 0,250.

Ваш выбор. _____

2. 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

12 000 руб. Анализ движения основных фондов показал, что коэффициент обновления составил:

- а) 0,3;
- б) 0,34;
- в) 0,4;
- г) 0,5.

Ваш выбор. _____

3. 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:

- а) выручка снизилась на 294 тыс. руб.;
- б) выручка увеличилась на 1219 тыс. руб.;
- в) выручка увеличилась на 294 тыс. руб.;
- г) выручка увеличилась на 456 тыс. руб.;

Ваш выбор. _____

4. 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:

- а) 13 400;
- б) 16 200;
- в) 19 000;
- г) 25 000.

Ваш выбор. _____

5. 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:

- а) 5 лет;
- б) 0,2 года;
- в) 0,5 года;
- г) 2 года.

Ваш выбор. _____

5. Городской мясокомбинат планирует приобрести еще один холодильник, для чего сначала необходимо подготовить соответствующее помещение. Такая подготовка займет несколько месяцев и будет рассматриваться

как прединвестиционные затраты в году 0. Сама же холодильная камера будет приобретена в конце первого года и будет затем эксплуатироваться в течение трех лет.

Как оценить этот инвестиционный проект, если подготовительные затраты составят 5 млн. руб., стоимость самой камеры – 30 млн. руб., денежные поступления в году 2, 3 и 4, соответственно, 12, 15 и 20 млн. руб., а требуемый уровень рентабельности (коэффициент дисконтирования) – 10 %. Рассчитайте *NPV*.

Решение: _____

(Ответ:)

6. АО планирует осуществление инвестиционного проекта, предполагающего ежегодные вложения по 100 млн. руб. в течение трех лет, после чего – в начале четвертого года – новый объект можно начать использовать. По расчётам, это обеспечит АО получение чистого дохода (после уплаты налогов) в размере 100 млн. руб. ежегодно на протяжении пяти лет. Ставка дисконтирования в АО принята на уровне 10 % в год.

Определите дисконтированный срок окупаемости инвестиционного проекта применительно к дате сдачи нового объекта в эксплуатацию.

Решение: _____

(Ответ:)

7. Рассчитайте средневзвешенную цену капитала (WACC) компании В, используя структуру ее источников, представленных в таблице.

Источник средств	Доля в общей сумме источников, %	Цена, %
Акционерный капитал	80	12,0
Долгосрочные обязательства (кредиты банка)	20	18,0

Как изменится значение показателя WACC, если доля акционерного капитала снизится до 60 %?

Решение: _____

(Ответ:)

8. По приведенным данным рассчитать запас финансовой прочности, маржинальную прибыль, операционный рычаг и прибыль от продаж.

Определить, как повлияет на перечисленные показатели в предстоящем периоде предполагаемое изменение:

- а) количества продукции;
- б) переменных расходов на единицу продукции;
- в) постоянных расходов;
- г) цены на реализуемую продукцию

Исходные данные:

Показатель	Факт	Предполагаемое изменение, %
Количество проданной продукции, шт.	75 000	10
Общая величина постоянных расходов, тыс.руб.	20 000	5
Переменные расходы на единицу продукции, тыс.руб.	0,6	8
Цена за единицу продукции, тыс.руб.	1,0	6

Решение: _____

(Ответ:)

9. Рассчитать точку безубыточности, если фактическая выручка 4500 тыс. руб., маржинальная прибыль 900 тыс. руб., постоянные расходы 475 тыс. руб. Какое изменение критического объема продаж произойдет в связи с ростом цен на реализуемую продукцию на 10%, ростом переменных расходов на единицу продукции 8%, ростом постоянных расходов на 12%?

Решение: _____

(Ответ:)

10. Компания реализовала 90 тыс.ед. продукции по цене 1200 руб. за ед. Переменные расходы на единицу продукции 800 руб., общая сумма постоянных расходов 30 млн. руб.

Исследование рынка сбыта продукции позволяет планировать увеличение объема продаж на 5%.

Инфляционные процессы в предстоящем периоде приведет к удорожанию переменных расходов на 6%, постоянных на 10%. Какой уровень цены реализации позволит компенсировать негативный инфляционный эффект и увеличить прибыль на 8%?

Решение: _____

(Ответ:)

11. По приведенным данным рассчитать критический объем продаж продукции (в количественном и стоимостном выражении) для достижения порога рентабельности. Определить, как повлияет на эти показатели в предстоящем периоде предполагаемое изменение:

- а) количества продукции;
- б) переменных расходов на единицу продукции;
- в) постоянных расходов;
- г) цены на реализуемую продукцию.

Исходные данные:

Показатель	Факт	Предполагаемое изменение, %
Количество проданной продукции, шт.	55 000	10
Общая величина постоянных расходов, тыс. руб.	2000	5
Переменные расходы на единицу продукции, тыс. руб.	0,15	8
Цена за единицу продукции, тыс. руб.	0,2	6

Решение: _____

(Ответ:)

12. Определите точку безубыточности аналитическим методом, если объем реализации в натуральном выражении составляет 100 шт. изделий, цена одного изделия 500 руб., доля переменных производственных расходов в себестоимости 20 %, сумма постоянных затрат 120 тыс. руб.

Решение: _____

(Ответ:)

13. Определите силу операционного рычага и рассчитайте прогнозное значение суммы прибыли от продаж при планируемом росте выручки на 20 %, если отчетная выручка составила 120 тыс. руб., постоянные расходы – 40 тыс. руб., отношение переменных расходов к выручке от продаж – 0,5.

Решение: _____

(Ответ:)

14. 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.:

- а) 400 тыс. руб.;

б) 600 тыс. руб.;

в) 800 тыс. руб.;

г) 900 тыс. руб.

Ваш выбор. _____

15. К финансовым показателям оценки инвестиционной привлекательности предприятий, характеризующим оборачиваемость активов, относятся:

а) продолжительность оборота текущих активов;

б) прибыльность текущих активов;

в) коэффициент оборачиваемости активов;

г) продолжительность оборота используемых активов;

д) коэффициент ликвидности.

Ваш выбор: _____

Раздел «Оценка рисков в бизнес-плане»

1. Риски можно спрогнозировать по плановому документу:

а) по плану прибылей и убытков;

б) по плану балансов;

в) по плану денежных потоков;

г) все ответы верны.

Ваш выбор. _____

2. Риск – это:

а) вероятность того, что произойдет какое-нибудь неблагоприятное событие;

б) опасность, незащищенность от потерь или ущерба;

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

г) все ответы верны.

Ваш выбор. _____

3. К внутренним рискам предприятия относят:

а) финансовые риски, связанные с покупательной способностью денег;

б) инфляционные и дефляционные риски;

в) риск усиления конкуренции;

г) инвестиционные риски.

Ваш выбор. _____

4. Предпринимательский риск – это:

- а) это риск потери ресурсов, не допущения доходов;
- б) ситуация, когда вероятность наступления неизвестных событий заранее оценить невозможно;
- в) ситуация, когда неясно возникнет ли вообще риск;
- г) когда венчурное предпринимательство.

Ваш выбор. _____

5. По сфере возникновения риски бывают:

- а) внешние и внутренние;
- б) оправданные и неоправданные;
- в) кратковременные и постоянные;
- г) переходящие и временные.

Ваш выбор. _____

6. Способы снижения предпринимательских рисков:

- а) диверсификация, страхование, хеджирование;
- б) лицензирование, покрытие непредвиденных расходов, хеджирование;
- в) франчайзинг, страхование, хеджирование;
- г) все ответы верны.

Ваш выбор. _____

7. Угрозы, возникающие при недостаточной защите предпринимательской тайны:

- а) внутренние, внешние;
- б) по отношению к потребителям;
- в) по отношению к конкурентам;
- г) по отношению ко всем.

Ваш выбор. _____

8. По длительности во времени риски бывают:

- а) внешние и внутренние;
- б) оправданные и неоправданные;
- в) кратковременные и постоянные;
- г) сильные и слабые.

Ваш выбор. _____

9. Способы оценки риска:

- а) статистический, экспертный, расчётно-аналитический;
- б) монографический, аналитический, экономико-математический;
- в) метод цепных подстановок, экспертный, метод сравнения;
- г) моделирования.

Ваш выбор. _____

10. Защитная функция риска состоит в:

- а) анализе всех факторов и условий осуществления успешной предпринимательской деятельности;
- б) воздействии на предпринимателей в процессе принятия ими решений на всех стадиях жизненного цикла предприятия;
- в) разработке обоснованного бизнес-плана;
- г) разработке перспективной «бизнес-идеи».

Ваш выбор. _____

11. По степени правомерности выделяют следующие риски:

- а) внешние и внутренние;
- б) оправданные и неоправданные;
- в) кратковременные и постоянные;
- г) большие и малые.

Ваш выбор. _____

12. Зона допустимого риска – это область:

- а) потерь, которые по своей величине превосходят критический уровень и в пределе могут достигать величины, равной имущественному состоянию предпринимателя;
- б) характеризуемая возможностью потерь в размере свыше величины ожидаемой прибыли;
- в) в пределах которой данный вид предпринимательства сохраняет свою экономическую целесообразность;
- г) недопущения банкротства.

Ваш выбор. _____

13. Регулятивная функция риска заключается в:

- а) регулятивная функция риска носит противоречивый характер и выступает в двух формах: конструктивной и деструктивной.

Конструктивная форма регулятивной функции риска проявляется в выполнении роли своеобразного катализатора с его активностью, устремленностью к прогрессу, поиску новаторских решений. Это наглядно проявляется на примере венчурного капитала и деятельности инновационных банков.

Деструктивная форма регулятивной функции риска связана с принятием и реализацией решений с необоснованным риском, с волюнтаризмом и авантюризмом;

- б) воздействии на предпринимателей в процессе принятия ими решений на всех стадиях жизненного цикла предприятия;
- в) разработке обоснованного бизнес-плана;

г) обосновании правильности стратегии.

Ваш выбор. _____

14. По возможности страхования риски бывают:

- а) страхуемые и не страхуемые;
- б) оправданные и неоправданные;
- в) кратковременные и постоянные;
- г) большие и малые.

Ваш выбор. _____

15. Зона катастрофического риска – это область:

- а) область, в которой потери превосходят критический уровень и в максимуме могут достигнуть величины, равной имущественному состоянию предпринимателя;
- б) характеризуемая возможностью потерь в размере свыше величины ожидаемой прибыли;
- в) в пределах которой данный вид предпринимательства сохраняет свою экономическую целесообразность;
- г) потеря бизнеса.

Ваш выбор. _____

16. Для банковских учреждений особо характерен вид риска:

- а) кредитный;
- б) венчурный;
- в) ретроспективный;
- г) потенциальный.

Ваш выбор. _____

17. Рисковая декларация – это:

- а) объявление о том, что риски угрожают предприятию;
- б) документ о возможных рисках и параметрах их предотвращения;
- в) объявление о том, что риски не угрожают предприятию;
- г) все ответы верны.

Ваш выбор. _____

18. Элементы оценки и анализа рисков:

- а) среднеквадратическое отклонение и дисперсия;
- б) вероятность наступления рискового события;
- в) максимально возможный ущерб;
- г) коэффициент риска.

Ваш выбор. _____

19. Характеристики риска:

- а) вероятность;
- б) максимально возможный ущерб;
- в) максимально возможная прибыль;
- г) нет правильного ответа.

Ваш выбор. _____

20. Цели мониторинга рисков:

- а) повышение эффективности управления рисками на основе накопления и анализа опыта;
- б) рост объёмов продаж;
- в) покрытие затрат;
- г) легализация теневых доходов.

Ваш выбор. _____

21. Стратегия диверсификации риска выражается в:

- а) ограничении размера сделок;
- б) в отказе от сомнительных сделок;
- в) создание внутренних резервов;
- г) в заключении обязательств о распределении расходов при неудачных последствиях сделки между всеми её участниками на основе компромисса интересов.

Ваш выбор. _____

22. Риска – это:

- а) осознание того, что риск велик и отказ от мероприятий по его предотвращению;
- б) осознание, что риск не наступит;
- в) риск от лат. *resēcō* – «отсекать», «сокращать» или др.-греч. *ρίζικόν* – «опасность») – сочетание вероятности и последствий наступления неблагоприятных событий;
- г) нет правильного ответа.

Ваш выбор. _____

23. Избежание риска – это:

- а) разработка стратегий по формированию имиджа компании;
- б) консультации в области управления связями с общественностью;
- в) система формирования инфраструктуры компании;
- г) метод, который заключается в разработке таких мероприятий, которые полностью исключают конкретный вид риска.

Ваш выбор. _____

24. Что лежит в основе определения величины риска:

- а) доля рынка и анализ конкурентов;
- б) вероятность риска и максимально возможный ущерб;
- в) дебиторская задолженность и коэффициент ликвидности;
- г) кредиторская задолженность и коэффициент финансовой устойчивости.

Ваш выбор. _____

25. Установите правильную последовательность оценки и анализа рисков:

- а) сбор информации о прошедшем рисковом событии, разработка плана маркетинга;
- б) исследование рынка поставщиков, определение количества резервов;
- в) мониторинг риска, уточнение информации, выбор методов оценки, экспертиза/расчёты, подготовка итогового документа;
- г) принятие решений по вопросам управления риском, формирование банка данных.

Ваш выбор. _____

26. В словаре Ожегова С.И. «риск» определяется как:

- а) вероятность возникновения убытков или не допущения доходов по сравнению с прогнозируемым вариантом;
- б) вероятность (угрозу) потери предприятием части своих ресурсов, не допущения доходов или появления дополнительных расходов в результате осуществления определенной производственной и финансовой деятельности;
- в) опасность, возможность убытка или ущерба;
- г) «возможность опасности» или как «действие наудачу в надежде на счастливый исход».

Ваш выбор. _____

27. Одним из основных источников риска является:

- а) неопределенный характер научно-технического прогресса;
- б) наличие противоборствующих тенденций, столкновение противоречивых интересов;
- в) полнота, достаточность информации;
- г) вероятностный характер свершения событий.

Ваш выбор. _____

28. Одним из основных источников риска является:

- а) случайность;
- б) непредсказуемость, спонтанность природных процессов и явлений;
- в) отсутствие необходимой информации;
- г) характер лица принимающего решение.

Ваш выбор. _____

29. По времени возникновения риски распределяются на:

- а) текущие;
- б) финансовые;
- в) политические;
- г) внешние.

Ваш выбор. _____

30. По времени возникновения риски распределяются на:

- а) коммерческие;
- б) ретроспективные;
- в) спекулятивные;
- г) внутренние;
- д) экономические.

Ваш выбор. _____

31. По факторам возникновения риски подразделяются на:

- а) текущие;
- б) политические;
- в) внешние;
- г) чистые.

Ваш выбор. _____

32. По характеру учёта риска делятся на:

- а) текущие;
- б) финансовые;
- в) внешние;
- г) чистые.

Ваш выбор. _____

33. По характеру последствий риски подразделяются на:

- а) текущие;
- б) политические;
- в) внешние;
- г) чистые.

Ваш выбор. _____

34. Наибольший уровень финансового риска возникает при условии, что:

- а) доля собственного капитала в общей его величине значительно превышает долю заёмного капитала;
- б) доля собственного капитала значительно меньше доли заёмного ка-

питала в общей величине капитала;

- в) величина собственного капитала равна величине заёмного капитала;
- г) организация обходится без заёмного капитала.

Ваш выбор. _____

35. В оценку внутренних факторов, сопровождающих инвестиционный проект на стадии анализа рисков, не входит:

- а) анализ трудовых ресурсов;
- б) анализ организационной структуры;
- в) анализ возможностей инвестиционного менеджмента;
- г) финансовый анализ.

Ваш выбор. _____

Ответы на тренинг (тест) раздела «Оценка рисков в бизнес-плане»:

1–б); 2–г); 3–г); 4–а); 5–а); 6–а); 7–г); 8–в); 9–а); 10–а); 11–б); 12–в); 13–а); 14–а); 15–а); 16–а); 17–б); 18–б); 19–а); 20–а); 21–г); 22–в); 23–г); 24–б); 25–в); 26–г); 27–г); 28–б); 29–а); 30–б); 31–б); 32–в); 33–г); 34–б); 35–б).

Тренинг (тест) по теме «Риски предпринимательства»

1. Риск – это:

- а) неопределенность;
- б) ситуация в результате которой юридическое или физическое лицо выигрывает (получает прибыль);
- в) возможность наступления какого либо неблагоприятного или благоприятного события;
- г) вероятность банкротства.

Ответ. _____

2. Неопределенность – это:

- а) «действие на удачу»;
- б) неполнота или неточность информации;
- в) некачественный анализ исходной информации;
- г) нет правильного ответа.

Ответ. _____

3. К основным видам анализа рисков относят:

- а) анализ рисков проекта разделяется на имитационное моделирование и количественный вид анализа;
- б) анализ рисков проекта разделяется на качественный (описательный) и количественный вид анализа;
- в) анализ рисков проекта разделяется на анализ чувствительности и количественный вид анализа;

г) анализ рисков проекта разделяется на анализ сценариев и количественный вид анализа.

Ответ. _____

4. Основные мероприятия по минимизации проектных рисков:

а) страхование рисков, диверсификация рисков, отчисления на непредвиденные обстоятельства;

б) страхование рисков, количественный анализ рисков, отчисления на непредвиденные обстоятельства;

в) страхование рисков, диверсификация (распределение) рисков, качественный анализ рисков;

г) анализ чувствительности проекта, диверсификация (распределение) рисков, отчисления на непредвиденные обстоятельства.

Ответ. _____

5. Может ли быть абсолютно безрисковый бизнес:

а) да, безусловно.

б) возможно по ситуации.

в) нельзя, учитывая все факторы бизнеса.

г) это зависит от дальновидности менеджера.

Ответ. _____

6. К источникам не систематического инвестиционного риска следует отнести:

а) инфляцию;

б) экономический спад;

в) высокую ставку процента ЦБ РФ;

г) неудачную программу маркетинга компании.

Ответ. _____

7. Источниками рисков является:

а) вся окружающая реальность.

б) условия и факторы, представляющие некоторую угрозу.

в) наши не обдуманные действия.

г) экономическая деятельность людей.

Ответ. _____

8. Политический риск связан:

а) с введением моратория на внешние платежи на определенный срок ввиду наступления чрезвычайных обстоятельств (забастовка, война и т.п.);

б) с неблагоприятным изменением налогового законодательства;

в) с ограничением конверсии национальной валюты в валюту платежа;

г) с возможностью потерь при реализации товаров вследствие изменения оценки их качества и потребительской стоимости.

Ответ. _____

9. Метод, направленный на снижение риска путем превращения случайных убытков в относительно небольшие постоянные издержки – это:

- а) лимитирование;
- б) объединение риска;
- в) распределение риска;
- г) резервирование.

Ответ. _____

10. Основной задачей предпринимателя в сфере управления риском можно считать:

- а) определение максимально возможного объема убытка в случае наступления рискованного события в процессе реализации проекта;
- б) обеспечение оптимального для данного проекта сочетания риска и дохода;
- в) определение вероятности наступления рискованного события;
- г) определение ожидаемого дохода от реализации проекта.

Ответ. _____

11. К спекулятивным рискам относят:

- а) транспортный риск;
- б) риск стихийных бедствий;
- в) инвестиционный риск;
- г) политический риск.

Ответ. _____

12. Разница между риском и неопределенностью заключается в знании лицом, принимающим решение, вероятности наступления определенных событий:

- а) утверждение верно;
- б) утверждение неверно;
- в) нет разницы между риском и неопределенностью;
- г) ситуации риска и неопределенности никак не связаны между собой.

Ответ. _____

13. Эффективность риск-менеджмента определяется:

- а) как соотношение эффекта управления и затрат.
- б) как соотношение усилий руководства и доходов.
- в) как соотношение налогов и льгот.
- г) как соотношение прибыли и налогов.

Ответ. _____

14. К мероприятиям, способствующим снижению налогового риска организации, следует отнести:

- а) организацию работы по учету налоговых рисков при принятии управленческих решений;
- б) работу с контрагентами;
- в) систематическую работу с налоговыми органами;
- г) все ответы верны.

Ответ. _____

15. К методам снижения степени риска нельзя отнести:

- а) диверсификацию;
- б) лимитирование;
- в) страхование;
- г) избежание.

Ответ. _____

16. К источникам систематического инвестиционного риска нельзя отнести:

- а) экономический спад;
- б) инфляцию;
- в) потерю компанией крупного контракта;
- г) высокую ставку процента.

Ответ. _____

17. Портфель, состоящий из инвестиций с наивысшим доходом для данной степени риска или наименьшим уровнем риска для данного ожидаемого дохода, называется:

- а) оптимальным;
- б) консервативным;
- в) доходным;
- г) эффективным.

Ответ. _____

18. Какой методологический подход лежит в основе аксиоматики риск-менеджмента?

- а) системный;
- б) конкретно-фактический;
- в) процессный;
- г) позитивистский.

Ответ. _____

19. К внешним методам снижения риска инвестиционного портфеля относят:

- а) избежание риска;
- б) получение дополнительной информации о предмете сделки;
- в) диверсификация инвестиционного портфеля;
- г) страхование.

Ответ. _____

20. Субъектом управления в системе риск-менеджмента является:

- а) риск;
- б) рисковые вложения капитала;
- в) менеджер по риску;
- г) отношения между конкурентами.

Ответ. _____

21. К методам ограничения финансовых рисков следует отнести:

- а) хеджирование;
- б) страхование;
- в) резервирование;
- г) все ответы верны.

Ответ. _____

22. Всегда ли в управленческой деятельности присутствует возможность рискованных ситуаций?

- а) это зависит от умения управлять;
- б) да, всегда присутствует;
- в) нет, управление должно быть безрисковым;
- г) в зависимости от управленческой ситуации.

Ответ. _____

23. Локальный риск – это:

- а) риск на уровне отдельной фирмы, компании, объединения их структурных звеньев;
- б) риск, связанный спецификой отрасли;
- в) риски на фондовом рынке;
- г) форс-мажорные риски.

Ответ. _____

24. Внутренний риск – это:

- а) риск на уровне отдельной фирмы, компании, объединения их структурных звеньев;
- б) риск, связанный спецификой отрасли;
- в) риски на фондовом рынке;

г) риски, связанные с видами предприятия, объединения: производственные риски, риск маркетинга, финансовый риск, страховой риск.

Ответ. _____

25. Одной из основных функций риска является:

- а) компенсирующая;
- б) аналитическая;
- в) защитная;
- г) распределительная.

Ответ. _____

26. Риск, связанный с опасностью потерь в размере ожидаемой прибыли предприятия – это:

- а) критический;
- б) допустимый;
- в) постоянный;
- г) катастрофический.

Ответ. _____

27. Определение возможных видов риска и факторов, влияющих на уровень риска – это главная задача:

- а) качественного анализа;
- б) количественного анализа;
- в) комплексного анализа;
- г) экономического анализа.

Ответ. _____

28. В риск-менеджменте действуют группы законов управления рисками:

- а) общие;
- б) частные;
- в) специальные;
- г) все вместе, но в разной степени.

Ответ. _____

29. Уклонение от мероприятия, связанного с риском – это:

- а) его удержание;
- б) принятие без финансирования;
- в) избежание риска;
- г) его компенсация.

Ответ. _____

30. Механизм уменьшения риска финансовых потерь – это:

- а) лимитирование;
- б) хеджирование;
- в) страхование;
- г) диверсификация.

Ответ. _____

31. Риск является:

- а) объективно неизбежным элементом любого хозяйственного решения;
- б) характерной чертой рыночного хозяйства;
- в) повседневным результатом предпринимательской деятельности;
- г) обязательным элементом рыночной экономики.

Ответ. _____

32. В зоне рискованных ситуаций необходимо:

- а) не предпринимать ни каких действий;
- б) положиться на волю случая;
- в) просчитать все возможные последствия принятия риска;
- г) по возможности совсем отказаться от риска.

Ответ. _____

33. Наиболее эффективным методом противодействия финансовым рискам:

- а) их профилактика;
- б) компенсация возможных потерь;
- в) полный отказ от рискованных ситуаций;
- г) оценка рисков.

Ответ. _____

34. Данные риски связаны с потерями при реализации ценных бумаг из-за изменений их качества и потребительской стоимости:

- а) инвестиционные;
- б) биржевые;
- в) валютные;
- г) риски ликвидности.

Ответ. _____

35. Производственный риск обуславливается:

- а) неблагоприятным изменением закупочных цен;
- б) задержкой платежей за отгруженную продукцию;
- в) поломками оборудования и потерями рабочего времени;
- г) невыходом работников (прогулы, забастовка и т.п.).

Ответ. _____

36. Имущественный риск – это потери из-за:

- а) краж, пожаров, диверсии;
- б) изменения курсов ценных бумаг, роста издержек обращения;
- в) утечки деловой информации к конкурентам;
- г) потеря товаров в пути.

