

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ДЕПАРТАМЕНТ НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ И ОБРАЗОВАНИЯ
ФГБОУ ВПО
ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ**

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ

**по изучению дисциплины
со студентами очной и заочной форм обучения
по специальности 100801.62 «Товароведение»
профиль: 100801.62 Товароведение и экспертиза в сфере
производства и обращения сельскохозяйственного сырья и
продовольственных товаров»**

пос.Персиановский

2014

УДК 330.564.224
ББК 65.32
К 61

Составители: кандидат ветеринарных наук, доцент Колоденская В.В., кандидат экономических наук, доцент Мишустина Т.Н., ассистент Данильченко М.А., ассистент Пимонова О.Н.

Колоденская, В.В.

К 61 Организация и управление коммерческой деятельностью. Учебно-методическое пособие по изучению дисциплины для студентов специальности 100801.62 «Товароведение», профиль: 100801.62 Товароведение и экспертиза в сфере производства и обращения сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров, очной и заочной форм обучения / В.В. Колоденская, Т.Н. Мишустина, М.А. Данильченко, О.В. Пимонова - пос. Персиановский: ДонГАУ, 2014. - 67 с.

Пособие содержит задания и методические рекомендации по проведению практических занятий по дисциплине «Организация и управление коммерческой деятельностью», включающие практические задания, тест – контроль по темам, ситуации, деловые игры и т.п. Указанные материалы помогут закрепить и обобщить полученные в процессе обучения знания, провести самостоятельное исследование по теории и практики бизнеса.

Пособие разработано в соответствии с рабочей программой по дисциплине «Организация и управление коммерческой деятельностью»

УДК 330.564.224
ББК 65.32

Рецензенты: доктор экономических наук, профессор Бунчиков О.Н., кандидат экономических наук, доцент Илларионова Н.Ф.

Рассмотрено и одобрено методической комиссией экономического факультета (протокол № 8 от 7 апреля 2014 г.)

Рекомендовано к изданию методическим советом ДонГАУ (протокол № 4 от 16 апреля 2014 г.)

© Колоденская В.В. Мишустина Т.Н.,
Данильченко М.А., Пимонова О.В.
2014 г.

© Донской государственный аграрный
университет, 2014 г.

Содержание

Введение.....	5
Тема 1.Виды предпринимательской деятельности.....	6
Тест-контроль по теме.....	6
Практическое занятие по теме	10
1.Коммерческое предпринимательство.....	10
2.Финансовое предпринимательство.....	13
Тема 2. Создание собственного дела	15
Тест-контроль по теме	15
Тема 3. Заключение контракта (деловая игра).....	19
Тема 4.Расчет точки (порога) безубыточности коммерческой деятельности торгового предприятия.....	21
Тема 5.Расчет экономической эффективности рекламы и рекламного мероприятия.....	22
Тема 6.Обоснование предпринимательских решений на предприятиях АПК на основе управления издержками производства.....	24
Тест-контроль по теме.....	24
Тема 7.Прогнозирование эффективности инвестиционной деятельности предпринимателя	28
Тест-контроль по теме.....	28
Практическое задание по теме.....	30
Тема 8. Форвардные сделки.....	36
Задание 1.....	38
Задание 2.....	39
Тема 9.Оценка эффективности инвестиционного проекта по показателям валовой прибыли и по уровню урожайности культур и продуктивности животных, обеспечивающего безубыточности производства.....	40
Задание 1-2.....	44

Задание 3-4.....	47
Тема 10. Модель предприятия предпринимательского типа.....	.51
Тема11.Использование маркетинга в коммерческой деятельности (ситуационное задание).....	53
Тема12. Психология и этика коммерческой деятельности.....	60
Литература.....	63
Приложение 1.....	65
Приложение 2.....	66

Введение

Пособие охватывает основные темы дисциплины «Организация и управление коммерческой деятельностью». В нее включены практические задания, тесты, минизадачи, ситуации, деловые игры по темам общеобразовательного стандарта.

Предлагаемое учебно-методическое пособие по «Организации и управлению коммерческой деятельностью» предназначено для усвоения и закрепления полученных теоретических знаний, предусмотренных учебными программами и стандартом высшего профессионального образования по специальности 0100801.62 «Товароведение».

Пособие призвано научить студентов практическим навыкам в области современной организации и технологии коммерческой деятельности, например, умению организовать свое собственное дело, умению находить оптимальных коммерческих партнеров по закупкам и продаже соответствующих товаров, в том числе сельскохозяйственной продукции, используя при этом различные формы закупочной и сбытовой работы — непосредственно у изготовителей товаров, поставщиков-посредников, на оптовых рынках и ярмарках, товарных биржах и т. п. по самым низким ценам и наиболее высокого качества, умению быстро реализовать закупленные товары с учетом покупательского спроса, применяя современные методы продажи, правдиво и убедительно рекламируя эти товары и при необходимости идя на разумный, оправданный риск.

Значительное место в пособии отводится умению организовать хозяйственные взаимоотношения с поставщиками и покупателями, правильно оформлять договорные связи, грамотно и профессионально проводить деловые переговоры с коммерческими партнерами, основываясь на хорошем знании профессионального этикета предпринимателя.

Тема 1. Виды предпринимательской деятельности

Тест-контроль по теме

Вариант 1

Задание 1. Установить соответствие

1. Определите, к задачам или стимулам предпринимательской деятельности относятся следующие положения:

А. Задачи предпринимательства

Б. Стимулы (побудительные причины к действию) предпринимательства

1. Стремление максимально проявить и реализовать индивидуальные замыслы, способности, инициативу, самостоятельность и творчество, освободившись от необходимости подчинения при работе по найму.

