

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего профессионального образования  
«Московский государственный университет  
путей сообщения»**

---

Кафедра «Экономика строительного бизнеса  
и управление собственностью»

Д.А. Мачерет, И.А. Чернигина

**Организация предпринимательской  
деятельности  
в конкретных условиях**

**Методические указания к интерактивной курсовой работе  
по дисциплине «Организация предпринимательской  
деятельности»**

Москва – 2015

Учебно-методическое издание

Мачерет Дмитрий Александрович

Чернигина Ирина Алексеевна

Организация предпринимательской деятельности

в конкретных условиях

Методические указания к интерактивной курсовой работе

по дисциплине «Организация предпринимательской

деятельности»

---

Подписано в печать

Изд. № 295-15

Формат

Усл.-печ.л.

Заказ №

Тираж 100 экз.

---

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего профессионального образования  
«Московский государственный университет  
путей сообщения»**

---

Кафедра «Экономика строительного бизнеса

и управление собственностью»

Д.А. Мачерет, И.А. Чернигина

**Организация предпринимательской деятельности**

**в конкретных условиях**

Рекомендовано редакционно-издательским советом  
университета в качестве методических указаний  
для студентов специальности «Экономика и управление на  
предприятии (строительство)»

Москва – 2015

1

УДК 658:33

М - 37

Мачерет Д.А., Чернигина И.А. Организация предпринимательской деятельности в конкретных условиях: Методические указания. – М.: МГУПС (МИИТ), 2015. - 47 с.

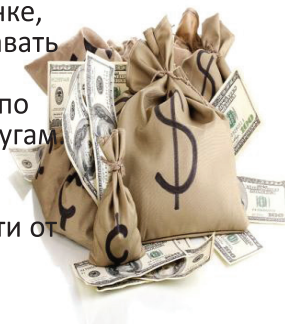
Методические указания предназначены для самостоятельной работы учащихся при выполнении курсовой работы по дисциплине «Организация предпринимательской деятельности» направления «Строительство» и других направлений подготовки транспортных вузов.

© МГУПС (МИИТ), 2015

## Позаботимся о себе, наша «Финансовая подушка безопасности»



Наша компания будет продавать свой **бренд по всей территории РФ**, так как мы уже будем известны на рынке, мы будем продавать франшизу, т.е. готовый бизнес по клининговым услугам. Для наших франчайзинг-партнеров роялти от дохода будет составлять 6%.



## Содержание

Введение	4
1. Выбор организационно-правовой формы ведения предпринимательской деятельности	7
1.1. Объект предпринимательской деятельности.	7
1.2. Субъект предпринимательской деятельности.	8
1.3. Организация предпринимательской деятельности.	9
2. Издержки производства	12
2.1. Производственный план предприятия	12
2.2. Издержки предприятия	14
3. Финансовые результаты предпринимательской деятельности	17
3.1. План маркетинговой деятельности	17
3.2. Финансовые результаты деятельности и оценка эффективности инвестиций	24
4. Оценка предпринимательского риска и методы его снижения	32
Список использованных источников	37
Приложения	39

## ВВЕДЕНИЕ

Целью курсовой работы является исследование организации и функционирования предприятия и формирование на этой основе компетенций и практических навыков принятия предпринимательских решений относительно эффективного использования факторов производства, управления производственными издержками и финансовыми результатами предпринимательской деятельности, а также решений в области ценообразования и инвестиций.

С помощью современных источников информации студентам предлагается в интерактивной форме исследовать одну из форм организации предприятия в сфере строительного бизнеса или производства строительных материалов, выработать тактику и стратегию поведения предприятия в выбранном сегменте рынка и публично защитить прогноз его технико-экономических показателей.

Кроме основных задач исследования студентам предлагается в интерактивной форме обучиться основным задачам социального характера:

- сформировать творческий коллектив;

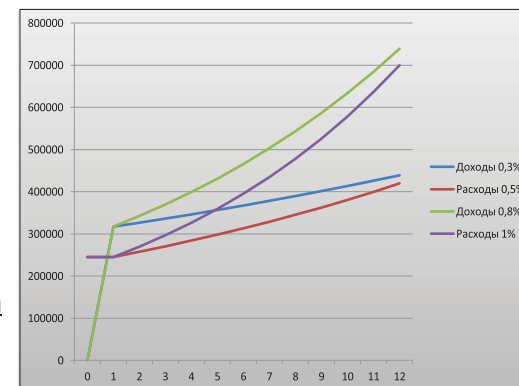
## Инфляционные риски.

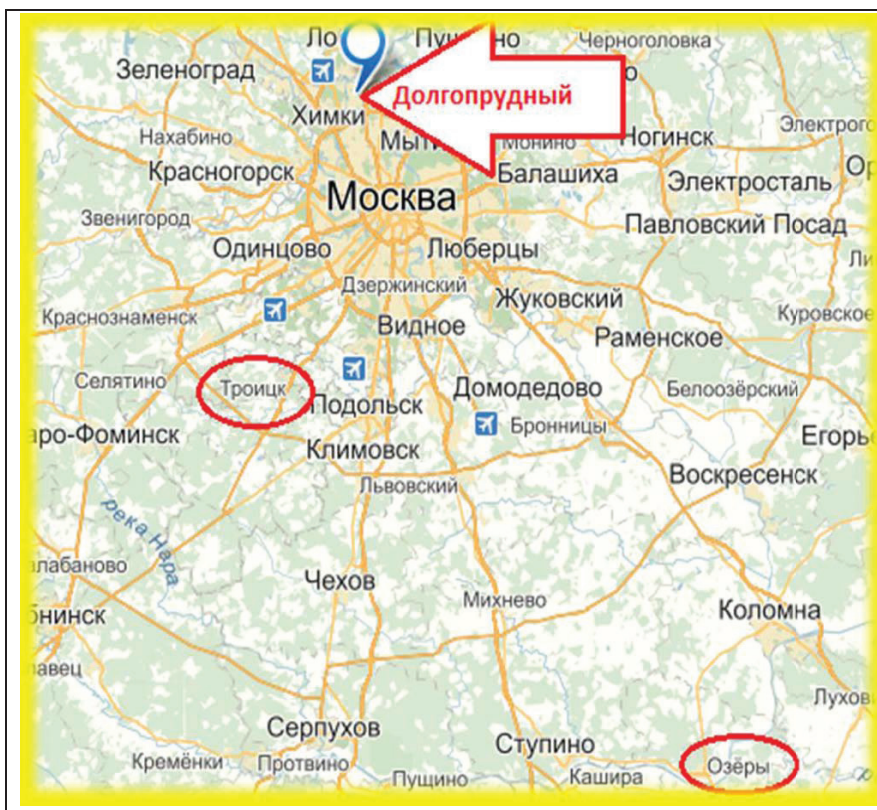
Рассматриваем два варианта инфляции ежемесячно:

	Доходы	Расходы
I	0,3%	0,5%
II	0,8%	1%

Доходы растут медленнее, чем расходы, поэтому в какой-то момент наша чистая прибыль **уйдет в минус**, что противоречит целям ведения бизнеса.