Ответ. _____

37. Финансовый риск возникает из-за:

- а) неплатежеспособность партнеров, изменения валютных курсов и курсов ценных бумаг;
- б) некомпетентности сотрудников, низкой их мотивации, задержки платежей партнеров;
- в) неблагоприятного изменения цен, объёмов продаж;
- г) снижением спроса.

Ответ. _____

38. Риск называется критическим, если:

- а) возникает угроза банкротства;
- б) если утечка деловой информации к конкурентам грозит потерей прибыли;
- в) выручка от продаж не покрывает издержек и возникают убытки;
- г) доходы и расходы равны между собой.

Ответ. _____

39. Метод уклонения от риска означает:

- а) создание венчурного предприятия, принимающего на себя весь риск;
- б) диверсификация деятельности, при которой убыточность одного направления компенсируется доходностью другого;
- в) отказ от деятельности, содержащей риск выше привычного уровня;
- г) страхование имущества.

Ответ. _____

40. Метод локализации риска состоит в:

- а) передаче риска за определенную плату страховой компании;
- б) распределении риска между участниками проекта;
- в) создании внутренних подразделений предприятия с автономным бюджетом или венчурного предприятия;
- г) создания режима экономии.

Ответ. _____

41. Метод компенсации риска заключается в:

- а) самостраховании через создание внутренних резервов;
- б) диверсификации поставок, сбыта, видов деятельности;

- в) отказе от ненадежных партнеров;
- г) передача долгов коллектору.

Ответ. _____

42. Что можно отнести к факторам риска:

- а) моральный ущерб;
- б) физический ущерб;
- в) срыв поставок;
- г) нехватка стартового капитала.

Ответ. _____

43. Решения, сопряженные с риском – это:

- а) авантюризм;
- б) моральный ущерб;
- в) материальный ущерб;
- г) банкротство.

Ответ. _____

44. Метод используемый для анализа рисков нового проекта:

- а) метод аналогий;
- б) анализ финансовой устойчивости;
- в) метод экспертных оценок;
- г) оценки платежеспособности и финансовой устойчивости.

Ответ. _____

45. Метод, основанный на обобщении мнений специалистов-экспертов о вероятных рисках:

- а) метод аналогий;
- б) анализ финансовой устойчивости;
- в) метод экспертных оценок;
- г) оценки платежеспособности и финансовой устойчивости.

Ответ. _____

46. Источник информации не используемый при экономическом анализе риска:

- а) бухгалтерская отчетность;
- б) исследование бизнес плана;
- в) заработная плата рабочих;
- г) денежные потоки.

Ответ. _____

47. Что можно отнести к экономическим рискам:

- а) риск не возврата денег;

- б) природно-климатический риск;
- в) статистический риск;
- г) ущерб от не эффективной деятельности.

Ответ. _____

48. Метод уменьшения потерь от риска – это:

- а) невыплата заработной платы;
- б) страхование риска;
- в) уклонение от налогов;
- г) все ответы верны.

Ответ. _____

49. Субъективные факторы воздействия на риск:

- а) рыночная конъюнктура;
- б) норма прибыли;
- в) финансовая устойчивость;
- г) процентная ставка.

Ответ. _____

50. Финансовый риск – это:

- а) вероятность потери здоровья, жизни;
- б) вероятность возникновения природно-климатических катаклизмов;
- в) вероятность финансовых потерь;
- г) политические риски.

Ответ. _____

51. К средствам разрешения рисков не относится:

- а) удержание;
- б) избежание;
- в) обработка;
- г) передача.

Ответ. _____

52. К приёмам риск-менеджмента не относится:

- а) хеджирование;
- б) конверсия;
- в) диверсификация;
- г) лимитирование.

Ответ. _____

53. Субъектом управления в системе управления риском является:

- а) руководитель;
- б) внешний управляющий;

- в) финансовый менеджер;
- г) Совет директоров.

Ответ. _____

54. Внешними факторами системы управления риском являются:

- а) макроэкономические факторы;
- б) микроэкономические;
- в) субъекты управления;
- г) зарубежный опыт управления риском.

Ответ. _____

55. Согласно классификации рисков по природе ущерба выделяют следующие виды рисков:

- а) природные риски; технические риски; риски, связанные с человеческим фактором; риски, связанные с экономической активностью; политические риски и социальные риски;
- б) фундаментальный риск и спорадический риск;
- в) внутренние и внешние риски;
- г) первичные и вторичные.

Ответ. _____

56. Согласно классификации рисков по месту появления рисков выделяют следующие виды рисков:

- а) природные риски; технические риски; риски, связанные с человеческим фактором; риски, связанные с экономической активностью; политические риски и социальные риски;
- б) фундаментальный риск и спорадический риск;
- в) внутренние и внешние риски;
- г) первичные и вторичные.

Ответ. _____

57. Согласно классификации рисков по характеру распределения бремени риска выделяют следующие виды рисков:

- а) фундаментальный риск и спорадический риск;
- б) внутренние и внешние риски;
- в) односторонние, двусторонние и многосторонние риски;
- г) проектные риски, риски фирмы, отраслевые риски, общеэкономические риски, глобальные риски.

Ответ. _____

58. В числе прикладных способов оценки риска выделяют:

- а) методический;
- б) практический;

- в) экономический;
- г) расчётно-аналитический.

Ответ. _____

59. К рискам, обусловленным не предвиденными обстоятельствами относятся:

- а) производственные риски;
- б) финансовые риски;
- в) риски, связанные с форс-мажорными обстоятельствами;
- г) технологические риски.

Ответ. _____

60. Риск-менеджмент – это:

- а) система оценки риска;
- б) система управления риском;
- в) концепция выживания в конкретных условиях;
- г) система управления финансовыми отношениями, возникающими в процессе бизнеса.

Ответ. _____

61. К объектам риск-менеджмента относятся:

- а) финансовые ресурсы;
- б) международная политика;
- в) технология процессов управления;
- г) экономические отношения между хозяйствующими субъектами.

Ответ. _____

62. К функциям объекта управления риск-менеджмента относят:

- а) разработка стратегии фирмы;
- б) организация рискованных вложений;
- в) организация процесса страхования рисков;
- г) составление бюджета фирмы.

Ответ. _____

63. В стратегии риск-менеджмента применяются правила:

- а) минимум выигрыша;
- б) оптимальное сочетание выигрыша и величины риска;
- в) максимум выигрыша;
- г) максимум затрат.

Ответ. _____

64. К приёмам снижения риска относятся:

- а) избежание риска;

- б) диверсификация;
- в) самострахование;
- г) лимитирование.

Ответ. _____

65. К функциям субъекта управления риск-менеджмента не относят:

- а) стимулирование;
- б) мотивация;
- в) прогнозирование;
- г) все ответы верны.

Ответ. _____

66. К внутренним рискам предприятия относят:

- а) финансовые риски, связанные с покупательной способностью денег;
- б) инфляционные и дефляционные риски;
- в) риск усиления конкуренции;
- г) инвестиционные риски.

Ответ. _____

67. По степени правомерности выделяют следующие риски:

- а) внешние и внутренние;
- б) оправданные и неоправданные;
- в) кратковременные и постоянные;
- г) волевые и сиюминутные.

Ответ. _____

Ответы на тренинг (тест) по теме «Риски предпринимательства»: 1–в); 2–б); 3–б); 4–в); 5–в); 6–г); 7–б); 8–а); 9–г); 10–а); 11–в); 12–а); 13–а); 14–а); 15–г); 16–в); 17–г); 18–а); 19–в); 20–в); 21–г); 22–б); 23–а); 24–г); 25–г); 26–а); 27–б); 28–г); 29–в); 30–б); 31–а); 32–в); 33–б); 34–г); 35–в); 36–а); 37–а); 38–г); 39–в); 40–в); 41–а); 42–в); 43–а); 44–а); 45–в); 46–в); 47–г); 48–б); 49–а); 50–в); 51–б); 52–б); 53–в); 54–а); 55–а); 56–а); 57–в); 58–г); 59–в); 60–б); 61–а); 62–б); 63–б); 64–б); 65–г); 66–г); 67–б).

Задачи по теме «Риски предпринимательства»

1. При вложении денежных средств в мероприятие А из 150 случаев прибыль в сумме 20,0 тыс. руб. была получена в 75 случаях, прибыль 25,0 тыс. руб. – в 60 случаях и прибыль 30,0 тыс. руб. – 15 случаях.

Найдите среднеожидаемое значение прибыли.

Решение: _____

(Ответ:)

2. Осуществление мероприятия Б из 150 случаев давало прибыль 19,0 тыс. руб. в 60 случаях, прибыль 24,0 тыс. руб. – в 45 случаях, 31,0 тыс. руб. – в 45 случаях. Определите ожидаемую прибыль.

Решение: _____

(Ответ:)

3. Выбрать вариант вложения капитала в мероприятие А из 200 случаев прибыль 25 тыс. руб. была получена в 20 случаях, прибыль 30 тыс. руб. была получена в 80 случаях, прибыль 40 тыс. руб. была получена в 100 случаях. При вложении капитала в мероприятия Б из 240 случаев прибыль 30 тыс. руб. была получена в 144 случаях, прибыль 35 тыс. руб. было получено в 72 случаях, прибыль 45 тыс. руб. была получена в 24 случаях. Критерием выбора является наибольшая сумма средней прибыли.

Решение: _____

(Ответ:)

4. Имеются 2 варианта вложения капитала. При вложении капитала в мероприятие А получение прибыли в сумме 380 тыс. руб. имеет вероятность 0,6 а в мероприятие Б – получение прибыли в сумме 520 тыс. руб. имеет вероятность 0,4. Выбрать вариант вложения капитала.

Критерием выбора является математическое ожидание получение прибыли.

Решение: _____

(Ответ:)

5. Предприятие имеет 1000 устаревших деталей для компьютеров, приобретенных ранее за 200 000 000 руб. Что выгоднее: обработать детали с издержками 40 000 000 руб. и продать их за 64 000 000 руб., или продать их за 17 000 000 руб. без всякой обработки?

Решение: _____

(Ответ:)

6. Предприятие выпускает технически сложную продукцию, производство которой требует значительного количества комплектующих деталей. Предприятие может покупать эти детали по цене 100 000 руб./шт. или производить их у себя. Определите, что более выгодно для предприятия (порог рентабельности пройден). Себестоимость производства деталей на самом предприятии: прямые переменные издержки 85 000руб./шт., постоян-

ные накладные расходы 20 000руб./шт. Итого полная себестоимость 105 000руб./шт.

Решение: _____

(Ответ:)

7. Оцените финансовый риск предприятия с помощью коэффициентов абсолютной и текущей ликвидности, если известно, что денежные средства предприятия составляют 3000 руб., стоимость ценных бумаг – 6000 руб., дебиторская задолженность – 3500 руб., запасы на предприятии составляют 1800 руб., кредиторская задолженность – 3600 руб., краткосрочные займы предприятия – 6000 руб. Сделать выводы.

8. Рассчитать риск банкротства предприятия при условии, что собственные средства предприятия составляют 20 000 руб., сумма всех обязательств – 2 613 500 руб. Критерием оценки выступает коэффициент риска. Сделать выводы.

Решение: _____

(Ответ:)

9. Имеются два контракта на возведение одного и того же объекта в 300 млн. руб. и 600 млн. руб. Предполагается привлечение кредита на срок 4 года под 20 % годовых или на срок 5 лет под 25 % годовых. Определить экономически выгодный вариант строительства при ставке сравнения 18%.

Решение: _____

(Ответ:)

10. Предприятие X инвестирует на строительство супермаркета 720 тыс. руб. и хочет получить через 9 лет 16 000 тыс. руб. Определите, какой должен быть минимальное значение нормы доходности.

Решение: _____

(Ответ:)

11. Приобретен объект основных средств стоимостью 120 тыс. руб. со сроком использования 5 лет. Годовая норма амортизационных отчислений – 20 %. Рассчитайте годовую сумму амортизационных отчислений линейным способом.

Решение: _____

(Ответ:)

12. Разбор производственной ситуации 1. Мария М. Планирует продажу плакатов для туристов по цене 3,5 руб./шт. Она может приобретать плакаты у оптовика по цене 2,1 руб. и возвращать не проданные плакаты за полную стоимость. Аренда палатки обходится –700 руб. в неделю. Цена реализации 3,5. Определите:

1. Каков порог рентабельности?

Порог рентабельности = Постоянные издержки / Валовая Маржа на ед. товара

2. Каким станет порог рентабельности, если арендная плата повысится до 1050 руб.?

3. Каким будет порог рентабельности, если удастся увеличить цену реализации с 3,5 руб. до 3,85 руб.?

4. Каким будет порог рентабельности, если закупочная цена плакатов повысится с 2,1 руб. до 2,38 руб.?

5. Сколько плакатов должно быть продано для получения прибыли в сумме 490 руб.?

Решение: _____

(Ответ:)

13. Ссуда в размере 50 000 руб. выдана на полгода по простой ставке процентов 20% годовых. Определите наращенную сумму.

Решение: _____

(Ответ:)

14. Клиент помещает в банк депозит на сумму 10 млн. руб. и оформляет сроком на 27 месяцев (2,25года) под 15 % годовых. Требуется определить сумму денег, которую будет иметь клиент по окончании срока действия депозита при ежеквартальном начислении процентов.

Решение: _____

(Ответ:)

15. Банком выдан кредит в сумме 10 млн. руб. Сроком на 5 лет под годовую процентную ставку 18%, но при ежеквартальном начислении процентов. Требуется определить сумму возвращаемую через 5 лет.

Решение: _____

(Ответ:)

16. В банк размещен вклад в размере 2 млн. руб. сроком на 3 года под 11% годовых. Рассчитайте будущую сумму в конце срока при начислении процентов по схеме простых и сложных процентов: 1) ежегодно, 2) каждые полгода, 3) ежеквартально.

Решение: _____

(Ответ:)

Тренинг (тест) по теме «Контроллинг и стратегии в системе бизнес-планировании»

1. Цель стратегического контроллинга:

- а) экономическая эффективность деятельности предприятия;
- б) обеспечение выживаемости предприятия и «отслеживание» движения предприятия к намеченной стратегической цели развития;
- в) оптимизация соотношения «затраты-прибыль»;
- г) максимизация прибыли.

Ответ. _____

2. Не важное требование к информации в системе контроллинга:

- а) достоверность;
- б) релевантность (существенность);
- в) регулярность;
- г) объём.

Ответ. _____

3. Задачей оперативного контроллинга является:

- а) контроль ограничений;
- б) контроль планов;
- в) контроль, определение и устранение текущих проблем;
- г) разработка альтернативных стратегий.

Ответ. _____

4. Главное требование к информации в бухгалтерском (финансовом) учёте:

- а) достоверность, релевантность (существенность), полезность (эффект от использования информации должен превышать затраты на её получение), понятность, своевременность, регулярность;
- б) объёмность, однозначность толкования;
- в) простота получения;
- г) объективность.

Ответ. _____

5. Оперативный контроллинг ориентирован:

- а) на внутреннюю и внешнюю среду предприятия;
- б) на антикризисную политику предприятия;
- в) на конкретный результат;
- г) на разработку планов.

Ответ. _____

6. К «плюсам» создания службы контроллинга относится:

- а) изменение устоявшейся организационной структуры управления;
- б) чрезмерное усиление влияния службы контроллинга на другие подразделения предприятия;
- в) перераспределение функции между подразделениями предприятия;
- г) Ответственность возлагается на конкретное лицо (контроллера), с которого можно будет спросить за результаты работы и выполнение возложенных обязанностей.

Ответ. _____

7. Процесс внедрения контроллинга состоит из следующих этапов:

- а) подготовительный, текущий, заключительный;
- б) предварительный, этап внедрения службы контроллинга, заключительный;
- в) подготовительный, рабочий, автоматизации управления;
- г) подготовительный (изучение текущего состояния предприятия, экспресс-анализ), внедрения контроллинга, автоматизации (в случае необходимости).

Ответ. _____

8. В состав службы контроллинга входят:

- а) начальник службы контроллинга, контроллер производства и финансовый контроллер;
- б) начальник службы контроллинга, заместитель начальника службы контроллинга и контроллер-специалист по управленческому учету;
- в) начальник службы контроллинга, контроллер производства, финансовый контроллер и контроллер-специалист по информационным системам;
- г) контроллер производства и финансовый контроллер.

Ответ. _____

9. К задачам стратегического контроллинга относится:

- а) контроль тактических показателей;
- б) разработка мероприятий по минимизации отрицательных отклонений индикаторов;
- в) установление качественной и количественной цели организации;

г) определение внешних и внутренних позиций предприятия.

Ответ. _____

10. К задачам стратегического контроля не относится:

а) разработка альтернативных стратегий;

б) конкретизация возможных альтернативных решений, для достижения поставленных целей;

в) определение «узких» и «слабых» мест управления;

г) определение фактических значений контролируемых величин.

Ответ. _____

11. К инструментам стратегического контроллинга, используемых в России, относится:

а) система сбалансированных показателей;

б) стратегическая карта предприятия;

в) расчёт суммы маржи и «брейк-Эвен-анализ»;

г) функционально-стоимостной анализ.

Ответ. _____

12. Основной целью оперативного контроллинга является:

а) обеспечение прибыльности и платежеспособности предприятия;

б) поддержание развитие стратегического потенциала;

в) обеспечение успешного функционирования предприятия в перспективе;

г) помощь в эффективном использовании конкурентных преимуществ и потенциала предприятия.

Ответ. _____

13. К задачам оперативного контроллинга относится:

а) постановка стратегических целей и разработка стратегии развития предприятия;

б) контроль, определение и устранение текущих проблем;

в) определение внешних и внутренних позиций предприятия;

г) определение узких мест тактического управления.

Ответ. _____

14. Контроллинг включает в себя исключительно:

а) весь спектр управления процессом достижения конечных целей и результатов фирмы;

б) только чисто учётные функции;

в) различные формы контроля;

г) управление информационными потоками.

Ответ. _____

15. Информация сосредотачиваемая в службе контроллинга предназначена:

- а) только для внутренних пользователей;
- б) для внешних пользователей;
- в) для внешних и внутренних пользователей;
- г) для вышестоящих организаций.

Ответ. _____

16. Стратегический контроллинг несет ответственность за:

- а) обоснованность стратегических планов;
- б) изменение конкурентной среды предприятия;
- в) реализацию текущих целей предприятия;
- г) повышение ликвидности предприятия.

Ответ. _____

17. В числе главных задач оперативного контроллинга можно назвать:

- а) определение узких и поиск слабых мест для тактического управления;
- б) разработку альтернативных стратегий;
- в) ответственность за стратегическое планирование;
- г) анализ экономической эффективности инноваций.

Ответ. _____

18. К центрам ответственности выделенным по функциональному принципу можно отнести:

- а) обслуживающие;
- б) инвестиционные;
- в) регулируемых затрат;
- г) прибылей и убытков.

Ответ. _____

19. К управленческому центру ответственности можно отнести:

- а) юридический отдел;
- б) отдел маркетинга;
- в) отдел материально-технического снабжения;
- г) отдел сбыта.

Ответ. _____

20. Начальник службы контроллинга подчиняется:

- а) генеральному и финансовому директорам;
- б) только финансовому директору;

- в) главному бухгалтеру;
- г) главному инженеру.

Ответ. _____

21. В корпорации служба контроллинга на входящих в корпорацию предприятиях подчиняется:

- а) генеральному (финансовому) директору соответствующего предприятия и головной службе контроллинга корпорации;
- б) исключительно головной службе контроллинга корпорации;
- в) исключительно генеральному директору своего предприятия;
- г) президенту корпорации.

Ответ. _____

Ответы на тренинг (тест) по теме «Контроллинг и стратегии в системе бизнес-планировании»: 1–б); 2–г); 3–в); 4–а); 5–в); 6–г); 7–г); 8–в); 9–в); 10–г); 11–в); 12–а); 13–б); 14–а); 15–а); 16–а); 17–а); 18–а); 19–а); 20–а); 21–а).

Тренинг (тесты) по теме «Контроллинг по направлениям деятельности предприятия»

Контроллинг внешней среды

1. Целью контроллинга внешней среды является:

- а) обеспечение прибыльности и платежеспособности предприятия;
- б) ориентация управленческого процесса на избежание рисков внешней среды в долгосрочной и краткосрочной перспективах;
- в) информационная поддержка менеджмента;
- г) сбор и обработка планово-прогнозной информации.

Ответ. _____

2. К задачам контроллинга внешней среды не относится:

- а) проведение мониторинга внешней среды;
- б) сбор и обработка планово-прогнозной информации;
- в) информационная поддержка менеджмента по удовлетворению потребностей клиентов;
- г) прогнозирование состояния внешней среды.

Ответ. _____

3. Анализ влияния рыночных стратегий предприятия на ее финансовые результаты (прибыль), который проводится и для предприятия в целом, и для отдельных полей бизнеса – это:

- а) функционально-стоимостной анализ;
- б) дескрипторы;

- в) *PIMS*-анализ;
- г) бенчмаркинг.

Ответ. _____

4. Аналитический процесс точного измерения и сравнения всех операций по разработке и производству собственного предприятия с лидером отрасли – это:

- а) функционально-стоимостной анализ;
- б) дескрипторы;
- в) *PIMS*-анализ;
- г) бенчмаркинг.

Ответ. _____

Ответы на тренинг (тест) по направлению «Контроллинг внешней среды»: 1–б); 2–б); 3–в); 4–а).

Контроллинг персонала

1. Основной задачей контроллинга персонала является:

- а) систематическая и интегрированная обратная связь между планированием и анализом отклонений;
- б) информационная поддержка менеджмента по удовлетворению потребностей клиентов;
- в) анализ эффективности реализации стратегии предприятия;
- г) формирование контролируемых величин для измерения и оценки потенциала успеха.

Ответ. _____

2. Основными факторами роста производительности труда являются:

- а) внедрение прогрессивного оборудования;
- б) снижение брака в производстве;
- в) мотивация и стимулирование продуктивности труда;
- г) соблюдение дисциплины и производственного регламента работы.

Ответ. _____

3. К инструментам контроллинга персонала относится:

- а) «портфолио-анализ»;
- б) сравнение по показателям;
- в) контроллинг потерь рабочего времени;
- г) расчёт маржинальной прибыли.

Ответ. _____

4. К направлениям контроллинга потерь рабочего времени относится:

- а) постановка цели;

- б) сбор текущей информации о работе персонала;
- в) контроль и реализация принципа обратной связи;
- г) всё выше перечисленное.

Ответ. _____

Ответы на тренинг (тест) по направлению «Контроллинг персонала»: 1–г); 2–а); 3–в); 4–б).

Контроллинг обеспечения ресурсами

1. Целью контроллинга обеспечения ресурсами являются:

- а) найти и предоставить с минимальными издержками материальные ресурсы, необходимые для производственного процесса;
- б) текущий контроль за экономичностью процессов складирования и транспортировки;
- в) информационная поддержка менеджмента по удовлетворению потребностей клиентов;
- г) проведение мониторинга внутренней среды.

Ответ. _____

2. К инструментам контроллинга обеспечения ресурсами относятся:

- а) определение верхних границ цен;
- б) анализ отклонений;
- в) портфельный анализ;
- г) ABC-анализ.

Ответ. _____

3. К предпосылкам внедрения службы контроллинга по направлению «Закупки» относятся:

- а) низкое качество закупаемых товаров;
- б) неуверенность сотрудников в завтрашнем дне;
- в) необоснованно большие запасы материалов на складе;
- г) недостоверность информации.

Ответ. _____

Ответы на тренинг (тест) по направлению «Контроллинг обеспечения ресурсами»: 1–а); 2–г); 3–в).

Контроллинг производства (технологический контроллинг)

1. Целевой задачей контроллинга производства является:

- а) найти и предоставить с минимальными издержками материальные ресурсы, необходимые для производственного процесса;
- б) текущий контроль за экономичностью процессов складирования и транспортировки;

- в) управление производственными процессами;
- г) достижение целей предприятия в сфере инвестиционной деятельности.

Ответ. _____

2. К задачам контроллинга производства относятся:

- а) оптимизация производственных издержек;
- б) текущая оценка закупок;
- в) проведение мониторинга внешней среды;
- г) формирование условий эффективности производственного процесса.

Ответ. _____

3. К инструментам контроллинга производства относятся:

- а) факторный анализ;
- б) ABC-анализ;
- в) анализ использования мощностей;
- г) PIMS-анализ.

Ответ. _____

4. Фактические затраты сопоставляются с плановыми при:

- а) портфельном анализе;
- б) анализе использования мощностей;
- в) анализе отклонений;
- г) факторном анализе.