Так как мы должны застраховаться от **разорения**, возможность возникновения такой ситуации и ее контроль должны быть **предусмотрены в договоре**.





**Месторасположение конкурентов**

- распределить работу между всеми его участниками;
- выполнить работу к заявленному сроку;
- оформить работу по стандарту;
- определить вклад каждого участника;
- подготовить презентацию работы и защитить её в студенческой группе.

Представляемые материалы по курсовой работе:

1. Пояснительная записка - бумажная и электронная версия;
2. Презентация: слайды - бумажная и электронная версия, видеоролики - электронная копия.

Содержание пояснительной записки:

**Титульный лист:** наименование вуза, дисциплина, название курсовой работы, перечень исполнителей с указанием их обязанностей в творческом коллективе и оценка личного вклада каждого из них, студенческая группа, руководитель, год работы.

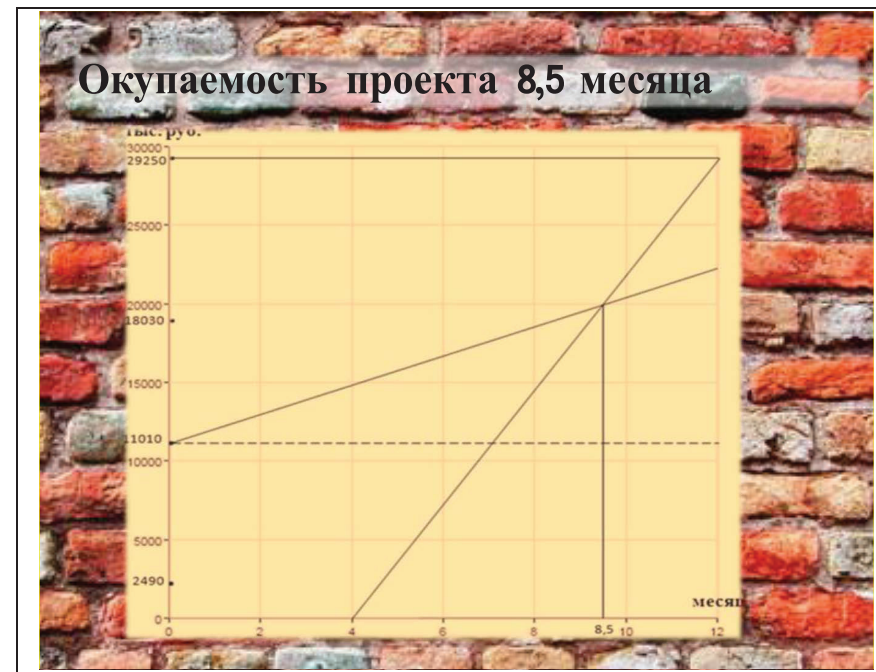
**Содержательная часть:** текст в формате Word, таблицы и графики в формате Excel, рисунки в произвольном формате.

**Источники информации:** перечень печатных изданий с указанием выходных данных издательства, перечень интернет-ресурсов с указанием веб-страниц, перечень других источников информации.

**Приложения:** материалы, играющие вспомогательную

роль в исследовании, документы, законы и подзаконные акты, результаты промежуточных расчётов.

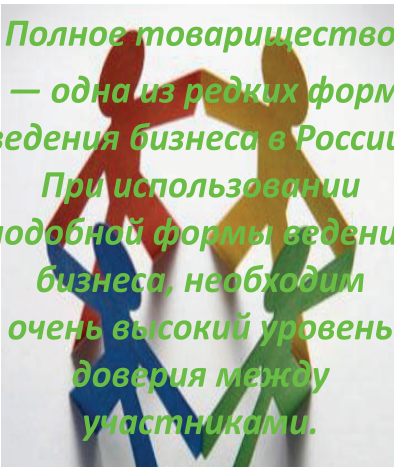
Многопрофильная задача исследования, поставленная в курсовой работе, позволяет обеспечить индивидуальную, в том числе – самостоятельную, работу студента, и, соответственно, дифференцированную оценку этой работы.



## Правовая форма: полное товарищество.

- Полное товарищество, создается, с целью получения прибыли и может заниматься любой, не запрещенной законом деятельностью.
- Управление деятельностью полного товарищества осуществляется по общему согласию всех участников.
- Товарищество несет ответственность по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом.
- Прибыль и убытки полного товарищества распределяются между его участниками пропорционально их долям в складочном капитале

*Полное товарищество — одна из редких форм ведения бизнеса в России. При использовании подобной формы ведения бизнеса, необходим очень высокий уровень доверия между участниками.*



## 1. ВЫБОР ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВОЙ ФОРМЫ ВЕДЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Целью данного раздела является ознакомление студентов с объектами, субъектами и организационно-правовыми формами предпринимательской деятельности.

Поскольку форма организации бизнеса во многом зависит от конкретного объекта предпринимательства, выбору организационно-правовой формы ведения деятельности должно предшествовать описание объекта предпринимательской деятельности.

### 1.1. Объект предпринимательской деятельности

Объектами предпринимательской деятельности является все, что служит получению прибыли. Это товары (вещи и услуги), деньги и ценные бумаги, иное имущество, информация, результаты интеллектуальной деятельности (патенты, лицензии, произведения науки, литературы, «ноу-хау»).

По условию задания объект предпринимательской деятельности в курсовой работе выбирается студентами самостоятельно из сферы строительного бизнеса или производства строительных материалов.



В данном разделе необходимо на основе исследования доступных источников информации описать основные технико-экономические характеристики выбранного объекта предпринимательства, технологию его производства и основные рыночные перспективы.

При этом необходимо рассмотреть законодательную базу в отношении выбранного объекта предпринимательства, поскольку купля-продажа отдельных объектов может быть запрещена либо ограничена законом. Требуется также определить, необходима ли государственная регистрация объекта предпринимательства.

#### 1.2. Субъект предпринимательской деятельности

В данном разделе необходимо выбрать форму предпринимательской деятельности. По законодательству РФ участниками (субъектами) предпринимательской деятельности, являются физические и юридические лица. При этом юридические лица делятся на коммерческие и некоммерческие организации.

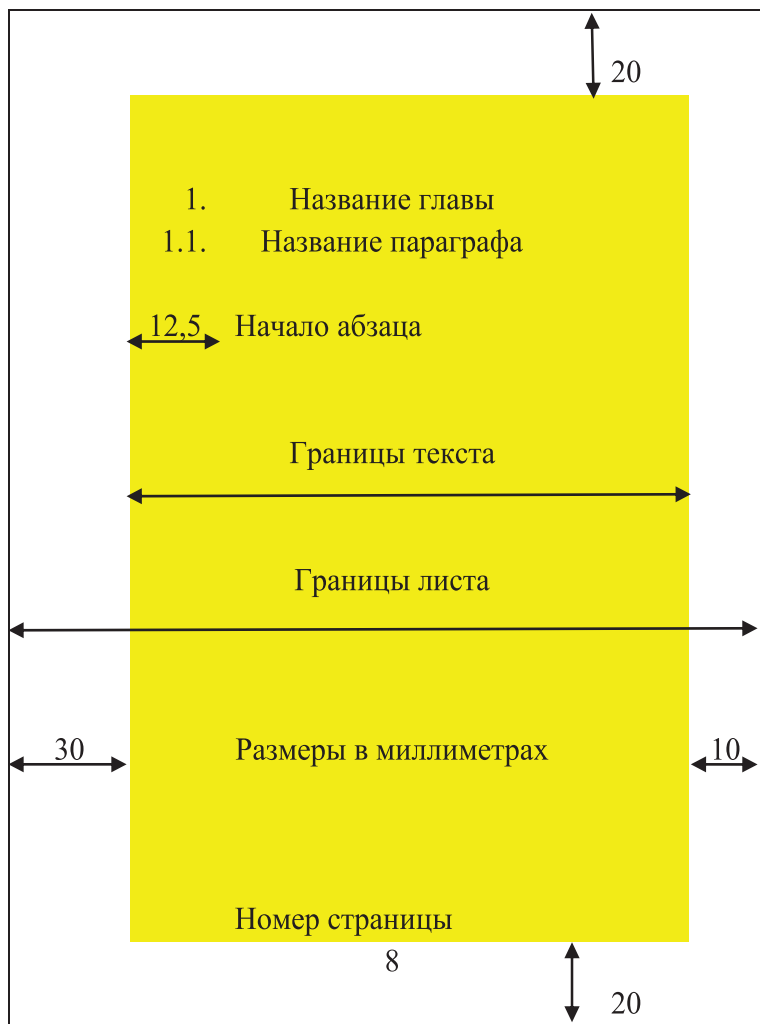
Коммерческими признаются организации, преследующие в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли и имеющие право распределять эту прибыль по своему усмотрению между участниками.

### ПРИЛОЖЕНИЕ 3 ПРИМЕР ОЦЕНКИ РИСКА МЕТОДОМ ЭКСПЕРТНЫХ ОЦЕНОК

Риск, %	Оценки экспертов						Среднее значение
	1	2	3	4	5	6	
Сбой поставок сырья	6	5	8	5	6	5	5,8
Повышение цен на сырье	3	5	4	5	4	6	4,5
Неполное финансирование проекта	7	7	8	7	7	7	7,2
Итого							17,5

## ПРИЛОЖЕНИЕ 2

### РАЗМЕТКА СТРАНИЦЫ С ТЕКСТОМ



Некоммерческие организации не имеют основной целью получение прибыли; их главная задача – достижение уставных целей. При этом они не имеют права распределять полученную прибыль между участниками по своему усмотрению.

Коммерческие организации создаются в форме хозяйственных товариществ, хозяйственных обществ, производственных кооперативов, государственных и муниципальных предприятий.

Некоммерческие организации создаются в форме потребительских кооперативов, общественных и религиозных организаций и объединений, учреждений и всевозможных фондов.

Необходимо рассмотреть преимущества и недостатки различных форм предпринимательской деятельности в применении к выбранному объекту.

### 1.3. Организация предпринимательской деятельности

Под организационным планом предпринимательской деятельности понимается комплекс мероприятий, направленный на обеспечение правовых отношений между фирмой и органами власти, внутри фирмы между администрацией и трудовым коллективом. Для этого разрабатывается организационная структура управления фирмой или проектом, распределяются обязанно-

сти между исполнителями, составляются должностные инструкции, разрабатываются положения о структурных подразделениях, регламенты руководящего персонала, устанавливается право подписи на документах (технических, юридических, плановых, бухгалтерской отчетности, финансовых).

Организационный план начинается со списка членов руководящей группы, их кратких биографических справок и предполагаемого круга обязанностей каждого. Далее освещаются вопросы кадровой политики по пяти основным направлениям:

- организационная структура управления (дается перечень всех должностей с указанием для каждого исполнителя его обязанностей и связей с другими исполнителями);

- планирование и оценка результатов (составляется план работ, определяются важнейшие показатели, по которым можно судить о ходе выполнения плана, описывается метод оценки результатов);

- поощрение (разрабатывается система поощрений: продвижение по службе, премии, благодарности и др.);

- критерии отбора (определяются требования, которые будут предъявляться к кандидатам на должности, предусмотренные организационной структурой);

## ПРИЛОЖЕНИЕ 1

### ПРИМЕР ОФОРМЛЕНИЯ ТИТУЛЬНОГО ЛИСТА РАБОТЫ

<b>ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ</b>
<b>высшего профессионального образования</b>
<b>МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПУТЕЙ СООБЩЕНИЯ (МИИТ)</b>
<b>Кафедра «Экономика строительного бизнеса и управления собственностью»</b>
<b>Курсовая работа</b>
По дисциплине: «Организация предпринимательской деятельности»
На тему: «Создание компании ООО "Прометей" по производству гиперпрессованного кирпича»
Задание выполнили :ст.гр.№№№№
Куваева Н.(Глава 1 - 20%)
Юматова Т.(Глава 2 -25%)
Гришина А. (Глава 3 - 25%)
Бецких А. (Глава 4 - 30%)
Задание выдал(а): _____
Москва 2015