Ответ. _____

5. При оценке степени загрузки оборудования используется метод:

- а) ABC-анализ;
- б) факторный анализ;
- в) анализ использования мощностей;
- г) анализ отклонений.

Ответ. _____

6. К предпосылкам внедрения службы контроллинга по направлению «Продукция» относятся:

- а) устаревшие модели и номенклатура продукции;
- б) плохие перспективы выпускаемой продукции;
- в) неуверенность сотрудников в завтрашнем дне;
- г) недостоверность информации.

Ответ. _____

Ответы на тренинг (тест) по направлению «Контроллинг производства (технологический контроллинг)»: 1–в); 2–а); 3–б); 4–в); 5–в); 6–а).

Контроллинг маркетинга и сбыта

1. Целевой задачей контроллинга маркетинга и сбыта является:

- а) информационная поддержка менеджмента по удовлетворению потребностей клиентов;
- б) обеспечение успешного функционирования предприятия;
- в) определение внешних и внутренних позиций предприятия;
- г) разработка мероприятий по минимизации отрицательных отклонений.

Ответ. _____

2. Стратегический контроллинг маркетинга и сбыта предусматривает решение следующей задачи:

- а) формирование контролируемых величин для измерения и оценки потенциала успеха;
- б) установление нормативных величин;
- в) координация стратегических планов;
- г) определение узких мест тактического управления.

Ответ. _____

3. Оперативный контроллинг маркетинга и сбыта предусматривает решение следующей задачи:

- а) формирование контролируемых величин оценки потенциала успеха;
- б) формирование и контроль сбытовой политики;
- в) анализ стратегического портфолио;
- г) методическую и информационную поддержку.

Ответ. _____

4. К инструментам контроллинга маркетинга и сбыта относятся:

- а) стратегическая карта развития предприятия;
- б) сравнительные расчёты;
- в) система сбалансированных показателей;
- г) портфолио-анализ.

Ответ. _____

5. Сущность какого метода состоит в сопоставлении выручки предприятия с условно-постоянными затратами ?

- а) расчет маржинальной прибыли;
- б) анализ стратегических «разрывов»;
- в) портфолио-анализ;
- г) сравнительные расчёты.

Ответ. _____

6. План сбыта формируется:

- а) «сверху вниз»;
- б) «снизу вверх»;
- в) как «сверху вниз», так «снизу вверх»;
- г) в произвольном порядке.

Ответ. _____

Ответы на тренинг (тест) по направлению «Контроллинг маркетинга и сбыта»: 1–а); 2–а); 3–а); 4–г); 5–в); 6–в).

Финансовый контроллинг

1. Финансовый контроллинг в сфере финансового управления предприятием обеспечивает:

- а) текущий контроль за исполнением плана;
- б) составление укрупненных планов баланса и отчёта о прибылях и убытках;
- в) оптимизация производственных издержек;
- г) информационная поддержка и контроль за инновационным процессом.

Ответ. _____

2. К задачам финансового контроллинга относятся:

- а) управление производственными процессами;
- б) поиск слабых и узких мест в деятельности предприятия;
- в) обеспечение текущей и поддержание структурной ликвидности;
- г) увязка оперативных финансово-экономических расчётов и стратегических решений.

Ответ. _____

3. В рамках какого вида финансового плана выполняется более точное планирование предприятия с плановым периодом 3-12 месяцев?

- а) долгосрочного;
- б) среднесрочного;
- в) краткосрочного;
- г) стратегического.

Ответ. _____

4. В качестве инструментов финансового контроллинга применяются:

- а) анализ отклонений;
- б) коэффициенты ликвидности, временные сравнения балансов;
- в) портфельный анализ;
- г) временные сравнения балансов.

Ответ. _____

5. С помощью какого инструмента финансового контроллинга графически поясняется связь между различными целями финансового контроллинга?

- а) анализ работающего капитала;
- б) ABC-анализ;
- в) финансовая «паутина»;
- г) анализ движения денежных средств.

Ответ. _____

Ответы на тренинг (тест) по направлению «Финансовый контроллинг»: 1–б); 2–г); 3–в); 4–б); 5–в).

Контроллинг инновационно-инвестиционных процессов

1. Главной направленностью контроллинга инвестиций является:

- а) ориентация нововведений на стратегические цели предприятия;
- б) оптимизация производственных издержек;
- в) управление производственными процессами;
- г) достижение целей предприятия в сфере инвестиционной деятельности.

Ответ. _____

2. К числу задач деятельности инвестиционного контроллинга относятся:

- а) контроль за реализацией инвестиционных проектов, включающий текущие поверочные расчёты, а также контроль бюджета инвестиционного проекта.
- б) управление производственными процессами;
- в) планирование и координация инвестиционной деятельности в рамках стратегического и оперативного планирования на предприятии;
- г) реализация инвестиций и сопровождение проектов.

Ответ. _____

3. К главным целевым задачам контроллинга инновационных процессов относятся:

- а) достижение целей предприятия в сфере инвестиционной деятельности;
- б) ориентация нововведений на стратегические цели предприятия;
- в) оптимизация производственных издержек;
- г) управление производственными процессами.

Ответ. _____

4. Различают следующие инновационные стратегии предприятия:

- а) наступательная инновационная стратегия;
- б) подражания;
- в) копирования;
- г) снятия сливок.

Ответ. _____

Ответы на тренинг (тест) по направлению «Контроллинг инновационно-инвестиционных процессов»: 1–г); 2–а); 3–а) 4–а).

**Задачи по теме «Контроллинг и стратегии
в бизнес-планировании»**

1. На автозаводе при годовой программе производства амортизаторов 60 000 единиц выявляется в среднем 4% брака. Стоимость проверки одного амортизатора контролером 0,45 руб. Бракованные амортизаторы должны быть заменены, стоимость замены 15 руб. за единицу.

Менеджер по производству должен решить: ввести 100% контроль всех амортизаторов или заменить 4% выявленного брака.

Решение: _____

(Ответ:)

2. Годовая программа обработки деталей по бюджету составляет 53 000 деталей. Сменная норма выработки рабочего на станке автомате составляет 60 деталей, число рабочих дней в году 230, норма выработки 107%.

Определите необходимую численность рабочих.

Решение: _____

(Ответ:)

3. На предприятии станочный парк насчитывает 940 единиц. Менеджер по организации труда и производства разработал мероприятия по совершенствованию организации труда, позволяющие в среднем увеличить норму обслуживания с 1,5 до 2,0 единиц станков одним рабочим.

Определите относительное высвобождение рабочих.

Решение: _____

(Ответ:)

4. Предприятие производит 95 единиц изделий в месяц. Постоянные издержки составляют 12 500 руб. в месяц, а переменные – 380 руб. на одно изделие. При реализации продукции планируется получить 9000 руб. прибыли.

Определите цену, которую необходимо установить на товар для получения планируемой прибыли.

Решение: _____

(Ответ:)

5. С целью привлечения дополнительных покупателей предприятие снизило цену на свою продукцию с 1000 руб. до 855 руб. Объем продаж возрос с 60 000 шт. до 68 330 шт.

С помощью расчетов обоснуйте экономическую эффективность или неэффективность принятого решения?

Решение: _____

(Ответ:)

6. Полные затраты предприятия на единицу изделия в текущем году составляют 3420 руб. Коэффициент прибыльности при расчете цены закладывается в размере 30 %. В условиях инфляции наблюдается рост затрат на 425 руб.

Рассчитайте, как изменится цена после увеличения затрат.

Решение: _____

(Ответ:)

7. Предприятие реализует продукцию на рынке по 100 руб. за единицу. Переменные расходы на единицу продукции составляют 55 руб., плановая величина общих постоянных затрат составляет 800 000 руб.

Определите количество продукции, которую необходимо реализовать для получения плановой величины прибыли в размере 200 000 руб.

Решение: _____

(Ответ:)

8. Предприятие производит приборы, реализуя 2440 шт. в месяц по цене 140 руб. Переменные издержки составляют 80 руб./шт., постоянные издержки предприятия – 40 000 руб. в месяц. Начальник маркетингового отдела полагает, что увеличение расходов на рекламу на 10 000 руб. в месяц способно увеличить объем продаж в натуральном выражении на 160 шт.

Следует ли одобрить повышение расходов на рекламу ?

Решение: _____

(Ответ:)

9. Менеджер предприятия по продажам на конкретном сегменте рынка может реализовать продукцию по двум вариантам: 1 вар.) по цене 120 руб. за единицу при переменных затратах в 55 руб./шт. в количестве 5000 шт. 2 вар.) по цене 110 руб. реализация возрастет до 7000 шт. При этом общие постоянные затраты, связанные с автоматизацией технологии производства, увеличатся с 280 000 руб. в месяц (в 1 вар.) до 300 000 руб.

Выберите наиболее экономически эффективный вариант, оценив его с точки зрения получения прибыли, рентабельности продукции и величины безубыточного объема производства.

Решение: _____

(Ответ:)

10. Предприятие производит столы, реализуя 185 шт. в месяц по цене 5200 руб. Переменные издержки составляют 2320 руб./шт., постоянные издержки предприятия – 332 800 руб. в месяц. Начальник производственного отдела полагает, что улучшение качества продукции путем использования более дорогих материалов увеличение переменных издержек планируется на уровне 730 руб. на каждый шкаф способно увеличить объем продаж на 35 единиц и позволит увеличить цену реализации на 5 %.

Следует ли одобрить предлагаемое мероприятие?

Решение: _____

(Ответ:)

ИТОГОВОЕ ТЕСТОВОЕ ЗАДАНИЕ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ»

Понятие и сущность бизнес-планирования:

1. Бизнес-план используется:

- а) для привлечения инвестиций;
- б) для получения кредита;
- в) для оценки реальных возможностей;
- г) все ответы верны.

Ответ. _____

2. Для кого разрабатывается инвестиционный бизнес-план в первую очередь:

- а) для государственных учреждений, в том числе налоговой службы;
- б) для федеральной, региональной и местной администрации;
- в) для банка, который даст кредит;

г) для Совета директоров, генерального директора и ведущих менеджеров.

Ответ. _____

3. В каком разделе необходимо представить информацию о предприятии, его производственной и финансовой деятельности:

- а) в описании предприятия;
- б) в описании отрасли;
- в) в описании производства;
- г) в описании рынка.

Ответ. _____

4. Выделите три основные причины, почему необходимо планировать бизнес?

- а) бизнес-планирование – обдумывание идеи;
- б) бизнес-план – рабочий инструмент для принятия решения, контроля и управления;
- в) бизнес-план – способ сообщения идей заинтересованным инвесторам;
- г) бизнес-план – средство для получения денег;
- д) бизнес-план – средство для получения льгот.

Ответ. _____

5. Ожидаемые финансовые результаты (бюджет) проекта представлены в разделе бизнес-плана:

- а) описание производства;
- б) финансовый план;
- в) описание предприятия;
- г) резюме.

Ответ. _____

6. Прибыльность производственной деятельности отражается в плановом документе:

- а) план продаж;
- б) план производства;
- в) план прибылей и убытков;
- г) инвестиционный план.

Ответ. _____

7. Миссия должна отражать:

- а) круг удовлетворяемых потребностей;
- б) характеристику продукции;
- в) перспективы роста бизнеса;

г) максимализация прибыли.

Ответ. _____

8. Внешними целями бизнес-плана могут быть:

а) самоутверждение, инструмент управления;

б) получение банковского кредита, привлечение инвестиций, создание стратегических союзов, подписание большого контракта;

в) самоутверждение, привлечение инвестиций, создание стратегических союзов, подписание большого контракта;

г) инструмент управления, получение банковского кредита, привлечение инвестиций.

Ответ. _____

9. Внутренними целями бизнес-плана могут быть:

а) самоутверждение, инструмент управления;

б) получение банковского кредита, привлечение инвестиций, создание стратегических союзов, подписание большого контракта;

в) самоутверждение, привлечение инвестиций, создание стратегических союзов, подписание большого контракта;

г) инструмент управления, получение банковского кредита, привлечение инвестиций.

Ответ. _____

10. Эффективность – это:

а) отношение результата к затратам;

б) отношение затрат к результатам;

в) результат, выраженный в процентах;

г) степень достижения заранее намеченной цели, выраженная в процентах.

Ответ. _____

11. Стратегическое планирование включает:

а) планирование расстановки руководящих кадров;

б) планирование информационной системы менеджмента;

в) планирование организационной структуры и правовой формы;

г) штатное расписание сотрудников организации.

Ответ. _____

12. Бизнес-план используется для:

а) для привлечения инвестиций;

б) для получения кредита;

в) для оценки реальных возможностей;

г) все ответы верны.

Ответ. _____

13. Потенциальный инвестор получает первое впечатление о проекте по материалу раздела бизнес-плана:

- а) анализ рынка;
- б) финансовый план;
- в) организационный план;
- г) краткому содержанию (резюме).

Ответ. _____

14. Главная цель бизнес-плана:

- а) определение стратегических направлений организации в мире бизнеса;
- б) определение задач организации;
- в) достижение прибыли;
- г) определение стратегических и тактических направлений организации в мире бизнеса.

Ответ. _____

15. Бизнес-план финансового оздоровления (санации) составляется для предприятия:

- а) неплатежеспособного;
- б) вновь созданного;
- в) функционирующего на рынке 6 лет;
- г) при смене продукции и направлении деятельности.

Ответ. _____

16. Бизнес-планированием на предприятии должны заниматься:

- а) инвесторы;
- б) генеральный директор и рабочая группа специалистов;
- в) Совет директоров;
- г) независимые консультанты и менеджеры предприятия.

Ответ. _____

17. Преимуществом бизнес-планирования является то, что оно:

- а) приучает сначала думать, а потом делать;
- б) позволяет сделать ошибки сначала на самом деле, а потом – на бумаге;
- в) приучает полагаться исключительно на интуицию;
- г) избавляет руководителя от необходимости стимулировать творческую активность подчиненных.

Ответ. _____

18. Если компания разрабатывает бизнес-план, чтобы получить финансовую поддержку со стороны, то этот бизнес-план должен содержать:

- а) миссию, цели, задачи и планы действий компании;
- б) только цели и задачи компании;
- в) только миссию и цели компании;
- г) только миссию, цели и задачи компании.

Ответ. _____

19. Конкретизировать цели компании, показать, как их можно достичь и провести тщательный финансовый анализ, всё это – задачи бизнес-плана, который составляется с целью:

- а) привлечь капитал;
- б) повысить эффективность работы компании;
- в) получить поддержку со стороны поставщиков, клиентов и т.д.;
- г) получить одобрение вышестоящего руководства на реализацию той или иной идеи.

Ответ. _____

20. Состоятельные лица, которые делают вложения в компании (на сумму менее 10 млн. руб.), если знают, что в результате получают определённый доход и смогут принять участие в управлении этими компаниями, называются:

- а) венчурными капиталистами;
- б) бизнес-ангелами;
- в) акционерами;
- г) долевыми собственниками.

Ответ. _____

21. Виды бизнес-планов, в зависимости от объёмов и полноты изложения фактов:

- а) полный, не полный, в виде резюме;
- б) абстрактный;
- в) достаточный;
- г) концептуальный.

Ответ. _____

22. В зависимости от сферы деятельности выделяют следующие виды бизнес-планов:

- а) технический, экономический, социальный, организационный, смешанный;
- б) монопроект, мультипроект, мегапроект;
- в) мелкие, средние, крупные и очень крупные;
- г) краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные.

Ответ. _____

23. В зависимости от продолжительности периода осуществления выделяют следующие виды бизнес-планов:

- а) технический, экономический, социальный, организационный, смешанный;
- б) монопроект, мультипроект, мегапроект;
- в) мелкие, средние, крупные и очень крупные;
- г) краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные.

Ответ. _____

24. В зависимости от размера проекта, количества участников и степени влияния на внешнюю и внутреннюю среду предприятия выделяют следующие виды бизнес-планов:

- а) технический, экономический, социальный, организационный, смешанный;
- б) мелкие, средние, крупные и очень крупные;
- в) краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные;
- г) инновационный, организационный, учебно-образовательный, исследовательский, научно-технический и др.

Ответ. _____

25. Какие проблемы не решает бизнес-план:

- а) определяет степень жизнеспособности и будущей устойчивости предприятия, снижает риск предпринимательской деятельности;
- б) конкретизирует перспективы бизнеса в виде системы количественных и качественных показателей;
- в) привлекает внимание и интерес, обеспечивает поддержку со стороны потенциальных инвесторов предприятия;
- г) гарантирует получение инвестиций.

Ответ. _____

26. Основной целью бизнес-плана финансового оздоровления предприятия является:

- а) проведение маркетинговых исследований;
- б) восстановление платежеспособности и поддержание эффективной деятельности предприятия;
- в) расчёт точки безубыточности;
- г) составление производственного плана.

Ответ. _____

27. Какую функцию не выполняет бизнес-план:

- а) разработка концепции ведения бизнеса;

- б) инструмент для оценки фактических результатов деятельности предприятия за определенный период;
- в) привлечение денежных средств;
- г) соглашение между предприятием и инвестором.

Ответ. _____

28. Станции техобслуживания, работающие на основе договора, под маркой и по технологии «Тойоты» можно отнести:

- а) к традиционному малому бизнесу;
- б) венчурному бизнесу;
- в) франчайзингу;
- г) вообще не относятся к малому бизнесу.

Ответ. _____

29. Банковская деятельность относится к:

- а) производственному предпринимательству;
- б) коммерческому бизнесу;
- в) финансовому бизнесу;
- г) бизнесу в сфере услуг.

Ответ. _____

Виды товаров и услуг

30. Выбор рыночного сегмента в ходе составления бизнес – плана может базироваться на различных критериях. Очень важно при этом избегать явно ошибочных суждений, например:

- а) чем больше рыночный сегмент, тем больший интерес он представляет для компании;
- б) между сегментами должно быть существенное различие;
- в) должна существовать возможность свободного обращения к выбранным сегментам;
- г) компания должна иметь возможность подсчитать потенциальный объем сбыта для определенного сегмента.

Ответ. _____

31. Жизненный цикл товара – это:

- а) интервал времени от момента приобретения до момента утилизации, прекращения существования товара;
- б) интервал времени, в котором спрос на сезонный товар проходит все возможные фазы и возвращается к исходной точке;
- в) процесс развития продаж товара и получения прибылей;
- г) совокупность фаз внедрения товара на рынок, роста продаж, зрелости товара и спада продаж.

Ответ. _____

32. Сегментация рынка – это:

- а) деятельность по классификации возможных потребителей в соответствии с качественными особенностями их спроса;
- б) разделение рынка на отдельные части (сегменты);
- в) структурирование потребителей, заинтересованных в определенных товарах или услугах;
- г) стратегия выборочного проникновения на рынок.

Ответ. _____

33. Целесообразно ли налаживать партнерство с конкурентом:

- а) да, в любом случае это выгодно;
- б) нет, сколько-нибудь серьезное партнерство с конкурентом невозможно;
- в) да, если оно взаимовыгодно;
- г) неверны все предыдущие ответы.

Ответ. _____

34. Одно из важных преимуществ использования франчайзинга:

- а) он позволяет фирме-франчайзеру усиливать влияние на рынок без наращивания собственных производственных мощностей;
- б) он помогает фирме-франчайзи создать собственный бренд;
- в) франчайзинг облегчает использование лизинга;
- г) франчайзинг обеспечивает равноправные долгосрочные партнерские отношения между франчайзером и франчайзи.

Ответ. _____

35. Ниже приведены два предложения:

1. Цифровое управление новой стиральной машины повышает эффективность её работы и экономичность, а обновленные детали внутренней конструкции – долговечность.

2. У нас новая стиральная машина-автомат с цифровым управлением и обновленными деталями внутренней конструкции.

Укажите, какое из этих предложений несет в себе характеристику товара, а какое – выгоду.

- а) предложение 1 – выгоду, предложение 2 – характеристику;
- б) предложение 1 – характеристику, предложение 2 – выгоду;
- в) оба предложения несут в себе выгоду товара;
- г) оба предложения несут в себе характеристику товара.

Ответ. _____

Организация процесса бизнес-планирования:

36. Сколько основных разделов включает в себя бизнес-план:

- а) четыре;
- б) семь;
- в) девять;
- г) количество разделов не регламентируется.

Ответ. _____

37. Ситуационный анализ, который представляет собой предварительное рассмотрение и оценку сильных и слабых сторон предлагаемой бизнес-идеи с учётом различных существующих и возможных в будущем факторов и влияний называется:

- а) оценка возможностей и опасностей;
- б) *SWOT*-анализ;
- в) комплекс исходных данных;
- г) нет правильного ответа.

Ответ. _____

38. Для представления бизнес-идеи и получения инвестиций в требуемом объёме необходимо тщательно проработать все разделы бизнес-плана. Однако основное внимание следует уделить:

- а) разработке целей и задач проекта, определению всех участников.
- б) формированию плана (программы) действий и планированию организационных мероприятий.
- в) составлению обобщенного резюме, расчёту основных параметров и финансовых показателей;
- г) выявлению и минимизации рисков.

Ответ. _____

39. Следует ли по мере развития бизнеса вносить изменения в бизнес – план и уточнения:

- а) в зависимости от развития рынка и его отраслей;
- б) нет, бизнес-план важен только для представления его инвестору, и в дальнейшем не актуален;
- в) да, по мере изменения внутренней структуры организации и внешней среды функционирования;
- г) в случае крайней необходимости (форс-мажорные обстоятельства).

Ответ. _____

40. Бизнес-план представляет собой:

- а) документ, отражающий все аспекты деятельности будущего коммерческого предприятия (проекта) на определённый период;
- б) устанавливает показатели для достижения поставленных целей и обеспечивающий контроль за их выполнением;

- в) описание проекта (бизнес-идеи) с расчетом финансовых показателей на определенный календарный период;
- г) обоснование последовательности и финансовой целесообразности выполнения тех или действий по достижению намеченных показателей.

Ответ. _____

41. Что такое «резюме» в бизнес-плане:

- а) это итоговая, завершающая часть бизнес-плана;
- б) это начальная часть бизнес-плана, содержащая основные выводы, результаты последующих разделов;
- в) это итоговый отчет, характеризующий степень фактического выполнения бизнес-плана;
- г) это отдельный текст, специально подготовленный для представления бизнес-плана, его пресс-релиз.

Ответ. _____

42. Каковы место и роль финансового плана в бизнес-плане фирмы:

- а) это основополагающая часть бизнес-плана;
- б) это первая часть бизнес-плана, характеризующая основные возможности фирмы, в том числе в обозримом будущем;
- в) это итоговая часть бизнес-плана;
- г) финансовый план формируется отдельно, после утверждения бизнес-плана.

Ответ. _____

43. Какая часть (раздел) бизнес-плана дает возможность оценить весь проект:

- а) резюме;
- б) план менеджмента;
- в) финансовые планы;
- г) приложения.

Ответ. _____

44. Что входит в план маркетинга:

- а) исследование спроса на продукцию, планируемую к выпуску;
- б) информация о фирме;
- в) цель создания предприятия;
- г) риски.

Ответ. _____

45. В каком плане указывают руководящий состав, организационную структуру, системы вознаграждения и обучения на предприятии:

- а) резюме;

- б) план маркетинга;
- в) план менеджмента;
- г) финансовый план.

Ответ. _____

46. Финансовый план должен включать в себя следующие подразделы:

- а) прогноз прибыли и убытков;
- б) распределение денежных потоков;
- в) проект баланса;
- г) все ответы верны.

Ответ. _____

47. Бизнес-план Вы начнете составлять:

- а) с анализа финансовой устойчивости;
- б) с контроля за ходом осуществления бизнес-плана;
- в) со сбора и анализа информации о продукции (услуги);
- г) с анализа рисков.

Ответ. _____

48. При выборе места размещения компании желательно соблюдать определенные рекомендации. Однако одна из перечисленных ниже таких рекомендаций является неверной. Укажите ее:

- а) ближе к конкурирующим компаниям, если в данном случае это действительно полезно;
- б) ближе к местожительству сотрудников;
- в) всегда вдалеке от конкурирующих компаний;
- г) ближе к местонахождению клиентов.

Ответ. _____

49. Что включают в себя финансовые прогнозы:

- а) прогноз прибылей и убытков;
- б) баланс;
- в) движение наличных средств;
- г) анализ поставщиков.

Ответ. _____

50. Определите основные методы прогнозирования продаж:

- а) статистический;
- б) простые (эмпирические) методы прогнозирования продаж, основанные на суждениях руководства компании, обобщенном мнении торговых работников и пробном маркетинге;
- в) метод безубыточности;
- г) все ответы верны.

Ответ. _____

51. Показателем эффективности производства и оказания услуг (важнейшим показателем, работы любой компании) является:

- а) остаточная прибыль;
- б) чистая прибыль;
- в) валовая прибыль;
- г) прогнозируемая прибыль.