10. Липсиц И.А. Бизнес-план – основа успеха: Практическое пособие / И.А. Липсиц – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело, 2012. – 112 с.
11. Орлова Е.Р. Бизнес-план: основные проблемы и ошибки, возникающие при его написании / Е.Р. Орлова. – 2-е изд., испр. и доп. – Омега-Л, 2012. – 152 с.
12. Мачерет Д.А., Чернигина И.А. Факторы, издержки и результаты предпринимательской деятельности. Методические указания. – М.: МИИТ, 2013. - 49 с.
13. Коммерция на железнодорожном транспорте / Мачерет Д.А., Мачерет А.А., Чернигина И.А. /Под ред. Д.А. Мачерета. – М.: ГОУ «УМЦ по образованию на железнодорожном транспорте», 2007. – 269 с.

- обучение (предусматривается система мер по повышению квалификации сотрудников с отрывом или без отрыва от производства).

Для четкого определения круга обязанностей каждого сотрудника предприятия составляются должностные инструкции, которые представляют собой подробное описание характера выполняемой работы, перечень особых условий ее выполнения и требования к квалификации исполнителя.

## 2. ИЗДЕРЖКИ ПРОИЗВОДСТВА

Целью данного раздела является изучение сущности издержек, их видов, изменения издержек во времени и в зависимости от факторов, объема и масштаба производства.

Точный расчёт издержек базируется на производственном плане предприятия, который составляется в первой части данного раздела.

### 2.1 Производственный план предприятия

Данный раздел включает в себя всю информацию, которая разъяснит, как будет осуществляться производство продукции данным предприятием в ближайшие три года.

В плане должны быть рассмотрены такие основные пункты: местоположение производства; наличие удобных подъездов к предприятию и необходимость в прокладывании новых дорог; наличие коммуникаций на данной территории, необходимость дополнительных сооружений к основному предприятию; необходимость в поставке оборудования; привлечение рабочей силы и уровень квалификации рабочих; технологии, используемые на предприятии; утилизация отходов производства.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гражданский кодекс Российской Федерации
2. Брю С.Л., Макконнелл К.Р. Экономикс: Пер. с англ. - М.: ИНФРА-М, 2012.
3. Пиндайк Р.С. Микроэкономика: Пер. с англ. - М.: Мир книг, 2012.
4. Самуэльсон П.Э., Нордхаус В.Д. Экономика: Пер. с англ. – Вильямс, 2011.
5. Предпринимательство: учебник / под ред. В.Я. Горфинкеля, Г.Б. Поляка. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2012. - 687 с.
6. Особенности правового регулирования предпринимательства в Российской Федерации: учеб. пособие / В.Б. Алексеев -3-е изд., перераб. и доп. – М.: Волтерс Клувер, 2010. – 176 с.
7. Организация предпринимательской деятельности: Учебное пособие / под ред. О.В. Шеменевой, Т.В. Харитоновой. – М.: Дашков и К, 2014. - 296с.
8. Основы коммерческой деятельности: Учебник / О.В.Памбухчиянц. – М.: Дашков и К, 2014. - 284 с.
9. Бизнес-планирование: Учебник для вузов/ Под ред. В.М Попова, С.И. Ляпунова, С.Г. Млодика. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 816 с.

$R_{кт}$  - вероятность катастрофического риска;  
 $\Delta ПР$  - величина возможных потерь.

Проблему минимизации риска можно решать, используя три известных способа: диверсификацию, страхование, получение большей информации для обоснования выбора и уточнения результатов расчётов.

Диверсификация в данном случае - возможное размещение полученных инвестиций в несколько различных проектов.

Страхование гарантирует получение одинакового дохода независимо от того, понесет он потери или нет. Так как доходы при получении страхового возмещения равны ожидаемым потерям, этот стабильный доход равен ожидаемому доходу, связанному с риском. Необходимо только учитывать стоимость страховых услуг при определении финансовых результатов работы.

Влияние информации на степень риска также имеет стоимостную оценку. Известно, что если информация доступна, ее пользователь может выполнить более точный прогноз и тем самым снизить риск. Но информация является ценным товаром. Стоимость полной информации является разницей между ожидаемой стоимостью какого-либо приобретения, когда имеется полная информация, и ожидаемой стоимостью, когда информация неполная.

Самым подробным пунктом в данном разделе должно стать описание производства продукции, что особенно важно для разработчиков технологического процесса. Он позволяет оценить все используемые материалы и технологии, детализировать расходы на производство конечного продукта. А рассмотрение данного пункта плана экспертами может выявить нюансы, благодаря которым можно будет сократить расходы на производство и, соответственно, получить большую прибыль.

Также подробно необходимо обосновать использование того или иного оборудования, а затем просчитать, какой способ приобретения оборудования окажется наиболее выгодным. Это может быть кратковременная аренда оборудования, лизинг (долгосрочная аренда оборудования), покупка уже бывшего в эксплуатации оборудования, или приобретение нового оборудования. Выбор того или иного варианта обязательно должен обосновываться.

Кроме этого необходимо продумать транспортные развязки. Каким видом транспорта удобнее всего будет получать сырье и поставлять товар? Необходимо ли использовать услуги транспортных компаний или проще будет обзавестись собственным транспортом? В последнем случае обязательно нужно предусмотреть необходимость ремонта оборудования и транспортных

средств – либо как участок на собственном предприятии, либо как услуги другой компании.

В обязательном порядке следует учитывать наличие на территории: электроэнергии; воды; отопления; канализации; газа. Следует просчитать, что из этого уже находится на объекте, что необходимо для предприятия и чем следует обеспечить производство.

Последним в разделе, но не по значимости, следует определить потребность предприятия в квалифицированном персонале. Необходимо при этом предусмотреть сезонные изменения рыночной конъюнктуры, необходимость предоставления отпусков персоналу, возможность болезней работников и выполнения ими предусмотренных законом государственных обязанностей.

## 2.2. Издержки предприятия

Расчёт и анализ экономических издержек выполняется для трёхлетнего периода функционирования предприятия. Анализ экономических издержек предполагает их структурирование по различным признакам.

На первом этапе все издержки предприятия следует разделить на единовременные и текущие.

Наиболее полное представление о риске дает графическое изображение зависимости вероятности потерь от их уровня.

На рис.4.2. представлена типовая кривая распределения вероятностей возникновения определенного уровня потерь, называемая кривой риска. Для построения этой кривой используется статистический, экспертный и расчетно-аналитический методы.

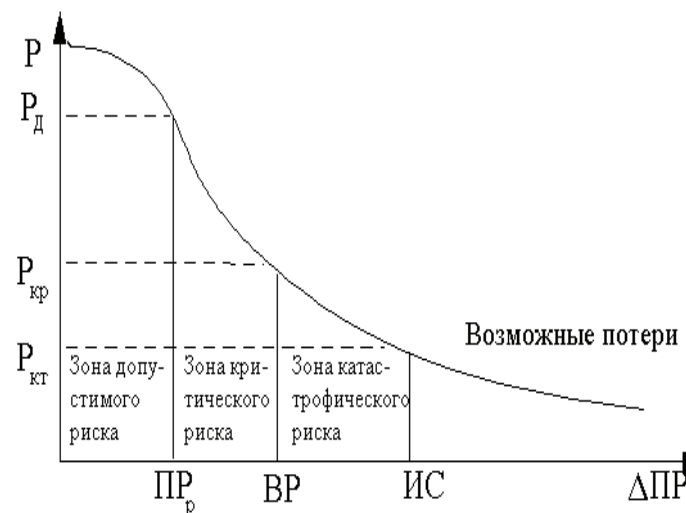


Рис. 4.2. Типовая кривая распределения вероятности возникновения определенного уровня потерь

На рис.4.2.приняты следующие обозначения:  
P - вероятность возникновения уровня потерь;  
P<sub>р</sub> - полная вероятность потерь;  
P<sub>д</sub> - вероятность допустимого риска;  
P<sub>кр</sub> - вероятность критического риска;

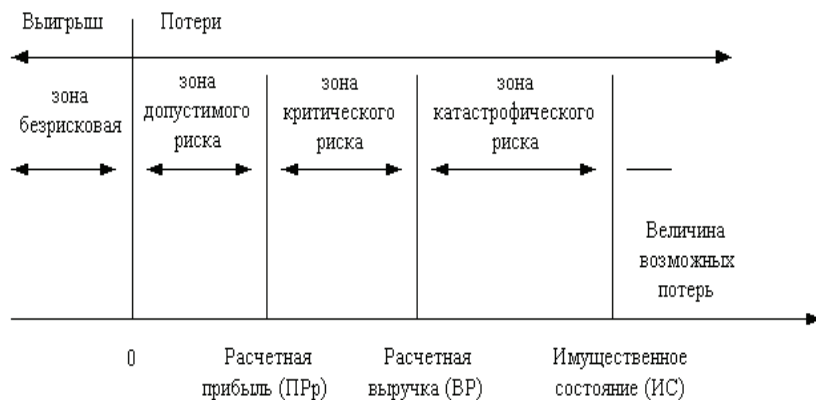


Рис. 4.1. Схема зон риска

**Безрисковая зона** - область, в которой ожидаются нулевые потери или отрицательные (превышение прибыли).

**Зона допустимого риска** - область, в которой данный вид предпринимательской деятельности сохраняет свою экономическую целесообразность, то есть потери менее ожидаемой прибыли.

**Зона критического риска** - область, в которой возможность потерь превышает величину ожидаемой прибыли.

**Зона катастрофического риска** - область, в которой потери превосходят критический уровень и в максимуме могут достигнуть величины, равной имущественному состоянию предпринимателя.

К единовременным затратам относят однократно затрачиваемые издержки, например, на прокладку дороги к предприятию, на закупку оборудования и т.п.

К текущим затратам следует отнести издержки, которые предприниматель несёт на протяжении всего периода существования организации, например оплата аренды, заработной платы, оплата услуг снабжения электроэнергией, водой и пр.

Следующим признаком разделения издержек является их зависимость от объёма производства.

С этой точки зрения в краткосрочном периоде все текущие издержки можно разделить на постоянные и переменные.

К постоянным издержкам относятся те издержки, которые не меняются при изменении объёма производства. (Предприниматель несёт их даже в том случае, когда ничего не производит). Сюда можно отнести зарплату генерального директора и уборщицы административного здания; содержание инфраструктуры (рельсов, киоска); арендные платежи за торговые площади; оплату коммунальных услуг; амортизацию оборудования и др.

Переменные издержки – те издержки, которые зависят от объёма производства (т.е. изменяются вместе с изменениями объёма производства). Примером может служить: зарплата про-



изводственных рабочих; стоимость сырья; топливо и электроэнергия, затраченные на производство, и др.

Результаты расчётов целесообразно привести в форме таблицы (например, такой, как таблица 2.1.)

Таблица 2.1.

Расчет издержек предприятия за период 2018-2020гг.

Статьи затрат	2018	2019	2020
1. Сырье и материалы			
2. Топливо и энергия на технологические цели			
3. Основная заработная плата			
<b>Итого переменные издержки</b>			
4. Издержки на содержание и эксплуатацию оборудования			
5. Оплата аренды			
6. Оплата коммунальных платежей			
7. Заработная плата администрации			
<b>Итого постоянные издержки</b>			
<b>Всего текущие издержки</b>			
8. Постройка автодороги			
9. Оснащение коммуникациями			
10. Закупка оборудования			
<b>Всего единовременные издержки</b>			

$X_1, X_2$  - численные значения возможных результатов.

Поскольку экономические параметры имеют некоторый разброс своих численных значений, то необходимо определить дисперсию:

$$\sigma^2 = p_1 [x_1 - E(x)]^2 + p_2 [x_2 - E(x)]^2$$

и стандартное отклонение (среднее квадратичное отклонение)

$$\sigma = \sqrt{p_1 [x_1 - E(x)]^2 + p_2 [x_2 - E(x)]^2}$$

Вероятность результата можно также определить, используя субъективные критерии оценки риска. Для этого целесообразно очертить границы соответствующей области или зоны риска. В зависимости от величины потерь устанавливаются:

- безрисковая зона;
- зона допустимого риска;
- зона критического риска;
- зона катастрофического риска.