Ответ. _____

52. Показатель способности компании выполнять краткосрочные обязательства исключительно из своих денежных средств и дебиторской задолженности называется коэффициентом:

- а) текущей ликвидности;
- б) быстрой ликвидности;
- в) долговой нагрузки;
- г) покрытия процентов.

Ответ. _____

Оценка и анализ коммерческой состоятельности инвестиционных проектов (ИП):

53. План денежных потоков включает:

- а) инвестиционная деятельность;
- б) операционная деятельность;
- в) хозяйственная деятельность;
- г) финансовая деятельность.

- 1. б), г);
- 2. б), в), г);
- 3. в), г);
- 4. а), б), г);

Ответ. _____

54. Финансовый документ, который отражает доходы, расходы и финансовые результаты деятельности предприятия за определенный период:

- а) план денежных потоков;
- б) план прибылей и убытков;
- в) реестр цен;
- г) баланс.

Ответ. _____

55. Включает в себя поступления денежных средств от покупателей, прочие поступления от текущей деятельности, а также выплаты поставщикам, работникам, уплату налогов и прочих платежей, возникающих непо-

средственно в результате текущей операционной деятельности предприятия:

- а) операционный денежный поток;
- б) финансовый денежный поток;
- в) хозяйственный денежный поток;
- г) инвестиционный денежный поток.

Ответ. _____

56. Отражает платежи за приобретенное оборудование и прочие расходы, а также поступления от реализации активов, которые не используются в производстве:

- а) операционный денежный поток;
- б) финансовый денежный поток;
- в) хозяйственный денежный поток;
- г) инвестиционный денежный поток.

Ответ. _____

57. 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:

- а) операционный денежный поток;
- б) финансовый денежный поток;
- в) хозяйственный денежный поток;
- г) инвестиционный денежный поток.

Ответ. _____

58. 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 убытков:

- а) 65 000 изделий;
- б) 80 000;
- в) 70 000;
- г) 90 000.

Решение: _____

(Ответ _____)

59. Какой из сценариев проекта будет наиболее привлекателен для потенциальных инвесторов:

- а) $NPV = 200\ 000$ руб. и $PI = 1,15$;
- б) $NPV = 200\ 000$ руб. и $PI = 1,20$;

в) $NPV = 250\ 000$ руб. и $PI = 1,15$;

г) $NPV = 150\ 000$ руб. и $PI < 1,00$.

Ответ. _____

60. Стоит ли отстаивать необходимость реализации проекта, если в результате анализа установлено, что $NPV > 0$, $PI > 1$, $IRR >$ ставки дисконтирования (цены капитала):

а) недостаточно информации;

б) да;

в) нет;

г) по усмотрению администрации.

Ответ. _____

61. Компания рассматривает перспективы выведения 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:

а) 2 руб.;

б) 14 руб.;

в) 16 руб.;

г) 8 руб.;

д) 100 руб.

Решение: _____

(Ответ _____)

62. Основой финансового раздела бизнес-плана является:

а) баланс движения денежных средств.

б) дебиторская задолженность.

в) отчет о финансовых результатах:

г) отчет и инвестиционной деятельности.

Ответ. _____

63. Расчётный период продолжительности проекта для оценки его эффективности включает продолжительность:

а) создания объекта;

б) эксплуатации объекта;

в) ликвидации объекта;

г) создания, эксплуатации и ликвидации объекта.

Ответ. _____

64. Для сравнения различных инвестиционных проектов и выбора лучшего из них рекомендуют использовать показатели, исключая:

- а) индекс прибыльности;
- б) чистый дисконтированный доход;
- в) рентабельность продукции;
- г) срок окупаемости;
- д) внутренняя норма доходности.

Ответ. _____

65. Показатель «индекс прибыльности» представляет собой:

- а) отношение среднегодовой прибыли к среднегодовому размеру инвестиций;
- б) чистый денежный поток за все расчётные периоды к начальным инвестициям;
- в) разность между приведенной стоимостью потока будущих поступлений (результатов) от проекта и приведенной стоимостью потока выплат (затрат) в течение всего прогнозируемого периода;
- г) отношение среднегодовой прибыли к выручке от реализации продукции;
- д) отношение выручки от продаж к среднегодовой стоимости капитала.

Ответ. _____

66. Оказывает ли рост амортизации влияние на точку безубыточности бизнес-проекта:

- а) увеличивает;
- б) уменьшает;
- в) не влияет;
- г) только в статической режиме.

Ответ. _____

67. Показатель ЧДД характеризует:

- а) внутреннюю норму прибыли (рентабельности);
- б) чистую приведенную стоимость;
- в) индекс рентабельности инвестиций;
- г) срок окупаемости.

ответ. _____

68. Как измениться благосостояние владельцев предприятия в случае принятия проекта с ЧДД = 0:

- а) ухудшится значительно;
- б) улучшится незначительно;
- в) не изменится;
- г) ухудшится незначительно.

Ответ. _____

69. Показатель ИР характеризует:

- а) чистую приведенную стоимость;
- б) внутреннюю норму прибыли (рентабельности);
- в) индекс рентабельности инвестиций;
- г) срок окупаемости.

Ответ. _____

70. Показатель ВНД характеризует:

- а) чистую приведенную стоимость;
- б) внутреннюю норму прибыли (рентабельности);
- в) индекс рентабельности инвестиций;
- г) срок окупаемости.

Ответ. _____

71. 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:

- а) 20%;
- б) 10%;
- в) 20%;
- г) 7%.

Решение _____

(Ответ _____)

Особенности расчётов разделов «Бизнес-планов» по их типам:

72. Входит ли в структуру бизнес-плана организационный и финансовый планы:

- а) да;
- б) нет;
- в) только организационный;
- г) только финансовый;
- д) только маркетинговый и план производства.

Ответ. _____

73. 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);
5. Верно а) и в).

Ответ. _____

74. 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);
4. Верно а);
5. Верно а), б), в).

Ответ. _____

75. 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.

Ответ. _____

76. Финансовое положение предприятия на определенную дату характеризует:

- а) план денежных потоков;
б) план прибылей и убытков;
в) реестр цен;
г) баланс.

Ответ. _____

77. 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).

Ответ. _____

78. Выделяют три основных варианта финансирования:

- а) финансирование из собственных средств;
- б) финансирование из заемных средств;
- в) частное финансирование;
- г) смешанное финансирование.

1. а), б), в);

2. а), б), г);

3. а), б), г);

4. б), в), г).

Ответ. _____

79. Риск – это:

а) вероятность того, что произойдет какое-нибудь неблагоприятное событие;

б) опасность, незащищенность от потерь или ущерба;

в) вероятность (угроза) потери предприятием части своих ресурсов, не допущения доходов или появления дополнительных расходов в результате осуществления проекта;

г) верно б) и в);

д) все ответы верны.

Ответ. _____

80. Все разделы бизнес-плана должны:

а) быть разработаны одним разработчиком;

б) корреспондировать между собой;

в) быть самостоятельными;

г) красиво выглядеть.

Ответ. _____

81. Финансовые риски – это риски, связанные:

а) с недопоставкой сырья и материалов;

б) с изменением спроса на продукцию;

в) с изменением курса валюты;

г) со стихийными бедствиями.

Ответ. _____

82. Основным инструментом мониторинга фактических финансовых результатов работы компании является:

а) баланс;

б) бюджет на следующие 6 месяцев;

- в) бюджет на следующие 12 месяцев;
- г) бюджет на следующие 24 месяца.

Ответ. _____

83. Очень уязвима в отношении конкуренции, изменения моды и так далее компания, которая выпускает:

- а) один-единственный товар;
- б) товар, который можно продать только один раз;
- в) товары не первой необходимости;
- г) слишком простые товары.

Ответ. _____

84. Наименее рискованными являются инвестиционные проекты:

- а) проекты, в разработке которых принимают участие опытные эксперты;
- б) проекты, выполняемые по государственному заказу;
- в) проекты, связанные с созданием новых производств и технологий;
- г) проекты, финансируемые за счёт кредитных ресурсов.

Ответ. _____

85. Основная цель подготовки раздела «Производственный план» бизнес-плана:

- а) обосновать место производства продукции;
- б) обосновать производство продукции в необходимых объемах, в нужные сроки и требуемого качества;
- в) обосновать разработку продукции;
- г) обосновать организационную структуру предприятия.

Ответ. _____

86. Основная цель подготовки раздела «Инвестиционный план» бизнес-плана?

- а) обосновать, какие оборотные средства (оборотный капитал) необходимы для реализации предполагаемого проекта;
- б) обосновать, какие кредитные ресурсы необходимы для реализации предполагаемого проекта;
- в) обосновать, какое оборудование необходимо для реализации предполагаемого проекта;
- г) обосновать, какие инвестиции необходимы для реализации предполагаемого проекта.

Ответ. _____

Контроллинг и стратегии в бизнес-планировании:

87. К внутренним источникам инвестиций не относятся:

- а) амортизация;
- б) прибыль;
- в) накопления;
- г) паевые взносы.

Ответ. _____

88. Контроллинг преимущественно ориентирован на учёт и контроль:

- а) итоговых показателей деятельности предприятия;
- б) показателей работы внутризаводских подразделений и служб;
- в) в интересах собственников предприятия: сохранность имущества, правильность начисления дивидендов;
- г) показателей использования ресурсов предприятия.

Ответ. _____

89. Отдел контроллинга:

- а) должен входить в состав бухгалтерии предприятия;
- б) должен выделяться в самостоятельный отдел заводоуправления;
- в) вопрос решается по усмотрению руководства предприятия;
- г) должен входить в состав финансово-экономической службы предприятия.

Ответ. _____

90. Постоянные расходы предприятия:

- а) неизменны в общей сумме затрат;
- б) постоянны в расчете на единицу продукции;
- в) изменяются в течение краткосрочного периода;
- г) не изменны в течение долгосрочного периода.

Ответ. _____

91. Стратегические решения в управлении:

- а) требуют капитальных вложений;
- б) осуществляются в основном за счёт оборотных средств;
- в) осуществляются за счёт бюджетных ассигнований;
- г) не требуют затрат вообще.

Ответ. _____

92. Чему будет равен критический объём, если цена реализации 6 руб., удельные переменные затраты 4 руб., постоянные затраты за период 100 руб.

- а) 50 ед.;
- б) 100 ед.;
- в) 80 ед.;
- г) 75 ед.

Решение _____

(Ответ _____)

93. Критерием отбора инвестиционных проектов для финансирования является:

- а) минимальный объём капиталовложений;
- б) минимальный срок окупаемости всех затрат, связанных с проектом;
- в) чистый дисконтированный доход;
- г) индекс доходности как отношение дисконтированной суммы прибыли к объёму инвестиций.

Ответ. _____

94. Задачей оперативного контроллинга является:

- а) контроль ограничений;
- б) контроль планов;
- в) контроль, определение и устранение текущих проблем;
- г) разработка альтернативных стратегий.

Ответ. _____

95. Главной задачей стратегического контроллинга относится:

- а) контроль тактических показателей;
- б) сопровождать и поддерживать стратегический план относительно обеспечения его жизнеспособности.
- в) определение «узких мест» тактического управления;
- г) определение внешних и внутренних позиций предприятия.

Ответ. _____

Ответы на итоговое тестовое задание: 1–г); 2–в); 3–а); 4–б,в,г); 5–б); 6–в); 7–в); 8–б); 9–а); 10–а); 11–в); 12–г); 13–г); 14–г); 15–а); 16–б); 17–а); 18–а); 19–б); 20–г); 21–а); 22–а); 23–г); 24–б); 25–г); 26–б); 27–г); 28–в); 29–в); 30–а); 31–г); 32–б); 33–в); 34–г); 35–а); 36–г); 37–б); 38–в); 39–в); 40–а); 41–б); 42–а); 43–а); 44–а); 45–в); 46–а); 47–в); 48–б); 49–а); 50–б); 51–б); 52–а); 53–г); 54–б); 55–а); 56–г); 57–б); 58–в); 59–в); 60–б); 61–б); 62–а); 63–г); 64–в); 65–б); 66–г); 67–б); 68–в); 69–в); 70–б); 71–в); 72–а); 73–5); 74–5); 75–2); 76–г); 77–3); 78–3); 79–г); 80–б); 81–в); 82–в); 83–а); 84–б); 85–б); 86–г); 87–г); 88–б); 89–г); 90–г); 91–а); 92–а); 93–в); 94–в); 95–б).

ПОНЯТИЙНЫЙ АППАРАТ (ГЛОССАРИЙ)

Агент – юридическое или физическое лицо, которое выступает в роли посредника за счёт и в интересах другого лица (принципала), а также осуществляет действия в подготовке сделок, но без права подписи. Свои действия агент совершает обычно за вознаграждение, размер которого определяется по агентскому соглашению между агентом и лицом, давшим поручение.

Аккредитив – денежный документ, удостоверяющий право юридического лица, на имя которого он выдан, получить в банке указанную в нем сумму. Используется в коммерческой практике как форма безналичных расчётов между предприятиями-поставщиками и потребителями, а также в международных расчётах по коммерческим операциям. Аккредитив открывается на определенный срок для расчётов с одним поставщиком.

Активы предприятия – имущество юридического лица. Состоит из материальных, финансовых и нематериальных (неосязаемых) активов. Материальные активы включают земельную собственность, права на земельные участки и строения, здания, сооружения, технологические установки и машины, запасы сырья, материалов, готовой продукции и незавершенного производства.

Акционерное общество – предприятие, капитал которого формируется в результате объединения средств многих участников путем продажи акций, прибыль между акционерами распределяется в виде дивиденда.

Алгоритм – набор инструкций, описывающих порядок действий исполнителя для достижения некоторого результата. В старой трактовке вместо слова «порядок» использовалось слово «последовательность», но по мере развития параллельности в работе компьютеров слово «последовательность» стали заменять более общим словом «порядок». Независимые инструкции могут выполняться в произвольном порядке, параллельно, если это позволяют используемые исполнители.

Амортизация – начисление (погашение) суммы износа активов в течение предполагаемого срока их полезного функционирования.

Анализ (др.-греч. *ἀνάλυσις* – разложение, расчленение) – метод исследования, характеризующийся выделением и изучением отдельных частей объектов исследования.

Анализ безубыточности – способ определения такого уровня выручки от реализации, при котором предприятие лишь компенсирует постоянные и переменные затраты, или при котором экономическая прибыль равна нулю.

Анализ риска – метод анализа, проводимый с учётом категории риска, например анализ чувствительности или моделирование возможных результатов вероятностными методами.

Анализ чувствительности проекта – метод оценки рисков по ключевым параметрам, которые могут подвергнуть сомнению успех бизнеса (например, увеличение цены на сырьё или снижение объема продаж). Измеряется влияние возможных отклонений отдельных параметров проекта от расчетных значений на конечные показатели проекта.

Аннотация (от лат. *annotation*) – краткое изложение содержания книги, статьи, в данном случае бизнес-плана.

Аналитический учёт – детализированный учёт натуральных и стоимостных показателей, данные которого обобщаются в системе бухгалтерского учёта. Ведется в регистрах аналитического учёта (ведомостях, карточках, книгах, машинно-граммах и видео-граммах) на основе первичной документации.

Анализ чувствительности проекта – метод оценки рисков по ключевым параметрам, которые могут подвергнуть сомнению успех бизнеса (например, увеличение цены на сырьё или снижение объема продаж). Измеряется влияние возможных отклонений отдельных параметров проекта от расчетных значений на конечные показатели проекта.

Аннотация (от лат. *annotation*) – краткое изложение содержания книги, статьи, в данном случае бизнес-плана.

Аутсорсинг (от англ. *outsourcing* – использование чужих ресурсов) – передача на длительное время ведение какой-либо непрофильной деятельности организации, которая в принципе может осуществляться своими силами.

Аренда – предоставление или принятие во временное пользование, владение и пользование различными имущественными объектами за определенную плату на договорных началах. В отличие от договора купли-продажи, при котором право собственности на товар переходит от продавца к покупателю, аренда, сохраняет за арендодателем право собственности за сданное внаем имущество, представляя арендатору лишь право на его использование. После окончания срока аренды возможно приобретение имущества арендатором.

Арендатор – юридическое или физическое лицо, которое получает во временное пользование тот или иной объект аренды.

Арендная плата – плата за имущество или объект аренды, предоставляемый во временное владение с учётом размера оплаты, периодичности ее внесения и сроков, которые определены договором аренды. В данном договоре аренды предусмотрены также амортизационные отчисления, бюджетные, страховые платежи и соответствующая прибыль для арендодателя.

Арендодатель – юридическое или физическое лицо, сдающее во временное пользование имущественные объекты или иное имущество. При этом право сдачи имущества в аренду принадлежит собственнику, в том числе иностранным юридическим или физическим лицам.

Асимметричность информации в микроэкономике (англ. *Asymmetric (al) information*; также *несовершенная информация, неполная информация*) – это неравномерное распределение информации о товаре между сторонами сделки. Обычно продавец знает о товаре больше, чем покупатель, хотя возможна и обратная ситуация.

Аукцион – форма организации продажи товарных и иных ценностей, основанная на проведении публичных торгов. В основе аукционной торговли заложен принцип состязательности покупателей. На аукционе торги ведет аукционист, наделенный полномочиями объявления во время торгов цен и покупателя, предложившего наивысшую цену. Аукционы могут проводиться и на понижение цен, так называемые голландские аукционы. В этом случае цена снижается до тех пор, пока не появится желающий приобрести товар.

Баланс – финансовый отчетный документ, отражающий стоимость активов, обязательств и собственного капитала организации по состоянию на определенный момент времени.

База распределения косвенных расходов – показатель, пропорционально которому косвенные расходы распределяются по носителям затрат.

Безнадежные долги – часть дебиторской задолженности, получение которой признано невозможным вследствие отказа суда или арбитража во взыскании или вследствие неплатежеспособности должника.

Безвозвратные затраты – затраты, на которые нельзя повлиять управленческими решениями.

Бартерная сделка (бартер) – вид торговых сделок, при которых взаимный обмен продукцией осуществляется без денежной оплаты, то есть оплата осуществляется в товарной форме. Пропорция обмена при этом определяется с учетом соотношения цен на обмениваемые товары на мировом или внутреннем рынке.

Бенчмаркинг (от англ. *benchmarking*), **сопоставительный анализ на основе эталонных показателей** – это процесс определения, понимания и адаптации имеющихся примеров эффективного функционирования компании с целью улучшения собственной работы. Он в равной степени включает в себя два процесса: оценивание и сопоставление. Обычно за образец принимают «лучшую» продукцию и маркетинговый процесс, используемые прямыми конкурентами и фирмами, работающими в других подобных областях, для выявления фирмой возможных способов совершенствования её собственных продуктов и методов работы.

Бизнес (от англ. *business* – дело) – инициативная экономическая деятельность хозяйствующих субъектов, осуществляемая за счет собственных

и/или заемных средств на свой риск и под свою ответственность, ставящая главными целями получение прибыли и развитие собственного дела.

Бизнес-идея – идея по внедрению инноваций: новых изобретений, технологий, продуктов или выход на рынок с традиционными продуктами, которые в будущем гарантируют получение прибыли.

Бизнес-модель – концептуальное описание предпринимательской деятельности.

Бизнес-план (от англ. *business plan* – план бизнеса) – программа деятельности и/или развития бизнеса хозяйствующего субъекта, где разрабатываются стратегия и тактика, направленные на достижение целей организации. Бизнес-план основан на потребностях рынка и возможностях получения необходимых производственных ресурсов.

Бизнес-процесс – совокупность различных видов деятельности, в рамках которой «на входе» используются определенные виды ресурсов, и в результате «на выходе» создается продукт, представляющий ценность для потребителя.

Биржа товарная – форма, организации торговли в соответствии с заранее установленными правилами. Биржу отличает, регулярность торговли, её приуроченность к строго определенному месту, унификация основных требований к качеству товара, условиям и срокам поставки, ведение торговли на основе встречных предложений покупателей и продавцов, заключение сделок с поставкой на будущее.

Биржа фьючерсная – современная форма биржи товарной, торговля на которой ведется фьючерсными контрактами. Торговлю на фьючерсной бирже по сравнению с торговлей реальным товаром на товарной бирже отличает фиктивный характер сделок.

Биржа фондовая – форма организации торговли ценными бумагами, осуществляемая регулярно по заранее установленным правилам. Как правило, её деятельность мобилизует средства для долгосрочных инвестиций в экономику и для финансирования отдельных государственных программ. В ходе работы биржи устанавливается курс ценных бумаг, обращающихся на бирже, в том числе акций и облигаций акционерных компаний и облигаций государственных займов.

Break-Even Analysis (Анализ безубыточности) – процесс, который позволяет компании принять решение относительно того, сколько необходимо произвести и реализовать продукции, чтобы полностью покрыть свои постоянные и переменные затраты.

Брокер торговый – торговый посредник, который не выступает самостоятельной стороной при заключении торговых сделок купли-продажи, а только обеспечивает установление контакта между возможными продавцом и покупателем. Брокер действует по разовым поручениям и строго в пределах инструкций своих клиентов. Основным преимуществом брокера является возможность обеспечения конфиденциальности. Брокер получает

вознаграждение в форме брокерской комиссии в размере 1–5% от суммы заключенных сделок. Право брокерской комиссии и её размер оговариваются в брокерском поручении.

Брокер биржевой – член биржи, который выступает в качестве посредника между производителем и потребителем за определенное вознаграждение в виде комиссионных. Как правило, брокер на бирже является ее членом и заключает сделки непосредственно в биржевом кольце (яме) как для себя, так и по поручению других лиц или фирм за определенное вознаграждение – брокеридж, ведет их счета.

Бухгалтер-аналитик – бухгалтер, наделенный управленческими функциями.

Бухгалтерский управленческий учёт – вид деятельности в рамках одной организации, который обеспечивает ее управленческий персонал информацией для планирования, собственно управления и контроля за деятельностью организации. В основе информационной базы управленческого учёта – данные об издержках предприятия.

Бизнес (от англ. *business* – дело) – инициативная экономическая деятельность хозяйствующих субъектов, осуществляемая за счет собственных и/или заемных средств на свой риск и под свою ответственность, ставящая главными целями получение прибыли и развитие собственного дела.

Бизнес-операция – совокупность процедур от начала до завершения предпринимательского замысла, проекта, т.е. от вложения первоначальных средств и до получения прибыли как конечного результата деятельности.

Бизнес-процесс – совокупность различных видов деятельности, в рамках которой «на входе» используются определенные виды ресурсов, и в результате «на выходе» создается продукт, представляющий ценность для потребителя.

Бюджет (от англ. *budget* – сумка) – предварительный финансовый документ на краткосрочный период, в котором отражены планируемые величины доходов и расходов, а также капитал, который необходимо привлечь для достижения данной цели.

Бюджетирование – оперативное планирование (краткосрочное, обычно на год) производственно-финансовой деятельности предприятия путем составления общего и частных бюджетов.

Бюджетная ставка распределения косвенных расходов – заранее рассчитанный норматив, позволяющий предварительно распределить косвенные расходы по носителям затрат.

Валовая прибыль – суммарная прибыль предприятия без каких-либо вычетов и отчислений.

Валюта – денежная единица той или иной страны, используемая в расчетах международных финансовых организаций. С точки зрения сферы применения валюты всех стран выделяют свободно конвертируемую валюту (СКВ), частично конвертируемую и неконвертируемую валюту.

Валютный курс – цена денежной единицы одной страны, выраженная в денежных единицах другой страны. Установление курса иностранных валют в национальной называется котировкой валют.

Валюта платежа – валюта расчета за товар. В качестве В. п. может быть любая валюта, согласованная между покупателем и продавцом. При этом большое значение придается переводу валюты цены в валюту платежа. Как правило, используется условие взаимного курса, при котором предусмотрено, что при наступлении срока платежа при перерасчетах валюты цены в валюту платежа будет применен курс денежного рынка страны экспортера или импортера или третьей страны.

Венчурная фирма (от англ. *venture* – рискнуть, отважиться) – мелкая или средняя инвестиционная фирма, занимающаяся прикладными НИОКР, проектно-конструкторской деятельностью и внедрением технических и технологических инноваций.

Виолентная стратегия конкуренции – стратегия конкурента, состоящая в максимизации объемов выпуска и технического оснащения производства. Производство крупносерийное или массовое, товары относительно дешевы и добротны. Предприятия-виоленты принято делить на три основные разновидности: «львы», «слоны», «бегемоты».

Внешние риски – вероятность событий, зависящих от деятельности конкретного хозяйствующего субъекта, источник возникновения – внешняя среда.

Внутренние риски – вероятность событий, зависящих от деятельности конкретного хозяйствующего субъекта, источник возникновения – сама организация.

Внутренняя норма доходности (англ. *internal rate of return*, общепринятое сокращение – *IRR* (ВНД) – это процентная ставка, при которой чистая приведённая стоимость (чистый дисконтированный доход – *NPV*) равна 0. *NPV* рассчитывается на основании потока платежей, дисконтированного к сегодняшнему дню.

Временные риски – вероятность событий, носящих временный характер, предприятие сталкивается с ними на отдельных этапах своей деятельности.

Выручка – это совокупность поступивших в отчётном периоде платежных средств и дебиторской задолженности по отгруженной (отпущенной) продукции и потребленным услугам. Как и затраты, выручка может быть нейтральной (от продажи списанного оборудования).

Вмененные издержки – экономическая выгода, упущенная вследствие предпочтения одного способа действий другим.

Внешние риски – вероятность событий, зависящих от деятельности конкретного хозяйствующего субъекта, источник возникновения – внешняя среда.

Внутренние риски – вероятность событий, зависящих от деятельности конкретного хозяйствующего субъекта, источник возникновения – сама организация.

Временные риски – вероятность событий, носящих временный характер, предприятие сталкивается с ними на отдельных этапах своей деятельности.

Возвратные отходы производства – остатки сырья, материалов, полуфабрикатов, годные для использования на предприятии, где они имели место, или у других потребителей.

Временной лаг – время между записью о совершении сделки и её действительным влиянием на денежные потоки.

«Бизнес для бизнеса» («B2B») (англ. «*Business to business*») – рус. «бизнес для бизнеса», сокращённо произносится – «би ту би») – термин, определяющий вид информационного и экономического взаимодействия, классифицированного по типу взаимодействующих субъектов, в данном случае это — юридические лица, которые работают не на конечного рядового потребителя, а на такие же компании, то есть на другой бизнес.

B2G (от англ. *business-to-government*) – отношения между бизнесом и государством. Обычно термин используется для классификации систем электронной коммерции. Примером B2G-систем могут служить системы электронных госзакупок.

G2B (англ. *government to business*, рус. правительство бизнесу) – набор программных и аппаратных средств для осуществления онлайн взаимодействия исполнительной власти и коммерческих структур с целью поддержки и развития бизнеса. К классу G2B можно отнести информационные веб-сайты органов власти, системы электронных закупок и пр.

B2C (Business-to-consumer, рус. бизнес для потребителя, произносится – «би ту си») – термин, обозначающий коммерческие взаимоотношения между организацией (*business*) и частным, так называемым «конечным» потребителем (*consumer*). B2C – также, форма электронной торговли, целью которой являются прямые продажи для потребителя.

Готовая продукция – изделия и продукты, добытые, произведенные или полностью законченные обработкой на данном предприятии, соответствующие утвержденным стандартам и техническим условиям, оформленные приемо-сдаточной документацией.

Генеральный (общий) бюджет (смета) – финансовый документ, охватывающий всю деятельность организации.

Гибкий бюджет – совокупность планов (бюджетов), рассчитанных для нескольких уровней деловой активности.

Гибкий бюджет – бюджет, составленный на несколько альтернативных уровней деловой активности организации.

Грант (англ. (*grant*) – дар, дотация, стипендия) – безвозмездная субсидия предприятиям, организациям и физическим лицам в денежной или

натуральной форме на проведение научных или других исследований, опытно-конструкторских работ, на обучение, лечение и другие цели с последующим отчётом об их использовании.

Грюндерство – это массовое неупорядоченное учредительство акционерных обществ, банков, страховых компаний, сопровождаемое обширной денежной эмиссией, биржевыми спекуляциями, созданием временных, фиктивных фирм, мошенничеством.

Горизонтальная граница – это объём выпуска одного продукта, а также предел товарного многообразия в рамках одной фирмы.

Горизонтальный размер фирмы определяется положительным эффектом масштаба, то есть субаддитивностью издержек, когда издержки меньше при совместном выпуске нескольких товаров, чем при их отдельном производстве в различных фирмах.

Гудвил (англ. *goodwill*) активы, капитал фирмы, не поддающийся материальному измерению, например репутация, техническая компетенция, связи, маркетинговые приемы, влияние и др.

Дебитор – юридическое и физическое лицо, имеющее задолженность данному предприятию.

Дегрессивные затраты – разновидность переменных издержек. Темпы роста затрат отстают от темпов роста деловой активности организации.

Денежный поток – приток или отток капитала как результат деятельности за определенный период.

Деловая активность – производственная активность организации, которая может изменяться как натуральным, так и стоимостным показателем (например, деловая активность вуза – контингентом студентов; банка – количеством обслуживаемых клиентов; больницы – количеством койко-мест и т.д.).

Демпинг (от англ. *dumping* – сбрасывание) – продажа товаров на рынках по ценам, более низкие (иногда ниже издержек производства), в целях устранения конкурентов.

Денежный поток, кэш-фло, кэш-флоу (от англ. *Cash Flow*) или **поток наличных денег** – под кэш-флоу понимают отчёт о движении денежных средств (англ. *Cash Flow Statement*), в котором отражаются все имевшие место в прошлом поступления (притоки) денежных средств и их расходование (отток денежных средств). Численное значение денежного потока характеризует величину притока денег, если оно больше нуля, или оттока денег, если оно меньше нуля. Положительный денежный поток формируют денежные средства, поступившие в экономический субъект по итогам за соответствующий период, например, поступления от продажи товаров, выполнения работ, оказания услуг. Отрицательный денежный поток формируют денежные средства, затрачиваемые экономическим субъектом в соответствующий период, например, инвестиции, возврат кредита, затраты на сырьё, энергию, материалы и другие.

Дефлированные цены – прогнозные цены, «очищенные» от влияния инфляционных процессов. Дефлирование цен на продукцию производится путем деления прогнозных цен на общий базисный индекс инфляции.

Диверсификация (новолат. *diversificatio* – изменение, разнообразие; от лат. *diversus* – разный и *facere* – делать) – расширение ассортимента выпускаемой продукции и переориентация рынков сбыта, освоение новых видов производств с целью повышения эффективности производства, получения экономической выгоды, предотвращения банкротства. Такую диверсификацию называют диверсификацией производства. Простым объяснением этого термина может являться английская поговорка: «Не клади все яйца в одну корзину».

Дилер – юридическое или физическое лицо, осуществляющее посреднические торговые операции от своего имени и за свой счёт. В системах сбыта товаров дилер в своей деятельности максимально приближены к конечным покупателям продукции.

Дисконтированная (приведённая, текущая) стоимость – оценка стоимости (текущий денежный эквивалент) будущего потока платежей исходя из различной стоимости денег, полученных в разные моменты времени (концепция временной ценности денег). Денежная сумма, полученная сегодня, обычно имеет более высокую стоимость, чем та же сумма, полученная в будущем. Это связано с тем, что деньги, полученные сегодня, могут принести в будущем доход после их инвестирования. Кроме того, деньги полученные в будущем в условиях инфляции обесцениваются (на ту же сумму в будущем можно приобрести меньшее количество товаров и услуг).

Дистрибьютор – независимый оптовый посредник, осуществляющий деятельность по закупке продукции с целью ее продажи для конечного потребления. Отношения между дистрибьютором и его заказчиком строятся на договорной основе. В соответствии с договором на дистрибьюторское обслуживание оговариваются размеры наценок и скидок, которые варьируются в зависимости от конкретных условий выполнения договора: сроков исполнения заказа, величины партий поставок товаров, формы расчёта и порядка доставки грузов.

Диверсификация (от лат. *diversus*) – процесс распределение капитала между различными объектами вложения, которые непосредственно не связаны между собой, например, расширение ассортимента продукции, увеличение числа поставщиков, покупателей и пр. с целью снижения рисков потерь, предотвращения банкротства и в надежде получения более высокого дохода.

Директивное (статистическое) планирование – разработка программы деятельности хозяйствующего субъекта сверху вниз с четко заданными показателями, представляющая жесткую конструкцию в заданных условиях.

Диверсификация (от лат. *diversus*) – процесс распределение капитала между различными объектами вложения, которые непосредственно не связаны между собой, например, расширение ассортимента продукции, увеличение числа поставщиков, покупателей и пр. с целью снижения рисков потерь, предотвращения банкротства и в надежде получения более высокий доход.

Директивное (статистическое) планирование – разработка программы деятельности хозяйствующего субъекта сверху вниз с четко заданными показателями, представляющая жесткую конструкцию в заданных условиях.

«Директ–костинг» (Direct-Costing-System) – один из вариантов калькулирования неполной себестоимости, при котором в себестоимость включаются лишь переменные издержки.

Дисконт (англ. *discount*) – (анг. *discount* – переводится как скидка) – разница в цене по которой продается товар или материальная ценность в настоящее время и ценой её номинала при погашении или при продаже.

Дисконтирование – процедура приведения денежных средств к их стоимости в момент сравнения.

Дисконтированная стоимость – расчётная величина денежных средств будущих поступлений, выраженная через текущую стоимость и коэффициент дисконтирования.

Дисперсия (от лат. *dispersio* – рассеяние) в зависимости от контекста может означать: дисперсия волн; дисперсия света; дисперсия звука; дисперсия случайной величины – одна из усреднённых характеристик случайной величины и др.

Добавленные затраты – издержки, производимые кем-либо в дополнение к ранее понесенным затратам.

Достоверность в учёте для управления означает возможность для компетентного пользователя делать на основе данных учёта и отчётности правильные выводы.

Допустимый риск – данное событие не окажет существенного влияния на деятельность фирмы, возможные финансовые потери могут быть предотвращены при помощи соответствующих методов управления рисками; потери могут быть меньше величины ожидаемой прибыли или наблюдается полная потеря расчетной прибыли от бизнеса.

Долги, относимые в убыток – часть дебиторской задолженности, относимая на убытки предприятия вследствие признания её безнадежной к получению или в результате истечения срока исковой давности.

Долгосрочные обязательства – долги предприятия с обязательством возврата в течение более одного года: обеспеченные и не обеспеченные суды банков, межфирменные кредиты и обязательства, задолженность по арендным платежам.

Доходность инвестиций – показатель эффективности инвестиций, определяемый как частное от деления годовой прибыли после уплаты налогов на балансовую стоимость (среднюю за период или на конец периода) активов, всего предприятия или отдельного центра, где генерируется прибыль.

Доходы будущих периодов – средства, полученные в отчётном периоде, но относящиеся к последующему времени (вперед полученная арендная плата, уплата по абонементам и т. п.).

Доходы от предпринимательской деятельности (кроме выручки от продажи продукции и товаров, поступлений, связанных с выполнением работ, оказанием услуг) – это платежи за временное владение и использование своих активов, прав, возникающих из патентов на изобретения и других видов интеллектуальной собственности, от участия в уставных капиталах других организаций и т. п.

Жизненный цикл товара – период жизни товара на рынке, отражающий основные этапы развития товара с момента его разработки до вывода на рынок, а именно: внедрение на рынок, рост спроса, зрелость, насыщение и спад спроса.

Жизнеспособность проекта – способность проекта генерировать доход, обеспечивающий покрытие издержек и получение запланированной прибыли в течение всего расчётного срока службы проекта после пуска в эксплуатацию.

Заём – вид обязательственных отношений, договор, согласно которому одна сторона (заимодавец) передаёт в собственность или управление другой стороне (заёмщику) деньги или товары, определённые родовыми признаками (например: числом, весом, мерой), а заёмщик обязуется возвратить равную сумму денег или равное количество вещей того же рода и качества. Согласно другим источникам, заём может быть не только беспроцентным (безвозмездным), но и процентным (возмездным).

Заказ – коммерческий документ, в котором покупатель подробно указывает все необходимые условия для изготовления или подготовки заказываемого товара, все существенные элементы, необходимые для заключения торговой сделки.

Запас финансовой прочности – сумма, на которую предприятие может позволить снизить выручку, снижая объём производства или цену продукта, не выходя из зоны прибылей.

Запасоёмкие затраты – затраты, осуществление которых ведет к увеличению стоимостной оценки запасов: затраты материальных ресурсов на оплату труда основных производственных рабочих с начислениями на неё, амортизация основных средств цехового значения.

Затраты производства – выраженные в денежной форме расходы предприятия на производство продукции. Включают затраты на освоение производства продукции, расходы, непосредственно связанные с изготов-

лением изделий, добычей полезных ископаемых, организацией производства и управления на уровне предприятия.

Затраты – это выраженные в денежной форме совокупные издержки живого и овеществленного труда в процессе предпринимательской деятельности в течение определенного периода времени (затраты на маркетинг, расходы, возникающие в процессе переработки или использования материально-производственных запасов для изготовления (добычи) продукции и другое). Часть затрат может быть нейтральной к процессу производства, но также включаться в их общую сумму (налоги и приравняемые к ним платежи за счёт себестоимости и др.).

Индекс рентабельности инвестиций (англ. *PI* от англ. *Profitability Index*) рассчитывается как отношение суммы дисконтированных денежных потоков к первоначальным инвестициям. Несложно заметить, что при оценке проектов, предусматривающих одинаковый объём первоначальных инвестиций, критерий *PI* полностью согласован с критерием *NPV*. Таким образом, критерий *PI* имеет преимущество при выборе одного проекта из ряда имеющих примерно одинаковые значения *NPV*, но разные объёмы требуемых инвестиций. В данном случае выгоднее тот из них, который обеспечивает большую эффективность вложений. В связи с этим данный показатель позволяет ранжировать проекты при ограниченных инвестиционных ресурсах.

Идея (др. греч. *ιδέα*) – вид, форма, прообраз) в широком смысле – мысленный прообраз какого-либо действия, предмета, явления, принципа, выделяющий его основные, главные и существенные черты.

Издержки – денежное измерение суммы ресурсов, используемых с какой-либо целью. Издержки, понесенные организацией в момент приобретения каких-либо материальных ценностей или услуг, составляют затраты организации.

Издержки производства – совокупность затрат живого и овеществленного труда на производство продукта, выраженных в натуральной или стоимостной формах.

Имидж – представление покупателей и заказчиков о престиже фирмы, конкурентоспособности ее относительно других фирм, качестве изготавливаемых ею товаров и оказываемых услуг. Стабильный высокий имидж фирмы служит залогом ее коммерческого успеха, устойчивого финансового положения на рынке и укреплением связей с общественностью.

Инжиниринг – оказание фирмой услуг консультационного характера, а также связанных с разработкой проектов строительства; составлением схем; выбором оптимальных вариантов строительства объектов; с поставками машин, оборудования и материалов и проведением опытно-конструкторских и изыскательских работ. Инжиниринговые услуги осуществляются инженерно-консультационными и инжиниринговыми фирмами, заказчиками которых, как правило, являются предприятия таких от-

раслей, как электроника, нефтехимия, машиностроение, строительство и др.

Инвестор – юридическое или физическое лицо, принимающее решение о вложении собственных, заемных или привлеченных имущественных и интеллектуальных ценностей в инвестиционный проект и выступающее в роли вкладчика, кредитора.

Инвестиционные бизнес-планы – программы деятельности хозяйствующих субъектов, направленные на внедрение инноваций в виде новых технологий, продуктов или выход на рынок с традиционным продуктом. Эти программы осуществляются через новое строительство или расширение действующих предприятий, либо проведение реконструкции, модернизации, технического перевооружения.

Индикативное планирование – разработка программы деятельности хозяйствующего субъекта с нечеткими рамками и возможностью существенных внесения коррективов.

Инструментальные методы – специальные эмпирические методы исследования в профессиональной педагогике, связанные с применением приборов, инструментов, аппаратов, предназначенных для изучения явлений и процессов, недоступных непосредственному восприятию используемых с целью получения объективных количественных данных; получили широкое применение в исследованиях, связанных с формированием профессиональных умений, проблемами профессиональной ориентации и профотбора, профессиональной адаптации и т.д.

Интеграция (от лат. *integer* – целый) – объединение экономических субъектов, углубление их взаимодействия, развитие связей между ними. Интеграция в экономике имеет место, как на уровне национальных хозяйств целых стран, так и между организациями, которая проявляется в производственно-технологических связях, совместном использовании ресурсов, объединении капиталов, так и в создании друг другу благоприятных условий осуществления экономической деятельности, снятии взаимных барьеров, так и на уровне внутривозрастных связей.

Интервью (англ. *interview*) – разновидность разговора, беседы между двумя и более людьми, при которой интервьюер задаёт вопросы своим собеседникам и получает от них ответы. В некоторых случаях это происходит под запись или в прямом эфире. Используется как метод исследования в целом ряде социальных и гуманитарных наук, а также в различных областях человеческой деятельности (например, в журналистике, в управлении персоналом (при приёме на работу) и т.д.).

Инвестиции – вложение капитала с целью получения экономической выгоды в течение некоторого периода времени, обычно в форме денежных потоков за период и остаточной стоимости.

Инвестиционный проект – экономический или социальный проект, основывающийся на инвестициях; обоснование экономической целесообразности

разности, объема и сроков осуществления прямых инвестиций в определенный объект, включающее проектно- сметную документацию, разработанную в соответствии с действующими стандартами.

Индекс прибыльности – критерий оценки инвестиционного проекта: текущая дисконтированная стоимость всех ожидаемых на протяжении всего жизненного цикла проекта денежных притоков, делённая на дисконтированную стоимость денежных оттоков.

Калькулирование – система исчисления затрат на производство и реализацию отдельного вида продукции и её единицы по предприятию в целом и в разрезе его структурных единиц.

Калькуляционные счета – счета бухгалтерского учёта, предназначенные для обобщения данных, необходимых при калькуляции фактической себестоимости продукции и услуг.

Калькуляция – во-первых, это расчёт, вычисление ряда экономических показателей, основанных на издержках и прибыли (себестоимости, цен, издержек обращения); во-вторых, это формуляр, бланк отчетности, содержащий калькуляционный расчёт.

Калькуляция себестоимости – исчисление затрат на производство и сбыт продукции в денежной форме.

Калькуляционные расходы – условные издержки, включаемые в затраты производства и сбыта для более полного исчисления их величины.

Капиталовложения – вложения капитала на длительный срок в ожидании получения со временем положительных денежных потоков.

Капитальное уравнение бухгалтерского учёта:

Актив = Собственный капитал + Внешние обязательства.

Категория (по Ожегову С.И.) – группа лиц, предметов, явлений, объединенных общностью каких-либо признаков. В разговорном языке то же самое, что вид, сорт, класс, ранг («определенная категория служащих»).

Катастрофический риск – финансовые потери фирмы при данном событии превысят денежные возможности предпринимателя, что представляет угрозу по достижению основных целей и может привести к банкротству фирмы, нужно принять меры по уклонению от этого риска.

Качество – совокупность свойств продукции, обуславливающих её пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с её назначением.

Квота – количественные ограничения в торговле как для товара в целом, так и для отдельных фирм-экспортеров и стран-поставщиков. Квоты бывают импортные и экспортные.

Клиент – лицо или фирма, прибегающие к услугам посредников или других юридических лиц в целях заключения контрактов, договоров, заказов на работы, товары, продукцию и различного рода услуги.

Комитент – юридическое или физическое лицо, поручающее комиссионеру продать, обменять или закупить товар на рынке в рамках комисси-

онного соглашения. Комитент является владельцем товара, право собственности комиссионеру комитент не передает, а только выплачивает ему комиссионное вознаграждение (бонус) за оказанные услуги.

Коммерческий риск – возможная ситуация, приносящая материальный ущерб, потери. В коммерческой деятельности, как правило, осуществляется страхование коммерческих рисков от недобросовестных партнеров, форс-мажорных обстоятельств и многих других ситуаций.

Конкурент – физическое или юридическое лицо, область деятельности, интересы и цели которого идентичны области деятельности, интересам и целям данного физического или юридического лица. Конкурент – товаропроизводитель, расширение или сохранение объемов деятельности которого ведет к уменьшению рыночной доли другого товаропроизводителя.

Конкурентоспособность товара – сравнительная характеристика потребительских и стоимостных параметров данного товара по отношению к товару-аналогу конкурента. Конкурентоспособность определяет возможность сбыта товара на определенном рынке, где осуществляется продажа аналогичных товаров конкурента.

Конкуренция – соперничество между товаропроизводителями за лучшие, экономически более выгодные условия производства и сбыта товаров.

Коносамент – документ, подтверждающий принятие груза к перевозке и обязывающий перевозчика передать груз грузополучателю. К. является товарораспределительным документом и оформляется в нескольких экземплярах, которые обязательно должны быть оригиналами.

Консигнация – поручение одной стороной (консигнантом) другой стороне (консигнатору), продать от своего имени, но за счет консигнанта товары со склада, находящегося за рубежом.

Контракт – соглашение обязательного характера, по которому одна сторона берет обязательство купить у другой стороны или продать ей обусловленное количество товара. Обычно этот документ представляет договор «купли-продажи» товаров или услуг с переходом прав собственности на товар от продавца к покупателю.

Контроллинг (*controlling*) 1) функция менеджмента (*management*), управления в социально-деятельностных системах, осуществляемого по жёстко заданным правилам, алгоритму, 2) целостная управленческая автоматизированная система управления на предприятии.

Координация (от лат. *coordination* – расположение в порядке) – согласование, приведение в соответствие действий, составных частей чего-либо и т.д.

Кредит (лат. *creditum* – заём от лат. *credere* – доверять) или кредитные отношения – общественные отношения, возникающие между субъектами экономических отношений по поводу движения стоимости.

Критический риск – при данном событии финансовые потери фирмы превысят расчетную прибыль вплоть до полной потери расчетной выручки.

Критерий (др.-греч. *κρίτηριον* – способность различения, средство суждения, мерило) – признак, основание, правило принятия решения по оценке чего-либо на соответствие предъявленным требованиям (мере).

Клиент (от лат. *cliens*, множ. *clientes*) – в Древнем Риме свободный гражданин, отдавшийся под покровительство патрона и находящийся от него в зависимости. **Клиент** – заказчик, покупатель, приобретатель услуг.

Коммивояжёр (фр. *commis voyageur*) – разъездной посредник, который, перемещаясь по рынку, играет роль простого посредника или действует по поручению своего клиента (продавца); разъездной торговый агент какой-либо фирмы, предлагающий покупателям товары по образцам и каталогам, за определённое вознаграждение, которое зависит от количества или суммы проданного товара. Коммивояжёр вправе сам получать деньги за товары и устанавливать сроки платежей.

Компетенция. Американский (психологический) подход, компетенция – сплав качеств, которые делают из данного человека выдающегося работника. Британский подход, компетенция – способность работать в соответствии с профессиональными стандартами. Французский (европейский) подход, нечто среднее. В России рассматривают в рамках американского подхода.

Компетенция – набор устойчивых качеств, необходимых для успешного выполнения работы и проявляющийся в определённом поведении. Любая компетенция должна иметь свои поведенческие индикаторы.

Коммутантная (соединяющая) стратегия преобладает при обычном бизнесе в местных (локальных) масштабах. Сила местного не специализированного предприятия в его лучшей приспособленности к удовлетворению не больших по объёму (а нередко и кратковременных) нужд конкретного клиента. Это путь повышения потребительской ценности не за счёт сверхвысокого качества (как у пациента), а за счёт индивидуализации услуги. «Вы доплачиваете за то, что я решаю именно Ваши проблемы» – лозунг коммутантов.

Контроль в управленческом учёте в первую очередь нацелен на перспективу. Существует контроль правильности выбора цели затрат и результатов деятельности; контроль внешних и внутренних ограничений, мешающих предприятию достичь поставленных целей; бюджетный контроль составления и исполнения сметы доходов и расходов. Текущий контроль в учёте для управления включает мониторинг внешней и внутренней среды для определения её возможного влияния на производственно-хозяйственную деятельность организации. Последующий контроль осуществляется путем выявления или расчёта отклонений фактических значений от плановых и анализа причин этих отклонений.

Концепция СБЕ («Стратегическая бизнес – единица» – *Strategic Business Unit*) – концепция, позволяющая оптимизировать организационную структуру предприятия. Предлагает разработку независимой стратегии для каждой единицы бизнеса, называемой СБЕ.

Коммерция (от лат. *commercium* – торговля): в узком смысле – торговая и торгово-посредническая деятельность, участие в продаже или содействие продаже товаров и услуг; в широком смысле – предпринимательская деятельность.

Коммерческие расходы – сбытовые и другие, не относящиеся к производству расходы, включаемые в полную себестоимость продукции.

Кумуляция (лат. *cumulatio* – увеличение, скопление) – сосредоточение рисков в пределах определенного ограниченного пространства.

Косвенные затраты – издержки, которые невозможно или экономически невыгодно прямо относить на носитель затрат. Распределяются между отдельными носителями согласно выбранной предприятием методике, описываемой в учётной политике.