Схема зон риска приведена на рис.4.1.

#### 4. ОЦЕНКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО РИСКА И МЕТОДЫ ЕГО СНИЖЕНИЯ

Расчет обобщающих показателей проекта осуществляется с учетом факторов времени и возможных темпов инфляции. Процесс выполнения проекта и прогноз показателей маркетингового плана осуществляется в условиях неопределенности исходной информации. Такая ситуация требует учесть фактор риска в осуществлении проекта, который связан с неопределенностью результата исследований.

В работе для примера из нескольких видов риска целесообразно выбрать один основной (инфляционный, коммерческий, финансовый и др.).

Риск можно определить количественно, на основе вероятности его проявления. Для оценки вероятности достижения результата используют ожидаемое значение, которое является средневзвешенным всех возможных значений. При двух возможных значениях оно будет определяться по формуле:

$$E(x) = p_1 \times x_1 + p_2 \times x_2$$

где  $E(x)$  - ожидаемый результат,

$p_1, p_2$  - вероятность достижения соответствующего результата,

#### 3. ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Целью данного раздела является изучение показателей, характеризующих финансовые результаты предпринимательской деятельности и методов достижения безубыточной и рентабельной работы предприятия.

На первом этапе в данном разделе формируется план маркетинговой деятельности.

##### 3.1. План маркетинговой деятельности

План маркетинга предприятия должен ответить на три главных вопроса:

- Какое положение фирма занимает на рынке?
- Какое положение на рынке она хочет занять?
- Как достичь этого положения?

Для аргументированного ответа на поставленные вопросы план маркетинговой деятельности предприятия должен содержать:

- описание потребителей товара или услуги;
- сегментацию рынка по группам потребителей;
- оценку конкурирующих изделий, товаров, продуктов, услуг;
- сегментацию рынка по группам товаров;

- оценку предприятий-конкурентов;
- объем продаж в настоящем и на перспективу;
- долю рынка в настоящем и на перспективу;
- политику ценообразования;
- систему товародвижения и сбыта;
- систему стимулирования продаж.

Сегментация рынка по группам потребителей - это группировка потребителей по каким-либо признакам, в той или иной степени определяющим мотивы их поведения на рынке.

Сегментация рынка по группам товаров (изделиям, услугам) является производной от сегментации рынка по потребителям, т.к. учитывает запросы и предпочтения потребителей по качественным характеристикам.

Сегментация по предприятиям-конкурентам – это группировка конкурентов по факторам конкурентоспособности в продвижении продукта (изделия, услуги) на рынок. Определяется наличие и возможность выхода конкурентов на рынок, сложности и преграды стоящие перед ними, легкость копирования продукции конкурентами. Все собранные данные целесообразно предоставить в табличном виде.

Наиболее распространенными критериями сегментации являются следующие:

- количественные параметры сегмента (емкость сегмента), по которым определяется число потенциальных потребителей и

Если результаты расчетов по различным критериям дают противоположные результаты, необходимо принять неформальное решение, исходя из ценностной ориентации инвестора.

Например,  $ЧДД < 0$ ,  $ИД < 1$ , но  $T_{ок} > T_{ок}^H$ . Тогда, если для инвестора более важно получение суммарного эффекта за весь срок службы оборудования, проект целесообразно осуществить; если же он заинтересован прежде всего в скорейшей окупаемости - инвестиции нецелесообразны.

В другом случае, если  $ЧДД < 0$ ,  $ИД < 1$ , но  $T_{ок} < T_{ок}^H$ , очевидно, что можно говорить о целесообразности осуществления проекта, т.к. он окупается в приемлемые сроки, но необходимо уменьшить общий срок службы оборудования, чтобы инвестиции стали эффективными и по первым двум критериям.

Если все показатели эффективности отрицательны ( $ЧДД < 0$ ,  $ИД < 1$ ,  $T_{ок} > T_{ок}^H$ ) – то вложение финансовых ресурсов в данный проект нецелесообразно. Именно на этом этапе работы зачастую приходится пересмотреть результаты предыдущих расчётов, привести в соответствие технологические процессы и финансовые потоки. Если этого не удаётся и результат от вложения инвестиций всё равно получается отрицательным, от проекта приходится отказаться.

$$T_{ок}^H = \frac{\ln 2}{\ln(1 + E)}$$

Расчет срока окупаемости целесообразно сделать с использованием таблицы, аналогичной табл. 3.3.

Таблица 3.3.

Определение срока окупаемости инвестиций

Год	ЧДД, рублей.	ЧДД нарастающим итогом, рублей
0		
1		
2		
3		

Тот год, в котором ЧДД с нарастающим итогом становится положительным, является годом окупаемости инвестиций. Инвестиции можно считать эффективными, если  $T_{ок} < T_{ок}^H$ . Чем быстрее окупаются инвестиции, тем они эффективнее.

Принимать решение о целесообразности осуществления данного инвестиционного проекта следует на основании всех рассмотренных критериев.

Если все они свидетельствуют об эффективности инвестиций ( $ЧДД > 0$ ,  $ИД > 1$ ,  $T_{ок} < T_{ок}^H$ ), то осуществление проекта целесообразно.

соответственно производственные мощности, необходимые для обслуживания потенциальной емкости рынка;

- доступность сегмента для производителя (каналы распространения и сбыта продукции), позволяющая решить вопрос о формировании сбытовой сети;

- устойчивость рынка;

- прибыльность (величина прибыли или дохода на вложенный капитал, размер дивидендов на акцию, величина прироста общей массы прибыли предприятия), показывающая уровень эффективности деятельности предприятия в данном сегменте рынка;

- совместимость сегмента рынка с рынком основных конкурентов, позволяющая оценить силу или слабость конкурентов и принять решение о целесообразности и готовности внесения дополнительных затрат на такой сегмент;

- квалификация и опыт работ персонала предприятия (инженерного, производственного и сбытового) в выбранном сегменте рынка;

- защищенность выбранного сегмента от конкуренции.

Результатом сегментации рынка по группам потребителей является оценка количества потенциальных потребителей с ука-

занием регионов, частоты покупок, уровня доходов. На основании этих данных строится кривая спроса на товар (рис. 3.1.).