Конкурентная карта рынка является заключительным этапом маркетинговых исследований и представляет собой классификацию конкурентов по занимаемой ими позиции на рынке (конкурентному статусу). Большинство специалистов сходятся во мнении, что конкурентная карта рынка может быть построена с использованием двух показателей: занимаемой доли рынка и динамики доли рынка. Распределение доли рынка позволяет выделить ряд стандартных положений предприятий на рынке: «лидеры рынка», «предприятия с сильной конкурентной позицией», «предприятия со слабой конкурентной позицией», «аутсайдеры».

Консалтинг (консультирование) – деятельность по консультированию руководителей, управленцев по широкому кругу вопросов в сфере финансовой, коммерческой, юридической, технологической, технической, экспертной деятельности. Цель консалтинга – помочь системе управления (менеджменту) в достижении заявленных целей.

Контент-анализ (от англ.: англ. *contents* – содержание, содержимое) или анализ содержания – стандартная методика исследования в области общественных наук, предметом анализа которой является содержание текстовых массивов и продуктов коммуникативной корреспонденции. В отечественной исследовательской традиции «контент-анализ» определяется как количественный анализ текстов и текстовых массивов с целью последующей содержательной интерпретации выявленных числовых закономерностей. Выделяют два основных типа «контент-анализа»: количественный и качественный.

Корреляция (от лат. *correlatio* «соотношение, взаимосвязь») или **корреляционная зависимость** – статистическая взаимосвязь двух или более случайных величин (либо величин, которые можно с некоторой допустимой степенью точности считать таковыми). При этом изменения значе-

ний одной или нескольких из этих величин сопутствуют систематическому изменению значений другой или других величин.

Коэффициент ликвидности – рассчитывается как отношение оборотных средств к краткосрочным обязательствам.

Коэффициент оборачиваемости активов – равен отношению суммарной выручки от реализации продукции за год к среднегодовому значению суммы всех активов.

Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности – показывает среднее число дней, требуемое для взыскания задолженности.

Коэффициент оборачиваемости основных средств – равен отношению суммарной выручки от реализации продукции за год к среднегодовому значению суммы чистых вне оборотных активов.

Коэффициент оборачиваемости рабочего капитала – равен отношению суммарной выручки от реализации продукции за год к среднегодовому значению чистого рабочего капитала.

Коэффициент рентабельности чистой прибыли – показывает долю чистой прибыли в чистом объеме продаж.

Коэффициент срочной ликвидности – определяется как отношение наиболее ликвидной части оборотных активов к краткосрочным обязательствам.

Кредит (лат. *creditum* – заём от лат. *credere* – доверять) или кредитные отношения – общественные отношения, возникающие между субъектами экономических отношений по поводу движения стоимости.

Кредиторы – юридические и физические лица, перед которыми у предприятия имеется задолженность.

KPMG (произносится *Кей Пи Эм Джи*) – одна из крупнейших в мире сетей, оказывающих профессиональные услуги, и одна из аудиторских компаний Большой четвёрки наряду с *Deloitte*, *Ernst & Young* и *PwC*. Международная штаб-квартира расположена в Амстелвене (Нидерланды).

Численность сотрудников *KPMG* составляет 162 000 человек. Компания оказывает три вида услуг: аудиторские, налоговые и консультационные услуги. Консультационные услуги, в свою очередь, подразделяются на три группы: управленческое консультирование, рисковое консультирование и реструктуризация с ведением дел.

Лизинг – сдача в аренду различных видов технических средств, зданий и сооружений преимущественно на среднесрочный и долгосрочный периоды. В процессе реализации лизинга формируется комплекс имущественных и экономических отношений, возникающих в связи с приобретением в собственность имущества и последующей сдачи его во временное пользование за определенную плату.

Ликвидность – 1) способность превращения активов фирмы, ценностей в наличные деньги, мобильность активов; 2) способность заемщика

обеспечить своевременное выполнение долговых обязательств, платежеспособность; 3) в широком смысле слова – эффективность, действенность.

Лимитирование – установление ограничений сверху и снизу, например, на возможный ущерб, что способствует снижению степени риска.

Линейные производственные отношения предполагают выдачу указаний начальником подчиненным лицам.

Лицензия – разрешение со стороны государственных органов на проведение торговли как на внутреннем рынке сбыта, так и на внешнем. При осуществлении внешней торговли оформляются экспортно-импортные лицензии в Министерстве внешних экономических связей. Лицензия является основной формой государственного регулирования торговли как на внутреннем рынке, так и на внешнем. Наряду с этой формой важнейшее значение приобретает и оформление разрешения на использование изобретений и результатов научных исследований и опытно-конструкторских разработок. Как правило, подобные лицензии выдаются на изобретения, охраняемые патентами, но существуют также беспатентные лицензии.

Логика (др.-греч. *λογική* – «наука о правильном рассуждении», «способность к рассуждению» от др.-греч. *λόγος* – «рассуждение», «мысль», «разум») – раздел философии, нормативная наука о формах, методах и законах интеллектуальной познавательной деятельности, формализуемых с помощью логического языка.

Логотип (от греч. *logos* – слово и *typos* – отпечаток) – оригинальное начертание, изображение полного или сокращенного наименования фирмы или товаров и фирмы. Специально разрабатывается фирмой с целью привлечения внимания к ней и к её товарам.

Лот – стандартная по количеству и качеству партия товара, предлагаемая на продажу как одно целое. Используется при проведении биржевых, ярмарочных торгов и аукционов.

Маклер – предприниматель, который осуществляет в целом посреднические функции от своего имени и за свой счет и часто встречается в мелкооптовой, розничной и биржевой торговле.

Маркетинг – комплексная система мер по организации управления производственно-сбытовой деятельностью, основанная на изучении и прогнозировании рынка с целью максимизации возможностей удовлетворения потребностей покупателей и получения прибыли.

Маржинальный доход – разница между выручкой от реализации продукции (работ, услуг) и себестоимостью, рассчитанной по переменным издержкам. Определяется в системе «директ-костинг».

Маржа безопасности – количество продукции, которое не позволит предприятию выйти из зоны прибыли.

Медиана треугольника (лат. *mediana* – средняя) – отрезок, соединяющий вершину треугольника с серединой противоположной стороны. Иногда медианой называют также прямую, содержащую этот отрезок. Точка

пересечения медианы со стороной треугольника называется основанием медианы.

Меморандум (от лат. *memorandum* – буквально: то, о чём следует помнить): в международных либо экономических отношениях – дипломатический документ, обычно вручаемый лично представителю другой страны (компании, корпорации) либо прилагаемый к дипломатической ноте, в котором подробно излагается фактическая сторона интересующего обе стороны вопроса, дается анализ тех или иных положений, приводится обоснование позиции государства (договаривающейся стороны); в разных учреждениях: докладная записка, служебная справка; в торговле – письмо с напоминанием о чем-либо; в страховых полисах (особенно морских) – перечисление опасностей, страхование от которых не производится; устанавливаемое компанией-дистрибьютором кинофильма ограничение по скидкам и акциям для кинопрокатчиков; вообще отметка всего достойного запечатления в памяти.

Метод (от греч. *methodos* – исследование) – способ, прием исследования явлений в экономики, подход к изучаемым явлениям, планомерный путь научного познания и установления истины.

Методика (от греч. *methodike*) – конкретизация метода, доведения его до инструкции, алгоритма, четкого описания способа существования.

Методология (от греч. *μεθωδολογία* – учение о способах; от др. – греч. *μέθοδος* из *μετά* + *ὁδός*, букв. «путь вслед за чем-либо» и др. – греч. *λόγος* – мысль, причина) – учение о методах, способах и стратегиях исследования предмета.

Мода (в статистике) – значение во множестве наблюдений, которое встречается наиболее часто. (Мода = типичность.) Иногда в совокупности встречается более чем одна мода (например: 6, 2, 6, 6, 8, 9, 9, 9, 10; мода = 6 и 9). В этом случае можно сказать, что совокупность мультимодальна. Из структурных средних величин только мода обладает таким уникальным свойством. Как правило мультимодальность указывает на то, что набор данных не подчиняется нормальному распределению.

Синектика (англ. *synectics* – «совмещение разнородных элементов») – методика исследования, основанная на социально-психологической мотивации коллективной интеллектуальной деятельности, предложенная У. Дж. Гордоном. Является развитием и усовершенствованием метода мозгового штурма. У. Гордон сформулировал в виде метода решения проблем, когда руководил группой исследования изобретений для Артура Д. Литгла. Один из эвристических методов.

Метод мозгового штурма (мозговой штурм, мозговая атака, англ. *Brain storming*) – оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных

идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертной оценки.

Метод высшей и низшей точек позволяет разделить затраты на постоянную и переменную части, описав их формулой $y = a + bx$, где y – совокупные затраты; a – постоянная часть; b – удельные переменные затраты; x – деловая активность предприятия.

Метод условных единиц позволяет пересчитать не полностью законченные обработкой изделия в условно готовые изделия.

Метод учёта затрат на производство и калькулирования себестоимости продукции – совокупность приемов документирования и отражения производственных затрат, обеспечивающих определение фактической себестоимости единицы продукции. По объектам учёта затрат выделяют по процессный, по передельный и по заказный методы, по полноте учитываемых издержек – калькулирование полной и неполной себестоимости, по оперативности – методы учёта фактической себестоимостью и нормативных затрат. Метод затрат на производство и калькулирования выбирается предприятием самостоятельно.

Метод фактических затрат – последовательное накопление данных о фактически произведенных издержках без отражения в учёте данных об их величине по действующим нормам.

Масштабная база – определенный период в деловой активности организации, в котором затраты ведут себя определенным образом, имеют четко выраженную тенденцию.

Методика (от греч. *methodike*) – конкретизация метода, доведения его до инструкции, алгоритма, четкого описания способа существования.

Метод (от греч. *methodos* – исследование) – способ, прием исследования явлений в экономики, подход к изучаемым явлениям, планомерный путь научного познания и установления истины.

Модель (фр. *modele*, от лат. *modulus* – «мера, аналог, образец») – это система, исследование которой служит средством для получения информации о другой системе; представление некоторого реального процесса, устройства или концепции. Модель есть абстрактное представление реальности в какой-либо форме (например, в математической, физической, символической, графической или дескриптивной), предназначенное для представления определенных аспектов этой реальности и позволяющее получить ответы на изучаемые вопросы.

Метод опроса – психологический вербально-коммуникативный метод, заключающийся в осуществлении взаимодействия между интервьюером и респондентами (людьми, участвующими в опросе), посредством получения от субъекта ответов на заранее сформулированные вопросы. Иными словами, опрос представляет собой общение интервьюера и респондента, в котором главным инструментом выступает заранее сформулированный вопрос.

Миссия – это генеральная цель фирмы, отражающая основные аспекты ее деятельности и декларирующая то, чему фирма себя хочет посвятить.

Мониторинг (от лат. *monitor* – напоминающий, надзирающий) – в экономике – непрерывное наблюдение за экономической деятельностью хозяйствующих субъектов.

Место затрат – функциональная сфера или область ответственности на предприятии, непосредственно связанная с определенным видом издержками.

Накладная – документ, применяемый при перевозках грузов. Как правило, накладная заполняется грузоотправителем и включает в себя: наименование и адрес отправителей и получателей грузов и их банковские реквизиты; пункты отправления, назначения и перевалки; полное и точное наименование груза, количество мест, массу и объём груза, маркировку груза, а также наименование железной дороги, если конечным пунктом является железнодорожная станция.

Надёжность – свойство объекта сохранять во времени в установленных пределах значения всех параметров, характеризующих способность выполнять требуемые функции в заданных режимах и условиях применения, технического обслуживания, хранения и транспортирования.

Интуитивно надёжность объектов связывают с недопустимостью отказов в работе. Это есть понимание надёжности в «узком» смысле – свойство объекта сохранять работоспособное состояние в течение некоторого времени или некоторой наработки. Иначе говоря, надёжность объекта заключается в отсутствии непредвиденных недопустимых изменений его качества в процессе эксплуатации и хранения. Надёжность тесно связана с различными сторонами процесса эксплуатации. Надёжность в «широком» смысле – комплексное свойство, которое в зависимости от назначения объекта и условий его эксплуатации может включать в себя свойства безотказности, долговечности, ремонтпригодности и сохраняемости, а также определённое сочетание этих свойств.

Накладные расходы – дополнительные к основным затратам расходы, необходимые для обеспечения процессов производства и обращения.

Начальный уровень риска – уровень риска идеи, замысла, предложения без учета мероприятий по его анализу и оценке. Это риск непознанный, не оцененный и, следовательно, достаточно высокого уровня, вследствие неготовности менеджера к возникающим рисковым событиям.

Незавершенное производство – остатки не законченной изготовлением продукции: начатое обработкой сырье, детали, узлы, полуфабрикаты, не упакованные или не сданные на склад готовой продукции изделия.

Не запасоёмкие затраты – коммерческие, сбытовые, административные издержки, не влияющие на оценку запасов и не участвующие в калькулировании производственной себестоимости.

Нелинейные (штабные) производственные отношения возникают в

тех случаях, когда одно подразделение организации предоставляет услуги другим подразделениям.

Нерегулируемые (неконтролируемые) затраты – затраты, на которые руководитель центра ответственности влиять не способен.

Нестратегические барьеры рынка – это барьеры, создаваемые объективными характеристиками отраслевого рынка, технологией производства, характером предпочтений потребителей, динамикой спроса, иностранной конкуренцией и так далее, то есть факторами объективного характера, слабо поддающиеся воздействию со стороны фирмы. К нестратегическим барьерам входа на рынок и выхода с рынка относятся следующие виды: 1. Технологические: положительный эффект масштаба; минимально эффективный выпуск. 2. Экономические: ёмкость рынка; высокая насыщенность благами; низкая платежеспособность; иностранная конкуренция; наличие инфраструктуры на рынке; уровень капитальных затрат; капитальные затраты; затраты освоения; НИОКР; длительность освоения; преимущества в уровне затрат. 3. Институциональные: административные; лицензирование; сертифицирование; квотирование; гражданские; криминальные.

Непрогнозируемые риски – события, вероятность наступления которых исключена.

Норма – заранее установленное числовое выражение результатов хозяйственной деятельности в условиях прогрессивной технологии и организации производства.

Нормативный метод учёта затрат – способ исчисления фактических затрат на производство продукции, основанный на предварительном нормировании издержек, системном учёте изменений и отклонений от норм.

Нормирование способствует своевременному выявлению и предупреждению не рационального расходования средств, определяет предельные значения затрат и результатов, упрощает технику исчисления и анализа себестоимости продукции.

Носитель затрат (объект калькулирования) – вид продукции (работ, услуг) предприятия, предназначенный к реализации.

«Ноу-хау» – технические знания, практический опыт технического, коммерческого, финансового или иного характера, которые представляют собой коммерческую ценность, применимы в производстве или профессиональной практике и не обеспечены патентной защитой. К «ноу-хау» относятся также различная новая информация, не доступная широкому кругу потенциальных пользователей. Важная особенность «ноу-хау» – секретность. С течением времени «ноу-хау» теряет свою коммерческую ценность и становится доступной многим, и тогда такую информацию нельзя считать «ноу-хау».

Объект (от лат. *objectum* – предмет) – существующий вне нас и независимо от нашего сознания внешний мир, являющийся предметом познания, практического воздействия субъекта (в философии).

Объект учёта затрат – место возникновения затрат, виды или группы однородных продуктов.

Объектом страхования могут быть имущество организаций (предприятий) и граждан, транспортные средства, перевозимые грузы, риск, ответственность, жизнь и здоровье людей.

Общепроизводственные расходы – затраты, связанные с управлением, организацией производства и общим хозяйственным обслуживанием производственных подразделений предприятия. Они относятся к условно-постоянным затратам, так как непосредственно не зависят от степени выполнения производственных программ и объёма реализации.

Общехозяйственные (общезаводские) расходы – часть затрат по управлению и обслуживанию производства и предприятия в целом, состоящих из административно-управленческих и организационных издержек, расходов на содержание общезаводских служб.

Общий финансовый результат деятельности предприятия – это производственный и финансовый результаты. Он должен соответствовать величине балансовой прибыли или убытка.

Однокруговая (интегрированная) система – организация бухгалтерского учёта, в которой применяется единая система счетов и основные материалы – сырье, материалы, полуфабрикаты и другие предметы труда, образующие материальную основу изготавливаемой продукции.

Основные средства – материальные объекты, относящиеся к средствам труда, здания, сооружения, машины, инвентарь производственного и непроизводственного назначения.

Оперативный (краткосрочный) бизнес-план – система бюджетирования хозяйствующего субъекта в целом и его подразделений на ближайший финансовый год с выделением плановых заданий по обеспечению всех направлений финансово-хозяйственной деятельности.

Оперативный контроллинг – область контроллинга, ориентированного в основном на эффективность и рентабельность производства, прибыль в краткосрочной перспективе.

Оперативный контроллинг – это объединенная система активного управления прибылью предприятия путем выявления и устранения «узких мест» в его деятельности. Главной целью оперативного контроллинга является обеспечение информационной, методической и инструментальной поддержки руководства предприятия для достижения планового уровня рентабельности, ликвидности, прибыли в краткосрочном периоде. Задачи оперативного контроллинга: планирование, управление, учет и анализ результатов деятельности предприятия; контроль, определение и устранение текущих проблем; повышение мотивации у сотрудников.

Отвлеченные средства – средства, не участвующие в обороте предприятия в данный отчётный период, отвлеченные для других целей (в специальные фонды, для перераспределения средств, платежей и т. п.).

Отчётная калькуляция – расчёт фактической себестоимости единицы продукции по истечении отчетного периода. Составляется по данным бухгалтерского учёта затрат на производство и выпуск (реализацию) готовых изделий, работ, услуг.

Оценка запасов – система учётной оценки объектов осязаемой собственности предприятия, предназначенных для продажи, производства товаров на продажу и для потребления в процессе производства.

Оперативный учёт отражает фактические величины и показатели наличия, движения и использования ресурсов предприятия за смену, день, неделю и другие периоды в пределах отчётного бухгалтерского времени (месяц, квартал, год). Он характеризуется ориентацией на информационные потребности руководителей предприятия и его подразделений и фиксацией главным образом отклонений.

Оперативный бюджет – часть генерального бюджета, включающая план прибылей и убытков, который детализируется через вспомогательные (частные) бюджеты (сметы, отражающие статьи расходов и доходов организации).

Опцион (лат. *optio* – *выбор, желание, усмотрение*) – договор, по которому покупатель опциона (потенциальный покупатель или потенциальный продавец базового актива – товара, ценной бумаги) получает право, но не обязательство, совершить покупку или продажу данного актива по заранее оговорённой цене в определённый договором момент в будущем или на протяжении определённого отрезка времени. При этом продавец опциона несёт обязательство совершить ответную продажу или покупку актива в соответствии с условиями проданного опциона.

Организационная структура предприятия – разделение предприятия на отдельные структурные подразделения и службы (центры ответственности) с целью распределения между ними управленческих функций таким образом, чтобы обеспечить эффективное достижение целей, стоящих перед организацией в целом. Различают централизованную и детализированную организационные структуры.

Отклонение – арифметическая разность между фактическими и предварительно установленными нормативными или сметными данными. Существенное отклонение – арифметическая разность составляет более 5% от предварительно установленных нормативных данных.

Оферта – письменное предложение продавца при осуществлении коммерческой деятельности, направленное возможному покупателю, о продаже товаров на определенных условиях. Различают твердую и свободную оферты.

Панель – выборочное обследование (опрос) совокупности респондентов, проводимое систематически или периодически. Панель, как выборочная совокупность людей (домохозяйств, предприятий), формируется по методу случайной или механической типологической выборки. Основные

типы панелей: потребительские, торговые, производственные, сферы услуг, специалистов.

Параметр (от др.-греч. *παράμετρον* – соразмеряю) – величина, значения которой служат для различения групп элементов некоторого множества между собой. (Следует отличать от идентификатора отдельного элемента.)

Партнёр (фр. *partenaire* – участник) – участник какой либо совместной деятельности, главным образом предпринимательской.

«Паспортичка» – это часть анкеты, содержащая вопросы по выявлению профессии, образования, возраста, семейного положения, пола и других социальных критериев; располагается в конце анкеты.

Патент – документ, выдаваемый государством юридическому или физическому лицу, обеспечивающий признание за ним прав на исключительное использование изобретения в течение установленного срока. Вопросы выдачи патента, срок действия охраны его и осуществление прав патентовладельцев регулируются национальным законодательством.

Пациентная (нишевая) стратегия типична для фирм, вставших на путь узкой специализации для ограниченного круга потребителей. Свои дорогие и высококачественные товары они адресуют тем, кого не устраивает обычная продукция. Их девиз: «Дорого, зато хорошо».

Переменные расходы предприятия – расходы, зависящие от объёма производства и объёма реализации продукции.

Переменные затраты – расходы, изменяющиеся при росте или снижении объёма производственной деятельности в определенном периоде времени.

Периодические затраты (затраты отчётного периода) – затраты, непосредственно не связанные с производством продукции (работ, услуг). Составляют из коммерческих и административных расходов.

Период оборачиваемости кредиторской задолженности – указывает среднее количество дней, которое требуется компании для оплаты ее счетов.

Период окупаемости – время, по истечении которого чистый доход организации полностью покрывает первоначально вложенный капитал.

Период оборачиваемости материально-производственных запасов – отражает скорость реализации запасов.

План в экономике – программа деятельности хозяйствующих субъектов, которая разрабатывает комплекс мероприятий по реализации стратегий и вырабатывает пути и способы их достижения; определяет последовательность и сроки выполнения конкретных мероприятий; рассчитывает необходимые для этого ресурсы; фиксирует показатели, которые необходимо достичь в конце планового периода.

Планирование – оптимальное распределение ресурсов для достижения поставленных целей, деятельность (совокупность процессов), связанная с постановкой целей (задач) и действий в будущем. Планирование в самом

общем виде подразумевает выполнение следующих этапов: постановка целей и задач; составление программы действий (проектирования); вариантное составление программы (вариантное проектирование); выявление необходимых ресурсов и их источников; определение непосредственных исполнителей и доведение планов до них; фиксация результатов планирования в материальном виде, например, в виде проекта, модели, плана, карты боевых действий, приказа в письменной форме и т. п.

Платежное поручение – документ, применяемый при безналичных расчётах за поставленную продукцию на основании платежного поручения осуществляется списание денег со счёта плательщика (покупателя) и зачисление их на счёт поставщика (получателя).

Позаказный метод учёта затрат и калькулирования себестоимости продукции – способ организации учёта затрат и исчисления себестоимости продукции по производственным заказам отдельных потребителей. Предполагает выделение из общей совокупности расходов на производство таких затрат, которые можно прямо отнести на объекты калькуляции, то есть обособленные в учёте заказы.

Полуфабрикатный метод учёта затрат и калькулирования себестоимости продукции – метод обобщения производственных расходов, при котором в себестоимости конечной продукции предприятия выделяют затраты на производство полуфабрикатов собственной выработки.

Полнота управленческого учёта означает достаточность информации для управления предприятием и его подразделениями, возможность обеспечить эту достаточность.

Посредник – юридическое или физическое лицо, находящееся посередине между другими контрагентами коммерческого процесса и выполняющее функции их сведения друг с другом для обмена товарами, услугами и информацией. В роли контрагентов, как правило, выступают производители товаров, оптовые и розничные потребители.

Постоянные расходы – затраты предприятия, в общей сумме независящие от объёма выпускаемой продукции и величины её реализации и не изменяющиеся в течение отчётного периода при увеличении или уменьшении этих показателей.

Постоянные риски – события, вероятность которых существуют в течение всего периода деятельности организации.

Постоянные расходы предприятия – расходы, не зависящие от объёма производства и объёма реализации продукции.

Понятность данных и результатов управленческого учёта важна потому, что его потребителями являются не только бухгалтеры и экономисты, но в основном администрация предприятия и линейные работники управления (инженеры, техники, мастера), то есть лица, не имеющие специальной экономической подготовки.

Попередельный метод учёта затрат и калькулирования себестоимости продукции – способ организации учёта производственных расходов и исчисления себестоимости продукции, при котором учёт затрат ведется по отдельным переделам, технологическим стадиям, этапам производства.

По процессный метод калькулирования применяется в добывающих отраслях промышленности и энергетике, характеризующихся массовым характером производства, непродолжительным производственным циклом, полным отсутствием либо незначительными размерами незавершенного производства, ограниченной номенклатурой выпускаемой продукции, единой единицей измерения и калькулирования. Часто рассматривается как упрощенная разновидность по передельного калькулирования.

Портфель заказов предприятия – это количество продукции в ассортименте, которое должно быть произведено за определенное время и продано (или поставлено) покупателям на основе контрактов. Его размер позволяет судить о прочности положения фирмы на рынке, конкурентоспособности реализуемых товаров.

«Потребительская корзина» – группа товаров народного потребления, наиболее полно отражающая уровень и структуру потребления населения данной местности. Как правило, данный показатель используется для оценки уровней жизни населения в различных странах и регионах.

Потребительские свойства товара – совокупность технических, экономических и эстетических свойств товара, которые в максимальной степени обеспечивают покупателю удовлетворение его потребностей.

План (от лат. *planum* – плоскость) – заранее намеченный порядок, последовательность осуществления какой-либо программы, выполнения работы, проведения мероприятий.

Платежи – плата в наличной или безналичной форме денег и других платежных средств, когда предприятие выступает в качестве плательщика.

Планирование позволяет предприятию количественно выразить свои цели на определенный период времени и разработать пути их достижения.

Планирование ассортимента продукции – обоснованный отбор изделий для будущего производства и сбыта, а также приведения всех характеристик изделий в соответствие с требованиями потребителей.

Прайс лист – документ, содержащий список цен на все товары и услуги, предоставляемые каким-либо предприятием, организацией и т.п.

Принцип (от лат. *principium* – основа, первоначало) – руководящая идея. Основное правило поведения, деятельности.

Принцип непрерывности в планировании заключается в том, что планы непрерывно приходят на смену друг другу по схеме скользящего планирования, а именно – оперативный план накладывается на тактический, а они, в свою очередь – на стратегический план.

Приход платежных средств – это их поступление в наличной денежной или безналичной формах, когда предприятие выступает в качестве получателя платежа.

Предельная норма доходности – минимальная ставка доходности, которую должен обеспечить инвестиционный проект; используется для выбора наиболее подходящей из имеющихся альтернативных возможностей.

Предельные затраты, предельная выручка, предельный доход – элементарное приращение затрат и стоимости при изменении некоторой финансовой переменной в связи с принятием решения.

Производственная себестоимость включает только производственные затраты. Управленческие и сбытовые издержки из калькулирования исключаются.

Производственные затраты – издержки, связанные с производством продукции (работ, услуг). Учитываются в расчётах производственной себестоимости.

Производственная выручка – это доходы от обычных видов деятельности. Она не включает доходы от операционной и иной финансовой деятельности, а также так называемые чрезвычайные доходы.

Производственный результат деятельности предприятия – сальдо, полученное в результате сопоставления производственной выручки от продаж (общая выручка минус нейтральные поступления) и производственных затрат (общие затраты минус нейтральные).

Производственный учёт – основа бухгалтерского и управленческого учёта. Накапливает информацию об издержках производства, анализирует причины их роста в сравнении с предыдущими периодами, сметами или прогнозами, выделяет возможные резервы экономии.

Прогрессивные затраты – затраты, растущие быстрее деловой активности организации.

Прогнозные риски – события, вероятность наступления которых является следствием циклического развития экономики, политики, предсказуемого развития конкуренции и т.п.

Прогнозирование объёма продаж – научно обоснованное предвидение возможного объёма продаж товара и сроков его достижения.

Продукт (от лат. *productus* – произведенный) – 1) результат человеческого труда: продукция, работы, услуги, научное открытие, идея и т.д.; 2) следствие, результат, порождение чего-либо;

Проект (от лат. *projectus* – брошенный вперед) – 1) технические документы (чертежи, макеты машин, приборов и т.п.); 2) предварительный текст какого-либо документа; 3) план, замысел; 4) целенаправленная деятельность временного характера, предназначенная для создания уникального продукта.

Простые риски – невозможно разделить на отдельные подвиды, например, инфляционный риск.

Простая норма прибыли (рентабельность, доходность инвестиций) показывает, какая часть инвестиционных затрат возмещается в виде прибыли в течение одного интервала планирования.

Первоначальные затраты капитала – это расходы на приобретение, строительство или аренду основных средств и другого имущества, наём рабочей силы и её оплату до поступления дохода, организационные расходы на получение лицензий на право деятельности, регистрацию предприятия и тому подобное. Источниками затрат являются собственные средства учредителей, паевые взносы участников, средства от продажи акций, инвестиционные кредиты и займы.

Показатель – в большинстве случаев, обобщённая характеристика какого-либо объекта, процесса или его результата, понятия или их свойств, обычно, выраженная в численной форме: в математике: показатель степени, показатель числа по модулю.

Последующие капитальные вложения – это расходы на расширение производства и сбыта продукции, покупку новых машин и оборудования, освоение новых рынков и тому подобное. Эти затраты осуществляются преимущественно за счёт полученной прибыли и накопленной амортизации.

Порог рентабельности – такая выручка, при которой предприятие уже не имеет убытков, но еще не получает прибыли.

Проспект (от лат. *prospectus* – вид будущего) – вид развития, проектирование будущего, перспектива проекта.

Прямые расходы – затраты, непосредственно связанные с изготовлением (добычей) и сбытом конкретных видов продукции и относящиеся на их себестоимость прямым путем.

Прямые и косвенные затраты. Прямые затраты можно непосредственно отнести на конкретный вид продукции или к конкретному заказу (прямые материальные и прямые трудовые затраты). Косвенные затраты невозможно или не экономично относить на конкретный продукт (затраты на вспомогательные материалы, оплату труда обслуживающего персонала, содержание и ремонт основных средств и др.).

Постоянные и переменные затраты. Постоянные затраты в сумме не изменяются при изменении объёма производства (уровня деловой активности). Переменные затраты изменяются прямо пропорционально изменению объёма производства. Общая сумма постоянных и переменных затрат представляет собой валовые расходы предприятия.

Портфолио-анализ (*portfolio analysis*) – анализ распределения деятельности предприятия по отдельным стратегиям относительно продуктов и рынков. Это сравнительный стратегический анализ для бизнес-юнитов (бизнес-единиц) компании, один из этапов в разработке маркетинговой стратегии, призванный получить в первом приближении рекомендации по приоритетности распределению инвестиционных ресурсов в компании.

Признак – показатель, примета, знак, по которым можно узнать, определить чего-нибудь.

Приростные затраты – это дополнительные расходы, возникающие в результате изготовления или продажи группы различных единиц продукции (партии).

Прогнозирование основных показателей деятельности предприятия конкретизирует его цели для данного периода времени и способствует их достижению.

Пропорциональные затраты – разновидность переменных затрат. Увеличиваются теми же темпами, что и деловая активность организации.

Процесс (лат. *processus* – течение, ход, продвижение) – совокупность последовательных действий, направленных на достижение определенного результата.

Ранжирование (англ. *ranking*) – сортировка, построение, упорядочивание по возрастанию или убыванию относительно какой-нибудь величины (дата, объём и т. д.)

Расходы будущих периодов – затраты, произведенные предприятием в отчётном периоде, но подлежащие погашению или включению в издержки производства или обращения в последующие периоды.

Расходы по обычным видам деятельности – это платежи и кредиторская задолженность, связанные с приобретением материально-производственных запасов и других активов.

Релевантность (существенность, приемлемость для вырабатываемых решений) – это главное требование к информации, формируемой в системе управленческого учёта. Релевантными являются данные и сведения, учитывающие условия, в которых принимается управленческое решение, его целевые критерии, имеющие набор возможных альтернатив и характеризующие последствия реализации каждой из них.

Релевантные и нерелевантные расходы. Затраты, зависящие от принимаемого решения, – это релевантные расходы. Независящие, неизбежные при любом варианте решения затраты – не релевантные расходы (расходы прошлых отчётных периодов, на которые уже нельзя повлиять).

Реальные (бухгалтерские) затраты и экономические расходы. Экономические расходы включают кроме реальных ещё и вмененные (несуществующие) издержки, которые представляют собой упущенную экономическую выгоду организации, то есть возможность, которой жертвуют ради выбора альтернативного управленческого решения.

Регулируемые (контролируемые) затраты – затраты, подверженные влиянию со стороны руководителя центра ответственности.

Регулярность внутренней отчетности означает её повторяемость во времени, которую также важно соблюдать.

Резюме (от фр. *resume* или лат. *curriculum vitae*) – «течение жизни», документ, содержащий информацию о навыках, опыте работы, образовании и

другую относящуюся к делу информацию, обычно требуемую при рассмотрении кандидатуры человека для найма на работу.

Реимпортная сделка – коммерческая деятельность, направленная на ввоз из-за границы ранее вывезенных туда отечественных товаров. Это могут быть товары, возвращаемые с консигнационных складов, или товары, возвращаемые в связи с неплатежеспособностью клиента или же забракованные покупателем.

Рейтинг – интегрированный показатель, характеризующий место отдельных структур в общей их совокупности. При определении рейтинга торгово-посреднических структур важное значение приобретают в первую очередь такие показатели, как объем деятельности, совокупные издержки обращения, доходность коммерческой деятельности, финансовая стабильность на рынке, качество обслуживаемых клиентов и в целом имидж фирмы.

Релевантность – это обозначение субъективной степени соответствия чего-либо в моменте времени. Определение подразумевает:

1. Обозначение степени – исходит от субъективности конкретного наблюдателя или группы наблюдателей.

2. Подразумеваемое понятие «чего-либо» – отсылка на любой вид информации или объекта, субъекта или процесса в онлайн-офлайн пространстве.

3. Степень релевантности – это значимость в моменте времени, как правило, максимальный уровень адекватности, соответствия, необходимости, применимости с точки зрения наблюдателя.

Реклама – оплачиваемое опосредованное психологическое воздействие на группу лиц с целью заставить их покупать определенные товары или услуги.

Рекламация – претензия потребителя товаров или услуг в форме акта. Включает причину составления акта, указание нарушения продавцом условий договора, требования об устранении указанных нарушений, а также возмещение причиненного ущерба.

Рейтинг – краткосрочная аренда машин и оборудования без права их последующего приобретения арендатором, арендная плата по рейтингу выше, чем по лизингу.

Резервирование (страхование) – создание обособленных фондов по возмещению убытков и/или определенных запасов за счет прибыли или собственных оборотных средств, увеличивающих затраты по проекту.

Реэкспортная сделка – коммерческая деятельность, связанная с вывозом за границу ранее ввезенного в страну товара иностранного производства, который в реэкспортирующей стране не подвергался переработке, или же с отгрузкой в другую страну без завоза в страну экспортера от имени этой страны.

Риск (др.-греч. *ρίζα* – утёс, подножие горы) – возможность (опасность)

наступления такого события, в результате которого субъект, принявший решение, теряет полностью или частично свои ресурсы, недополучает ожидаемый доход или несет дополнительные материальные и финансовые расходы.

Риск чистый – риск, выражающийся в возможности получения отрицательного (проигрыша) или нулевого результата. Степень риска – вероятность наступления случая потерь, а также размер возможного ущерба от него.

Риелтор (от англ. *realtor*), **риелторская фирма** или **агентство недвижимости** – индивидуальный предприниматель или юридическое лицо, профессионально занятое посредничеством при заключении сделок купли-продажи, аренды коммерческой и жилой недвижимости путём сведения партнёров по сделке и получения комиссионных.

Розничная торговля – завершающая форма продажи товаров конечному потребителю в небольших объемах через магазины, павильоны, лотки, палатки и другие пункты сети розничной торговли.

PEST-анализ (иногда обозначают как *STEP*) – это маркетинговый инструмент, предназначенный для выявления политических (*Political*), экономических (*Economic*), социальных (*Social*) и технологических (*Technological*) аспектов внешней среды, которые влияют на бизнес компании.

Рынок – категория товарного хозяйства, совокупность экономических отношений, базирующихся на регулярных обменных операциях между производителями товаров (услуг) и потребителями. Обмен обычно происходит на добровольной основе в форме эквивалентного обмена товара на деньги (торговля) или товара на товар (бартер). При свободном доступе на рынок, как производителей, так и потребителей, обмен происходит в условиях конкуренции.

Рыночная власть – способность устанавливать такую цену, которая превышает издержки, в частности дополнительные, или предельные издержки, то есть издержки производства одной дополнительной единицы продукции.

Рыночный риск – риск возникновения у финансового института потерь (убытков) вследствие изменения рыночной стоимости торгового портфеля, являющегося совокупностью ценных бумаг и других финансовых инструментов, имеющих рыночную стоимость и приобретенных финансовым институтом с целью дальнейшей перепродажи, включая инструменты типа РЕПО.

Сбыт готовой продукции – один из аспектов деятельности предприятий, содержанием которого являются реализация произведенной продукции в целях превращения товаров в деньги и удовлетворения запросов потребителей.

Сводный учёт – система обобщения издержек производства по стать-

ям расходов в разрезе цехов основного и вспомогательного производства, видам продукции (работ, услуг) в целом по предприятию с целью подготовки информации для исчисления себестоимости отдельных видов готовой продукции, всей выпущенной продукции и для распределения понесенных предприятием затрат между готовой продукцией и незавершенным производством. Существует в двух вариантах – бесполуфабрикатный и полуфабрикатный.

Своевременность управленческого учёта – это возможность обеспечить менеджеров необходимой информацией к сроку принятия решений.

Сделка купли-продажи – коммерческая деятельность, связанная с куплей-продажей товаров, имеющих материально-вещественную норму, с возмещением стоимости этих товаров в согласованной контрагентами валюте.

Себестоимость продукции (работ, услуг) – выраженные в денежной форме затраты на её производство и реализацию, то есть на сырье, материалы, топливо, энергию, основные фонды, трудовые и иные ресурсы. Различают цеховую, производственную, полную, а также «ограниченную» себестоимость.

Сегментарный учёт – система сбора, отражения и обобщения информации о деятельности отдельных структурных подразделений (сегментов) организации. Является важнейшей составляющей бухгалтерского управленческого учёта.

Сегментирование рынка – классификация потребителей товаров на группы, одинаково реагирующие на один и тот же набор побудительных к покупке признаков.

Селективный (от лат. *selection* – выбор, отбор) – избирательный, основанный на свойстве производить отбор.

Сервисное обслуживание – оказание комплекса бесплатных услуг, связанных с самим реализуемым товаром, в целях привлечения максимального количества покупателей.

Сертификат – документ, удостоверяющий тот или иной факт. Существуют следующие сертификаты: сертификат качества – документ, выдаваемый компетентными органами и удостоверяющий качество фактически поставленного товара и его соответствие условиям контракта; сертификат, происхождения – документ, подписанный таможенным лицом страны-экспортера, указывающий, из какой именно страны вывозится товар; страховой сертификат – документ, содержащий условия страхового договора и заменяющий страховой полис.

Система товародвижения – комплексная деятельность, включающая всю совокупность операций, связанных с физическим перемещением товаров от изготовителя к потребителю с учетом пространства и времени. Единый комплекс организационно-экономических производственных операций, эффективное управление которыми требует в полной мере использо-

вать и внедрять систему логистических принципов и методов. В совокупные затраты данной системы входят следующие расходы: транспортные; на организацию процесса складирования; поддержание оптимального уровня товарно-материальных запасов; разгрузочно-погрузочные работы; упаковку товаров; обработку принятых заказов и административные расходы.

СИФ (стоимость, страхование, фрахт) – в продажную цену включается непосредственно цена самого товара, а также затраты на страхование и расходы по транспортировке товара до порта назначения.

Скидка – величина, на которую одна цена ниже другой. Отсюда коммерческий термин товара «со скидкой» означает его реализацию по более низкой цене. Скидки устанавливаются за сортность, за оптовые партии поставки, за предварительную оплату получаемых грузов и др.

Спецификация – это документ, являющийся приложением к контракту (договору), заключаемому между потребителем и поставщиком (или к заказу потребителя). Спецификация должна включать наименования материальных ресурсов, их характеристики и стандарты.

Спрос – платежеспособность покупателей, то есть обеспеченная деньгами часть потребностей покупателей в товарах и услугах.

Срок окупаемости (*PP* от англ. *Pay-Back Period*) – период времени, необходимый для того, чтобы доходы, генерируемые инвестициями, покрыли затраты на инвестиции. Например, если инвестиционный проект требует инвестиций (исходящий денежный поток, англ. *Cash Flow*) в 2 млн. руб. и эти инвестиции будут возвращаться по 1 млн. руб. в год, то можно говорить, что срок окупаемости проекта составляет два года. При этом временная ценность денег (англ. *Time Value of Money*) не учитывается. Этот показатель определяют последовательным расчётом чистого дохода (англ. *Present Value*) для каждого периода проекта. Точка, в которой чистый доход примет положительное значение, будет являться точкой окупаемости.

Ссуда – передача денег, вещей и другого имущества ссудодателем ссудополучателю по договору безвозмездного пользования на условиях возврата. ГК РФ. Глава 36. Безвозмездное пользование. Виды ссуд: ссуда имущества; банковский кредит; потребительский кредит.

Сложные риски – комплекс различных подвидов риска, например, инвестиционный риск, который в дальнейшем классифицируется как на множество подвидов.

Стратегический бюджет – план (бюджет), рассчитываемый в единственном варианте на планируемый объём производства и продаж на предстоящий период.

Стратегия (от греч. *stratos* (войско) + *ago* (веду) – в экономике охватывает наиболее принципиальные и важные вопросы теории и практики для

подготовки правильных и далеко идущих прогнозов в предпринимательской деятельности хозяйствующих субъектов.

Стратегический (долгосрочный) бизнес-план – программа деятельности, представляющая собой совокупность основных целей хозяйствующего субъекта и способов их достижения на протяжении длительного периода времени.

Страхование – создание за счёт денежных средств организаций (предприятий), граждан специальных страховых фондов (резервных фондов), предназначенных для возмещения ущерба, потерь вызванных неблагоприятными событиями, несчастными случаями. Из средств страховых фондов пострадавшим выплачивается страховая сумма определенного размера. Страхование осуществляется государственными органами, страховыми обществами.

Средние затраты – это валовые издержки определенного периода, деленные на количество продукции в этом периоде.

Срок окупаемости – период времени, необходимый для того, чтобы доходы, генерируемые инвестициями, покрыли затраты на инвестиции.

Структура (от лат. *structure* – строение, расположение, порядок) – определённая взаимосвязь, взаиморасположение составных частей, строение, устройство чего-либо.

Стандарты UNIDO – общая структура бизнес-плана, в соответствии со стандартами UNIDO, должна придерживаться следующих параметров: резюме, идея (сущность) предлагаемого проекта, оценка рынка сбыта, план маркетинга, план производства, организационный план, финансовый план, приложение.

Ставка капитализации – коэффициент, устанавливающий зависимость размера дохода, ожидаемого вследствие эксплуатации актива, от стоимости актива.

Ставка распределения косвенных расходов – заранее, до начала отчётного периода, рассчитанный норматив, позволяющий предварительно распределитель косвенные расходы между объектами калькулирования.

Ставка рефинансирования – размер процентов в годовом исчислении, подлежащий уплате центральному банку страны за кредиты, которые центральный банк предоставил кредитным организациям.

«Стандарт-кост» (Standart-Costs) – система калькулирования, основанная на жестком нормировании всех издержек и позволяющая рассчитать «стандартную» себестоимость. Предполагает бухгалтерский учёт и подробный анализ возникших отклонений фактических издержек от стандартных с последующим возложением ответственности за неблагоприятные отклонения на руководителей соответствующих центров затрат. Пробраз отечественного нормативного учёта.

Статический (жесткий) бюджет – бюджет, рассчитанный на конкретный уровень деловой активности организации.

Статья калькуляции – вид затрат с учётом места его возникновения и носителя затрат. Классификация затрат по статьям калькуляции отвечает на вопросы: на что израсходованы ресурсы и где?

Стратифицированная, или расслоенная, выборка (*stratified sampling*) – это процесс, состоящий из двух этапов, в котором совокупность делится на подгруппы (слои, страты, *strata*). Слои должны взаимно исключать и взаимно дополнять один другого, чтобы каждый элемент совокупности относился к одному и только одному слою, и ни один элемент не был упущен. Далее, из каждого слоя случайным образом выбираются элементы, при этом обычно используется метод простой случайной выборки.

Стратегия (др.-греч. *στρατηγία* – «искусство полководца») – наука о войне, в частности наука полководца, общий, не детализированный план военной деятельности, охватывающий длительный период времени, способ достижения сложной цели, позднее вообще какой-либо деятельности человека.

Стратегические барьеры рынка – это барьеры, создаваемые стратегией фирм, их политикой на рынке (стратегическое ценообразование, ограничивающее вход потенциальных конкурентов в отрасль, стратегическая политика в области расходов на исследования и инновации, патенты, вертикальная интеграция и дифференциация продукта и т.д.).

Страхование – вид финансовой деятельности, заключающейся в объединении денежных средств различных лиц с тем, чтобы покрыть убытки при наступлении риска у любого из них. В качестве финансового посредника между лицами, участвующими в страховой схеме, держателем их общего фонда средств, оценщиком рисков и оператором, осуществляющим выплаты при наступлении риска, выступает страховая компания.

Структура (от лат. *structure*) – строение, расположение, порядок), совокупность устойчивых связей объекта, обеспечивающих его целостность и тождественность самому себе, таким образом сохранение основных свойств при различных внешних и внутренних изменениях.

Субъект (от лат. *subjectum* – подлежащие) – тот, кто противостоит внешнему миру как объекту познания; познающий и активно действующий человек (в философии).

SWOT-анализ – эффективный инструмент для проведения анализа деятельности предприятия по отношению к внешней среде.

Тактика (от греч. *taktike* – приводить в порядок) – в экономике – это приемы, способы, избранные для достижения стратегической цели предприятия, наиболее соответствующие конкретной обстановке в относительно кратковременный период времени; линия поведения кого-либо в предпринимательской деятельности.

Тактика управления рисками – это набор практических методов и приёмов менеджмента для достижения поставленной цели по ограничению риска в конкретных условиях.

Тактический (среднесрочный) бизнес-план – программа деятельности хозяйствующего субъекта, охватывающая период 3–5 лет, используется для поддержки стратегического плана, содержит более точные определения действий, больше деталей и спецификаций.

Таможенная пошлина – денежный сбор, взимаемый при ввозе и вывозе товаров за пределы таможенной территории страны. Ставки таможенных пошлин сгруппированы в таможенном тарифе. По способам взимания таможенной пошлины они делятся на специфические – взимаются с единицы измерения количества товара (тонны, штуки), и адвалорные – взимаются в виде процента с цены товара.

Таможенный тариф – перечень товаров в соответствии с определенной классификацией с указанием ставок таможенных пошлин. Таможенный тариф строится в соответствии с гармонизированной системой кодирования и соответствия, в которой каждому товару, его виду, подвиду присваивается собственный код.

Таможня – государственное учреждение, осуществляющее контроль над ввозом и вывозом товаров, личного багажа граждан, других грузов и материальных ценностей в пределах таможенной территории. Работа таможни построена на обеспечении выполнения правил лицензирования, соблюдении норм квотирования, взимании таможенных пошлин и осуществлении четкого контроля за выполнением основных правил работы таможни.

Тендер – одна из распространенных форм торговли, по которой покупатель объявляет конкурс для продавцов на товар с определенными технико-экономическими показателями. Для проведения торгов создаются тендерные комитеты, в состав которых входят технические и коммерческие эксперты, представители заинтересованных администраций, а также покупатели, принявшие решение о размещении заказов через торги. Тендеры бывают закрытого типа, на которые приглашается строго ограниченное количество участников, и открытого типа, на которые приглашаются все заинтересованные лица.

Титульный лист, титул (лат. *titulus* – надпись, заглавие) – одна из первых страниц книги, предваряющая текст произведения. На титульном листе размещаются основные выходные сведения: имя автора, название книги, место издания, название издательства, год издания.

Товар – продукт деятельности, предназначенный для продажи.

Товарный рынок – сфера товарного обмена, где возникают и реализуются отношения, связанные с процессом купли-продажи, и имеет место конкретная хозяйственная деятельность по продвижению товаров и услуг от их производителей к потребителям.

Торговый дом – тип крупной торговой организации, важнейшими особенностями которой является активное проникновение в сферу производства товаров, организации кооперации производства и участие в кредитно-

финансовых операциях. Торговый дом являются особой формой коммерческо-посреднической деятельности и представляют собой свободный ассоциативный союз единомышленников на добровольной основе с включением торговых, производственных, транспортных, строительных предприятий, а также банков и страховых компаний в целях максимального и качественного удовлетворения запросов клиентов. Как правило, торговые дома создаются в форме акционерных обществ.

Торговля встречная – торговые сделки, при которых продажа определенных товаров или услуг является условием приобретения других товаров или услуг. При торговле встречной объёмы продаж обычно не равноценны по стоимости, расчёты за продукцию осуществляются в денежной форме полностью или в размере сальдо взаимных поставок.

Торговля консигнационная – организация коммерческой деятельности по продаже товаров со складов, находящихся за границей. Эта деятельность юридически оформляется договором на консигнацию, в котором предусматривается передача консигнантом прав консигнатору на осуществление торговли в зарубежных странах. При этом специфика данного договора заключена в том, что товары, передаваемые на консигнацию, остаются собственностью консигнанта до момента их продажи третьим лицам и поступления вырученной суммы к консигнанту.