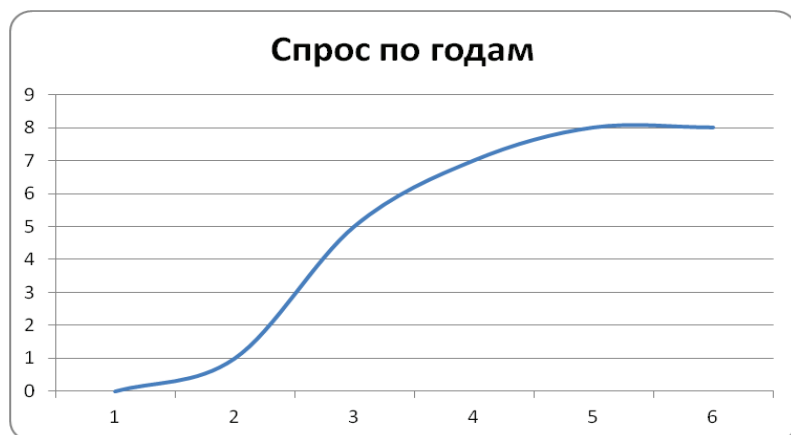


Рис. 3. 1. Жизненный цикл спроса на товар

План маркетинга должен содержать обоснование решений по форме и методам продажи товара, назначенной за него цены и способам стимуляции продаж. Для этого необходимо сформулировать и подкрепить расчётами конкретные конечные цели: объем продаж, долю рынка, политику ценообразования, систему товародвижения и сбыта и систему стимулирования продаж.

Объем продаж определяется исходя из оценки производственной мощности фирмы и графика жизненного цикла товара.

ЧДД за весь расчетный период определяется суммированием годовых величин ЧДД.

Все затраты в таблице показываются со знаком «-», а результаты - со знаком «+».

**Индекс доходности** (ИД) инвестиций тесно связан с ЧДД. Он представляет собой отношение суммы приведенных эффектов к величине инвестиций (единовременных затрат) и определяется по формуле:

$$\text{ИД} = 1 + \frac{\text{ЧДД}}{K}$$

Если  $\text{ИД} > 1$  - проект эффективен. Чем больше разность ( $\text{ИД} - 1$ ), тем выше эффективность инвестиций.

**Срок окупаемости** ( $T_{\text{ок}}$ ) инвестиций - это период времени, в течение которого инвестиции покрываются за счет суммарных результатов их осуществления, т.е. ЧДД становится и остается неотрицательным. Проект считается эффективным по критерию срока окупаемости, если окупаемость достигается в пределах приемлемого для инвестора периода времени. В качестве приемлемого (нормального) срока окупаемости можно рассматривать время окупаемости инвестиций при альтернативном вложении, приносящем ежегодный чистый доход на уровне нормы дисконта:

Если ЧДД положителен, значит, инвестиционный проект принесет больший эффект, чем альтернативное вложение капитала под процент, соответствующий норме дисконта, т.е. проект является эффективным и может рассматриваться вопрос о его осуществлении. Чем больше ЧДД, тем эффективнее проект.

Расчет ЧДД удобно представить в табличной форме (см. таб. 3.2.). Ряд поступлений и платежей определяется суммированием инвестиционных платежей и прибыли в каждом году. Коэффициент дисконтирования для каждого года определяется по формуле  $\frac{1}{(1+E)^t}$ ; а чистый дисконтированный доход в каждом году - как произведение соответствующей величины из ряда поступлений и платежей на коэффициент дисконтирования.

Таблица 3.2.

Расчет чистого дисконтированного дохода (ЧДД) от инвестиций

Год	Инвестиционные платежи, рублей	Чистая прибыль от инвестиций, рублей	Ряд поступлений и платежей	Коэффициент дисконтирования	Чистый дисконтированный доход, млрд. руб.
0					
1					
2					
3					
Итого					

Доля рынка определяется на основании результатов оценки рынка сбыта.

В практике ценообразования различают следующие основные типы ценовой политики:

- политика проникновения на рынок;
- политика «снятия сливок»;
- политика ценового лидерства;
- политика следования за лидером.

Политика проникновения на рынок характеризуется тем, что первоначально товар вводится на рынок по очень низкой цене с целью привлечения как можно большего числа покупателей.

Политика «снятия сливок» применяется в тех случаях, когда фирмы, выпускающие на рынок товары, пользующиеся широким спросом, могут временно устанавливать за них очень высокие цены, затем цены снижаются по мере «насыщения» рынка или по мере перехода товара в новые фазы жизненного цикла.

Политика ценового лидерства применяется фирмами, выступающими монополистами или олигополистами на определенных рынках. Эти фирмы устанавливают высокие монопольные цены и легко отражают попытки ценовой войны.

Политика следования за лидером применяется малыми фирмами, не владеющими значительной долей рынка.

Перед разработкой политики ценообразования необходимо изучить ряд вопросов:

- Какой общий спрос на предлагаемый товар и будет ли реагировать рынок на изменение цены?
- Отреагируют ли конкуренты на изменение цены?
- Как достичь максимума прибыли: путем продажи большего количества по низким ценам или путем продажи малого количества по высоким ценам?
- Как лучше завоевать рынок: высокими ценами и высокими расходами на маркетинг или низкими ценами и малыми расходами на маркетинг?
- Принимается ли в расчет при установлении цены на перспективу ожидаемая инфляция?

В плане маркетинга следует указать также стратегические задачи фирмы. К их числу относятся:

- внедрение на рынок новых товаров;
- выход на новые рынки;
- увеличение доли на существующем рынке;
- уход с освоенных рынков;
- уменьшение, увеличение или стабилизация производства.

Оценка экономической эффективности проекта может быть произведена по нескольким показателям:

- чистый дисконтированный доход;
- индекс доходности;
- срок окупаемости.
- и др.

**Чистый дисконтированный доход (ЧДД)** - это сумма текущих эффектов от инвестиций за весь расчетный период, приведенная к начальному моменту времени.

Если в течение расчетного периода расчет производится в базовых (сопоставимых, очищенных от инфляции) ценах, то величина ЧДД для постоянной нормы дисконта вычисляется по формуле:

$$\text{ЧДД} = \sum_{t=0}^T (R_t - Z_t) * \frac{1}{(1 + E)^t}$$

где  $R_t$  - результаты, достигаемые на  $t$ -ом шаге расчета;

$Z_t$  - затраты, осуществляемые на том же шаге;

$E$  - норма дисконта;

$T$  - горизонт расчета (срок службы оборудования).