Торговля посылочная – организация торговли с использованием средств связи. Широкое развитие получила за рубежом при оформлении заказов на покупку через рекламные каталоги. Данная специфическая форма торговли без магазина в основном использует такую форму оплаты товаров, как в кредит с рассрочкой платежа.

Торговля электронная – современная форма без магазинной торговли, при которой покупатель с помощью компьютера может выбирать по каталогам любую необходимую модель изделия и одновременно осуществлять оплату выбранных товаров с использованием специальных кредитных карточек.

Точка безубыточности предприятия – минимальный уровень сбыта, при котором отсутствуют убыток, а также прибыль.

Транзитная норма отгрузки продукции – минимальное количество продукции, которое предприятие-поставщик может отгрузить в адрес одного покупателя.

Требование – это документ, разрешающий складу выдать цеху-изготовителю определенное количество материала одного или нескольких наименований. Требование выписывается в цехе, а разрешение складу на отпуск материала дает отдел материально-технического снабжения.

Тендер (от англ. *tend* – обслуживать) – 1) конкурентные торги открытого типа (открытый тендер) или закрытые, для ограниченного числа участников (закрытый тендер), конкурсная форма размещения заказа.

Точка безубыточности (критическая) – это такое количество продукции, при котором фирма не имеет ни прибыли, ни убытка.

Текущие затраты основной деятельности предприятия являются главным объектом управленческого учёта и отражают стоимость ресурсов, использованных в процессе изготовления (добычи) продукции, выполнения работ, оказания услуг. Эти затраты осуществляются за счёт собственных оборотных средств (оборотного капитала) организации и возмещаются в выручке от продажи продукции, товаров, работ, услуг.

Точка безубыточности (критическая, мертвая точка, точка равновесия) – уровень деловой активности организации, обеспечивающий ей нулевой финансовый результат.

Трансфертная цена – цена, по которой один центр ответственности передает свою продукцию или услуги другому центру ответственности. Трансфертное ценообразование применяется организациями, обладающими децентрализованной организационной структурой.

Тратта (от итал. *tratta*) или **переводной вексель** – ценная бумага (обязательно документ), составленный в строго определённой форме, которая содержит ничем не обусловленное предложение векселедателя третьему лицу уплатить вместо векселедателя определённую денежную сумму векселедержателю. Лицом, в пользу которого выписан переводной вексель, является ремитент. В качестве ремитента может выступать как третье лицо, так и векселедержатель. Указание ремитента – обязательный реквизит векселя по Женевскому единообразному вексельному закону.

Триангуляция (лат. *triangulatio* – покрытие треугольниками): по Дензину: триангуляция данных, то есть использование данных с разных источников.

Условная единица – набор затрат, необходимых для производства единицы законченной продукции.

Условно-переменные (условно-постоянные) затраты – затраты, содержащие как переменный, так и постоянный компонент.

Условия поставки продукции – это совокупность показателей и требований, предъявляемых к поставщику и покупателю в процессе поставки продукции. Условия поставки включают в себя: основные обязанности поставщика и покупателя, момент перехода права собственности от поставщика к покупателю, цену поставляемой продукции, упаковку и маркировку, особенности погрузки на транспортные средства, доставки до перевозчика, страхования товара в процессе перевозки, выгрузки на складе покупателя.

Услуги информационно-коммерческие – организация коммерческой деятельности в области передачи информации по заказам клиентов о состоянии рыночной конъюнктуры, необходимых данных о состоянии основных конкурентах, объемах их деятельности по закупке и реализации товара, уровне его качества, основные каналы продвижения товаров, а

также данные о финансовом состоянии и надежности партнеров и многие другие данные, необходимые для всех участников рыночного оборота. Для оказания услуг информационно-коммерческих необходимо создание интегрированных данных в форме банков коммерческой информации.

Услуги комиссионные – разновидность посреднических услуг, оказываемых на основе комиссионного соглашения, в соответствии с которым владелец товара (комитент) поручает торговому посреднику (комиссионеру) продать или закупить определенную партию товара. Специфика комиссионных услуг заключается в том, что посредник, осуществляющий закупку или продажу товара, не становится его собственником, а действует исключительно в рамках комиссионного соглашения.

Услуги коммерческие – совокупность посреднических, комиссионных, рекламных, инжиниринговых, информационно-коммерческих и других видов услуг, связанных с закупкой, продажей и продвижением товаров от изготовителя к конечному потребителю.

Услуги научно-консультативные – реализация услуг для заказчиков, нуждающихся в различного рода услугах по разработке методических рекомендаций, экономических и технических решений, в создании и оформлении новых фирм на рынке, их ликвидации, разработке бизнес-планов, бизнес-карт, обучении, переподготовке кадров и проведении научных стажировок в России и за рубежом. Все эти направления посреднической деятельности объединены в мировой практике общим понятием – консалтинговые услуги.

Услуги рекламные – оказание посреднических услуг в области распространения информации о товаре, работе, услугах через рекламные издания и средства информации (печатные издания, средства вещания, внутреннюю и наружную рекламу, научные симпозиумы, презентации и др.). Рекламные услуги включают в себя также работу по подготовке рекламных листовок, видеороликов, каталогов, поиску спонсоров при проведении крупных спортивных и эстрадных шоу и многие другие направления.

Упаковочный лист – документ, который содержит перечень всех видов и сортов товара, находящийся в каждом товарном месте. Как правило, он необходим, когда в контейнере, ящике, коробке содержатся разные по ассортименту товары. Он расположен в упаковке так, что покупатель его легко находит. Как правило, его располагают в специальном кармане с внешней стороны упаковки.

Управленческий учёт – система учёта, обеспечивающая формирование информации для оперативного управления предприятием, контроля экономичности его деятельности, сопоставления осуществленных затрат и полученных результатов. Самостоятельным разделом управленческого учёта является система использования учётной информации для управления, включающая оптимизационные расчёты, перечень типовых решений для различных ситуаций, методику анализа отклонений и т. п.

Учётная политика организации – выбор организацией вариантов учёта и оценки соответствующих объектов, а также техники, формы и организации бухгалтерского учёта, исходя из установленных требований и допущений, а также особенностей своей деятельности (организационных, технологических, уровня квалификации кадров и др.).

Фактор (лат. *factor* «делающий, производящий») – причина, движущая сила какого-либо процесса, определяющая его характер или отдельные его черты.

ФАС (свободен вдоль борта судна). В цену продажи включается цена товара плюс затраты на его доставку в согласованный сторонами пункт погрузки.

Фактор (лат. *factor* «делающий, производящий») – причина, движущая сила какого-либо процесса, определяющая его характер или отдельные его черты.

Финансы (фр. *finances* – денежные средства) в российской научной и учебной литературе определяются как совокупность экономических отношений, возникающих в процессе формирования, распределения и использования централизованных и децентрализованных фондов денежных средств. Обычно речь идёт о целевых фондах государства или хозяйствующих субъектов (предприятий). Важнейшим понятием в области финансов является бюджет.

Финансовый бюджет – часть генерального бюджета, включающая бюджеты капитальных вложений, денежных средств и прогнозируемый баланс.

Финансово-промышленная группа (ФПГ) – это коммерческо-хозяйственное объединение, созданное на основе слияния банковского, промышленного, интеллектуального, информационного потенциала в целях повышения конкурентоспособности и эффективности производства, создания рациональных технологических связей, привлечения инвестиции и ускорения научно-технического прогресса.

ФИФО – метод оценки запасов, основанный на допущении использования материальных ресурсов в течение отчётного года в последовательности их закупки, то есть ресурсы, поступающие в производство первыми (если в торговле, то – в продажу), должны оцениваться по себестоимости первых по времени закупок с учётом стоимости ценностей, числящихся на начало года.

Фи-коэффициент (*phi coefficient, φ*) используют для измерения тесноты связи в особом случае – при анализе таблицы с двумя рядками и двумя колонками (таблица 2x2).

ФОБ (свободен на борту судна). В цену продажи включаются непосредственно цена самого товара, а также транспортные и другие расходы до пункта его доставки и погрузки на борт судна, зафрахтованного покупателем.

Флаер (от англ. *fly* – летать; *flyer, flier* – рекламный листок) – небольшая рекламная листовка, как правило, дающая право на скидку или какой-то подарок.

Фокус-группа (англ. *Focus group*) – метод качественных исследований в социологии. Исследование заключается в глубинном интервьюировании представителей целевой аудитории. Во время интервьюирования от аудитории исследователи получают субъективные мнения о товаре, услуге и прочих объектах исследования. В широком смысле термин «фокус-группа» означает сам метод исследования, а в узком – группу людей-респондентов. Исследуются причины сложившегося отношения к товару, услуге и пр. При отборе участников фокус-группы стараются подобрать незнакомых между собой людей.

Форвард (форвардный контракт) – договор (производный финансовый инструмент), по которому одна сторона (продавец) обязуется в определенный договором срок передать товар (базовый актив) другой стороне (покупателю) или исполнить альтернативное денежное обязательство, а покупатель обязуется принять и оплатить этот базовый актив, и (или) по условиям которого у сторон возникают встречные денежные обязательства в размере, зависящем от значения показателя базового актива на момент исполнения обязательств, в порядке и в течение срока или в срок, установленный договором.

Форс-мажор (от фр. *Force-majeure* – непреодолимая сила) – событие, чрезвычайные обстоятельства, которые не могут быть предусмотрены, предотвращены или устранены какими – либо мероприятиями (например, стихийное бедствие) и которые освобождают от имущественной ответственности за неисполнение договора или причинение вреда.

Франчайзинг (англ. *franchise*, «лицензия», «привилегия»), **франшиза** (фр. *franchise* – льгота, привилегия), коммерческая концессия – вид отношений между рыночными субъектами, когда одна сторона (франчайзер) передает другой стороне (франчайзи) за плату (роялти) право на определённый вид бизнеса, используя разработанную бизнес-модель его ведения. Это развитая форма лицензирования, при которой одна сторона (франчайзер) предоставляет другой стороне (франчайзи) возмездное право действовать от своего имени, используя товарные знаки и/или бренды франчайзера.

Фьючерс (фьючерсный контракт) (от англ. *futures*) – производный финансовый инструмент, стандартный срочный биржевой контракт купли-продажи базового актива, при заключении которого стороны (продавец и покупатель) договариваются только об уровне цены и сроке поставки. Остальные параметры актива (количество, качество, упаковка, маркировка) оговорены заранее в спецификации биржевого контракта. Стороны несут обязательства перед биржей вплоть до исполнения фьючерса.

Хайринг – среднесрочная аренда имущества в форме лизинга.

Хеджирование (от англ. *hedge* – страховка, гарантия) – страхование, снижение риска потерь, обусловленных неблагоприятными для продавцов (покупателей) изменениями рыночных цен на товары в сравнении с теми, которые учитывались при заключении договора. Для этого продавец (покупатель) товара заключает договор на его продажу (покупку) и одновременно осуществляет сделку противоположного характера, то есть продавец заключает сделку на покупку, а покупатель на продажу товара. Таким образом, любое изменение цены приносит продавцам и покупателям проигрыш по одному контракту и выигрыш по другому контракту. В целом они не терпят убытка от повышения или понижения цен на товары, которые подлежат продать или купить по будущим ценам.

Холл-Тест (от англ. *hall-test* или *in-hall test*) – специальный метод полевых маркетинговых исследований, одновременно и качественный, и количественный, предполагающий проведение интервью со сравнительно большим количеством респондентов по специальной анкете в отведенном для этого закрытом помещении с целью тестирования, в том числе сравнительного, определенных свойств продукта (вкус, запах, цвет, упаковка, дизайн) или рекламных материалов.

Холдинг смешанного типа – это коммерческо-хозяйственное объединение предприятий, созданное в целях обеспечения необходимых объемов производства конкурентоспособной продукции и поддержания устойчивого функционирования технологически связанных предприятий, научно-исследовательских, технологических и конструкторских организаций, а также консолидации результатов хозяйственной деятельности группы предприятий. Холдинговая компания может быть зарегистрирована в любой организационно-правовой форме, допускаемой законодательством.

Холизм (от др.греч. *ὅλος* – целый, цельный) – в широком смысле – позиция в философии и науке по проблеме соотношения части и целого, исходящая из качественного своеобразия и приоритета целого по отношению к его частям. В узком смысле под холизмом понимают «философию целостности», разработанную южноафриканским философом и политическим деятелем Я. Смэтсом, который ввел в философскую речь термин «холизм» в 1926 году, опираясь на слова из «Метафизики» Аристотеля «целое больше, чем сумма его частей».

XYZ- анализ позволяет произвести классификацию ресурсов предприятия в зависимости от характера их потребления и точности прогнозирования изменений в их потребности в течение определенного временного цикла.

Цена – денежное выражение стоимости товара.

Цена договорная – цена, устанавливаемая по договоренности между производителем (продавцом) и потребителем (покупателем) продукции.

Цена контракта – цена товара, зафиксированная в контракте, то есть

физическая цена, выраженная в валюте страны экспортера, импортера или в валюте третьей страны. Цена контракта бывает: твердая, которая устанавливается в момент подписания и пересмотру не подлежит; подвижная – может быть пересмотрена в дальнейшем в зависимости от состояния рыночной конъюнктуры; скользящая – с учётом изменений в издержках производства, происшедших в период исполнения контракта. Очень часто скользящая цена устанавливается для каждой отдельной партии поставки.

Цена мировая – денежное выражение интернациональной цены производства, складывающейся на мировом рынке. Под влиянием конкуренции сначала выравниваются нормы прибыли в рамках отдельной страны и возникают национальные цены производства. Затем из национальных цен производства отдельных стран, вывозящих на мировые рынки одинаковые или аналогичные товары, образуется интернациональная цена производства, лежащая в основе цены мировой. Различают следующие виды цен мировых: по коммерческим сделкам с платежом в свободно конвертируемой валюте; по коммерческим сделкам с платежом в несвободно конвертируемой валюте; по клиринговым соглашениям; трансфертные мировые цены, по которым осуществляются внутрикорпорационные операции.

Цена номинальная – цена товара, опубликованная в прейскурантах цен или справочниках. Как правило, размеры скидок, наценок производятся с учетом номинальных цен, когда прейскурантная цена выбрана в качестве цены базисной.

Цена оптовая – цена за товар, работу или услугу при реализации их в крупных размерах (оптом) торговым, промышленным и другим организациям. Эти цены, как правило, не включают в себя розничную торговую скидку.

Цена рыночная – денежное выражение стоимости товаров реализуемых на рынке. Данная цена напрямую зависит от состояния рыночной конъюнктуры на конкретный или аналогичный товар. Существенное значение имеет цена рыночная внутри крупных транснациональных корпораций международных монополий, так называемая трансфертная цена (передаточная), формируемая в целях уклонения от налогов, получения максимальных доходов и всегда является коммерческой тайной.

Цена скользящая применяется в контрактах с длительными сроками поставки, в течение которых экономические условия производства товаров могут существенно измениться.

Цена твердая согласовывается при заключении контракта и не подлежит изменениям в ходе его выполнения.

Центр маркетинговых исследований – организационная форма управления по разработке, созданию банка рыночных данных и предоставлению клиентам услуг в области рыночных исследований, анализу маркетинговой деятельности фирм-конкурентов, рекламных услуг и др. Серьезным направлением в деятельности центров является разработка текущих и

перспективных прогнозов состояния спроса и предложения на различных рынках сбыта по конкретным видам товаров.

Центр ответственности – структурное подразделение организации, возглавляемое руководителем, несущим ответственность за результаты его работы.

Центр прибыли – подразделение коммерческого предприятия, доходы, затраты и расходы которого могут быть выражены в отдельной отчетности, что позволяет управлять его деятельностью с целью оптимизации прибыли.

Целостность управленческого учёта означает, что он должен быть системным, а именно – представлять единство принципов отражения учётной информации, взаимосвязь регистров учёта и внутренней отчетности, обеспечение сопоставимости её данных с показателями бухгалтерского учёта и отчётности.

Частота – показатель, выражающий собой число повторений или возникновения событий (процессов). В статистике частота – это цифра, показывающая, сколько раз за какой-то период происходило некоторое событие, проявлялось определенное свойство объекта либо наблюдаемый параметр достигал данной величины.

Чек – письменное распоряжение покупателей или заказчиков своим банкам платить указанную в чеке сумму предъявителю.

Чистая приведённая стоимость (чистая текущая стоимость, чистый дисконтированный доход, (англ. *Net present value*), принятое в международной практике для анализа инвестиционных проектов сокращение – *NPV* или ЧДД) – это сумма дисконтированных значений потока платежей, приведённых к сегодняшнему дню. Показатель *NPV* представляет собой разницу между всеми денежными притоками и оттоками, приведёнными к текущему моменту времени (моменту оценки инвестиционного проекта). Он показывает величину денежных средств, которую инвестор ожидает получить от проекта, после того, как денежные притоки окупят его первоначальные инвестиционные затраты и периодические денежные оттоки, связанные с осуществлением проекта. Поскольку денежные платежи оцениваются с учётом их временной стоимости и рисков, *NPV* можно интерпретировать как стоимость, добавляемую проектом. Её также можно интерпретировать как общую прибыль инвестора.

Чистый оборотный капитал – равен разности между оборотными активами предприятия и его краткосрочными обязательствами.

Шпионаж (франц. – соглядатай, лазутчик, скрытный разведчик) – противозаконная разведывательная деятельность органов (их агентов) иностранных государств, что, как правило, предполагает похищение официально засекреченной информации (государственной тайны) спецслужбами других государств.

Экономическая выгода – конечный результат принятого решения в виде увеличения настоящих и будущих денежных потоков.

Экономические издержки – конечный результат принятого решения в виде уменьшения настоящих и будущих денежных потоков (включающих внешние и внутренние издержки).

Экономический элемент – однородный вид затрат на производство.

Экономический эффект – разность между результатами деятельности хозяйствующего субъекта и произведенными для их получения затратами на изменения условий деятельности. Различают положительный и отрицательный экономический эффект.

Экономическая эффективность (эффективность производства) – это соотношение между полученными результатами производства – продукцией и услугами, с одной стороны, и затратами труда и средств производства – с другой.

Экспорт – вывоз товаров за пределы какой-либо страны отечественного производства. В экспорт не включаются товары, поставляемые в счёт безвозмездной помощи.

Эксплерентная (пионерская) стратегия связана с созданием новых или с радикальным преобразованием старых сегментов рынка, это первопроходцы в поиске и реализации революционных решений преимущественно 1-го хода. Среди подобных фирм первопроходцы в выпуске персональных компьютеров (*Apple*, «Зенит», «Осборн» и другие), биотехнологии («Джинентек») и другие. Сила эксплерентов обусловлена внедрением принципиальных нововведений, они извлекают выгоду из первоначального присутствия на рынке. Они в 85 случаях из 100 терпят крах, но за счёт 15 случаев получают огромный технический, финансовый и моральный успех. Они являются двигателями научно-технического прогресса. Девиз эксплерентов: «Лучше и дешевле, если получится».

Эмиссия (от лат. *emission* – выпуск) – выпуск в обращение банковских и казначейских билетов, бумажных денег и ценных бумаг.

Эффект (от лат. *effectus* – исполнение, действие). 1) результат, следствие каких-либо причин, действий (например, эффект лечения);

2) Сильное впечатление, произведенное кем-либо, чем-либо; средство, прием (в том числе в искусстве), цель которых произвести впечатление, удивить или создать иллюзию чего-либо (напр., световые, шумовые эффекты в театре).

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Абрамс, Р. Бизнес-план на 100%. Стратегия и тактика эффективного бизнеса. 2-е изд. / Р. Абрамс. – М.: Альпина Паблишер, 2015. – 486 с.
 2. Бизнес-планирование: учебник /под ред. В.М. Попова и С.Я Ляпунова. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 672 с.
 3. Буров, В.П. Бизнес-план фирмы: теория и практика: учебное пособие для вузов. / В.П. Буров, А.Л. Ломакин, В.А. Морошкин. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 192 с.
 4. Джакубова, Т.Н. Бизнес-план: расчёты по шагам / Т.Н. Джакубова. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 96 с.
 5. Дубровин, И.А. Бизнес-планирование на предприятии: учебник. 2-е изд. / И.А. Дубровин. – М.: Дашков и К, 2016. – 432 с.
 6. Жариков, В.Д. Основы бизнес-планирования в организации: учебное пособие / В.Д. Жариков, В.В. Жариков, В.В. Баспалов. – М.: Издательство: Кнорус, 2016. – 200 с.
 7. Инструкция о порядке подготовки и издания внутривузовской литературы / сост.: Н.П. Цырикова, Ю.В. Подкорытова, Е.В. Гераскина. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2013. – 51 с.
 8. Липсиц, И.В. Инвестиционный проект. Методы подготовки и анализа / И.В. Липсиц, В.В. Косов. – М.: Бек, 2014. – 294 с.
 9. Маховикова, Г. А. Анализ и оценка рисков в бизнесе / Г. А. Маховикова, Т. Г Касьяненко. – М.: ЮРАЙТ, 2014. – 357 с.
 10. Орлова, П.И. Бизнес-планирование: учебник. 2-е изд., пер. и доп. / П.И. Орлова.– М.: Дашков и К, 2016. – 288 с.
 11. Розин, М. Стратегия чистого листа: Как перестать планировать и начать делать бизнес / М. Розин. – М.: Альпина Паблишер, 2015. – 346 с.
 12. Сатаев, А.М. Азбука бизнес-планирования: учебное пособие / А.М. Сатаев. – М.: Юриспруденция, 2013. – 128 с.
 13. Фирсова, О.А. Управление рисками организаций: учебно-методическое пособие / О.А. Фирсова. – Орел: МАБИБ, 2014. – 134 с.
 14. Шапкин, А.С. Теория риска и моделирование рискованных ситуаций: учебник / А.С. Шапкин, В.А.Шапкин. – М.: Дашков и К, 2014. – 356 с.
- Интернет-ресурсы:
15. Финансовые советы [Электронный ресурс] – <http://finansovyvesovety.ru/kak-sostavit-biznes-plan-samomu/>
 16. <http://www.znaniyum.ru> -электронная библиотечная система «Znaniyum.Com»
 17. <http://biblioclub.ru> – Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн»
 18. <http://planovik.ru>.
 19. Бизнес-словарь – www.businessvoc.ru

Образец титульного листа практических занятий

Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет»
(национальный исследовательский университет)
«ФГАОУ ВО «ЮУрГУ (НИУ)»
Кафедра «Финансы, денежное обращение и кредит»

ОТЧЁТ

по практическим занятиям (Рабочая тетрадь) по дисциплине

« _____ »
(наименование дисциплины)

Выполнил _____
Факультет, группа _____
Кафедра _____
Вариант _____

Проверил _____
Оценка _____
Дата « ____ » _____ 20__ г.

Челябинск
20__ г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	3
Тренинг по разделам дисциплины «Бизнес-планирование»	
Тренинг (тест) по теме «Понятие и сущность бизнес-планирования»	
Тренинг (тест) по теме «Виды товаров и услуг»	4
Тренинг (тест) по теме «Организация процесса бизнес-планирования»	14
Тренинг (тест) по теме «Оценка и анализ коммерческой состоятельности инвестиционных проектов (ИП)»	23
Типовые задачи по теме «Оценка и анализ коммерческой состоятельности инвестиционных проектов (ИП)»	34
Задачи по теме «Оценка и анализ коммерческой состоятельности инвестиционных проектов (ИП)»	46
Тренинг (тест) по теме «Особенности расчётов разделов «Бизнес-плана»	
Раздел «Введение. Титульный лист. Резюме»	50
Раздел «Описание предприятия и отрасли»	54
Раздел «Анализ рынка сбыта продукции»	63
Раздел «Разработка плана маркетинга»	68
Раздел «План производства и затрат на оборудование»	70
Раздел «Планирование капитальных затрат»	72
Раздел «Численность работников и фонд заработной платы» ..	74
Раздел «Сырье и основные материалы»	80
Раздел «Калькуляция себестоимости продукции. Цена продукции»	86
Раздел «Финансовый план»	92
Раздел «Экономические показатели бизнес-плана»	99
Задачи по разделу «Экономические показатели бизнес-плана»	106
Раздел «Оценка рисков в бизнес-плане»	111
Тренинг (тест) по теме «Риски предпринимательства»	118
Задачи по теме «Риски предпринимательства»	130
Тренинг (тест) по теме «Контроллинг и стратегии в системе бизнес-планировании»	134
Тренинг (тесты) по теме «Контроллинг по направлениям деятельности предприятия»	138
Задачи по теме «Контроллинг и стратегии в бизнес-планировании»	145
Итоговое тестовое задание по дисциплине «Бизнес-планирование» ..	147
Понятийный аппарат (гlossарий)	168
Библиографический список	215
Приложение	216