В качестве результатов на каждом шаге выступает годовая величина чистой прибыли, а в последнем году - также чистая выручка от ликвидации оборудования.

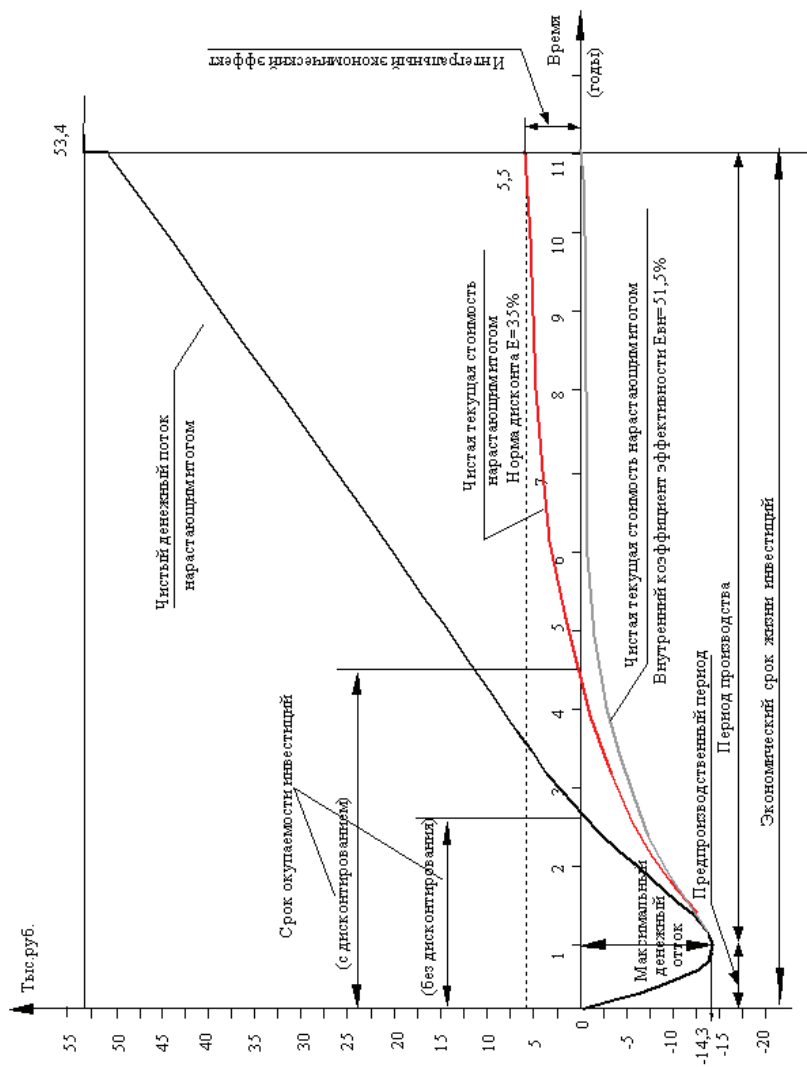


Рис. 3.3. Финансовый профиль проекта

Система товародвижения и сбыта представляет физическое перемещение и передачу права собственности на товар или услугу от производителя к потребителю, включая транспортировку, хранение и совершение сделок.

Следует описать процесс товародвижения, указать, услугами каких оптовых и розничных торговых агентов предполагается пользоваться. Нелишне подчеркнуть, какие факторы влияют на выбор торговых агентов.

В заключение этого этапа необходимо раскрыть структуру издержек товародвижения (сбытовые расходы на единицу проданного товара, стимулирование работы продавцов, возможность и объём прямых продаж), перспективы изменения объема продаж на 3 года.

Итогом данного раздела является план маркетинга, отражающий стратегию и тактику предприятия, оформленный по форме табл.3.1.



Таблица 3.1.

План маркетинга предприятия на период 2018-2020гг.

Статьи плана	2018	2019	2020
1. Общий рынок продукции, рублей			
2. Возможный охват спроса на продукцию, шт.			
3. Цена единицы продукции, рублей			
4. Возможный объём реализации, рублей			
5. Доля рынка, %			
6. Дополнительные затраты на маркетинг, рублей			

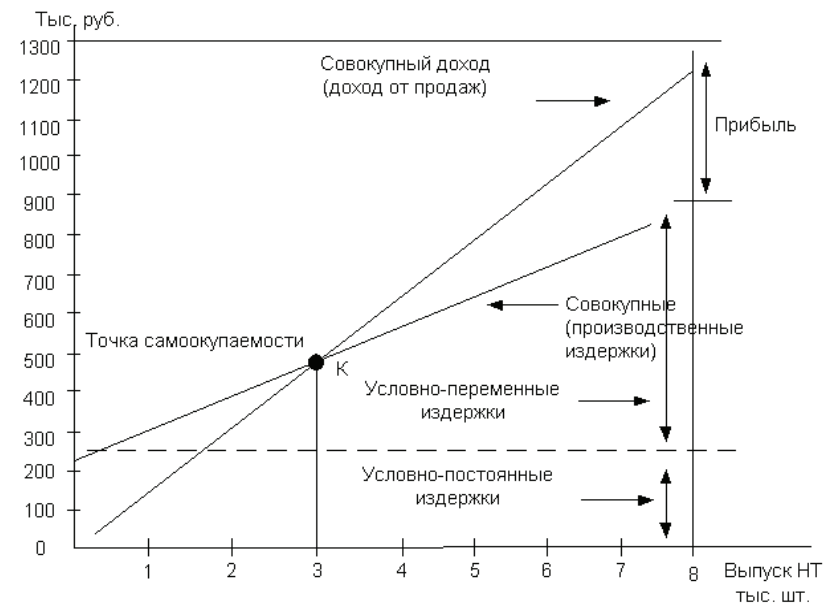


Рис. 3.2. Определение точки самоокупаемости проекта

### 3.2. Финансовые результаты деятельности и оценка эффективности инвестиций

В данном разделе работы необходимо сбалансировать выручку и издержки предприятия на ближайшие три года и оценить эффективность вложенных средств. Для этого целесообразно построить график критического объема продаж (точки безубыточности), как, например, на рис.3.2. и график финансовых потоков предприятия (например, как на рис. 3.3.).