2. Поддержание ликвидности организации, то есть постоянного наличия денежных средств и других ликвидных активов, позволяющих осуществлять немедленные выплаты по обязательствам.

3. Обоснование и выбор наиболее приемлемой организационно-правовой формы предпринимательства.

4. Самоутверждение в обществе и своем непосредственном окружении в более значимом социальном статусе.

5. Соблюдение экологических и этико-социальных требований, которые предусматривают ответственность предпринимателя перед обществом, покупателями, партнерами по бизнесу и будущими поколениями

6. Надежда заработать в «собственном деле» больше, нежели это удастся в качестве наемного работника.

7. Изучение рыночной ситуации и оценка возможностей действующих и потенциальных конкурентов.

8. Обоснование и практическое освоение оптимального производственного направления, размера и построения собственного дела.

9. Стремление к успеху и радость творчества при самостоятельной деловой активности.

Задание 2. Указать правильные ответы:

Приобретение (найм, аренда) производственных ресурсов и управление ими с целью получения прибыли имеет место в деятельности

а) финансовый;

б) производственный;

в) коммерческий

Задание 3. Указать правильные ответы

Венчурное предпринимательство базируется на принципах разделения и распределения риска и относится к следующему виду деятельности:

а) финансовый;

б) производственный;

в) коммерческий

г) консультативный

Задание 4. Дополнить недостающие виды деятельности:

К коммерческому предпринимательству можно отнести следующие виды профессиональной деятельности:

- Брокерская;
- ?
- ?

Задание 5. Определить верно или неверно выражение

Клиринговая деятельность представляет собой определение взаимных обязательств (сбор, сверка, корректировка информации по сделкам и подготовка бухгалтерских документов по ним).

Вариант 2

Задание 1. Указать правильные ответы

В этом виде деятельности определяющую роль играют товарно-денежные и торгово-обменные операции:

- а) финансовая;
- б) производственная;
- в) коммерческая
- в) консультативная

Задание 2. Укажите статьи затрат сельскохозяйственного предпринимателя, которые относятся к производственному предпринимательству:

- а) наем работников для выполнения различных коммерческих операций;
- б) организация эмиссии простых акций;
- в) ремонтно-строительные работы в животноводстве;
- г) аренда торговых складов;
- д) плата процентов за краткосрочный кредит;
- е) рекламная деятельность;
- ж) приобретение семян.

Задание 3. Укажите последовательность осуществления функций предпринимателя:

- а) организация дела на базе новейшей техники, технологии, приемов менеджмента и управление им;
- б) оценка ресурсов, необходимых для производства товара и оказания услуг, поиск рынков, где ресурсы могут быть приобретены по низкой цене;
- в) поиск товара или слуг, на которые существует платежеспособный спрос, путем изучения рынка;
- г) распределение прибыли между фондами потребления и накопления, резервным фондом, фондом выплаты дивидендов;
- д) реализация товара или услуги.

Задание 4. Какой вид предпринимательства имеет долгосрочный стабильный характер:

- а) производственное;

- б) коммерческое;
- в) финансовое,
- г) консалтинговое

Задание 5. Определить верно или неверно выражение.

Субъектами малого предпринимательства понимаются некоммерческие организации, в уставном капитале которых доля участия РФ, субъектов РФ, не превышает 25% доля, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами малого предпринимательства, не превышает 25%. И в которых средняя численность работающих не превышает в строительстве -100 чел, в оптовой торговле – 50 чел, и т.д

Вариант 3

Задание 1. Укажите статьи затрат сельскохозяйственного предпринимателя, которые относятся к коммерческому предпринимательству:

- а) наем работников для выполнения различных коммерческой операций;
- б) организация эмиссии простых акций;
- в) ремонтно-строительные работы в животноводстве;
- г) аренда торговых складов;
- д) плата процентов за кредит;
- е) рекламная деятельность;
- ж) приобретение семян.

Задание 2. Объекты предпринимательской деятельности в зависимости от видов предпринимательств:

- | | |
|---------------------|--|
| 1. Производственное | А. Купля-продажа товаров |
| 2. Финансовое | Б. Страхование сделок |
| 3. Коммерческое | В. Преобразование ресурсов в общественно- полезный продукт |

Задание 3. Определить верно или неверно выражение

Клиринговой деятельностью является совершение сделок купли-продажи товара от своего имени и за свой счет путем публичного объявления цен или покупки и (или) продажи с обязательством покупки и (или) продажи объявленным лицом, осуществляющим такую деятельность, ценам

Задание 4. Дополнить выражение

Важнейшими задачами малого бизнеса в России являются:

- ускорение реструктуризации собственности, структурной перестройки, реформирования предприятий;
- содействие образованию эффективного собственника и появлению среднего по уровню материального благосостояния слоя населения;
- ?
- ?

Задание 5. Дополнить определение:

Недостатками малого предпринимательства являются:

- более высокий уровень риска;
- зависимость от крупных компаний;
- ?

- ?
- ?

Вариант 4

Задание 1. Укажите статьи затрат с.-х. предпринимателя, которые относятся к финансовому предпринимательству:

- а) наем работников для выполнения различных коммерческих операций;
- б) организация эмиссии простых акций;
- в) ремонтно-строительные работы в животноводстве;
- г) аренда торговых складов;
- д) плата процентов за кредит;
- е) рекламная деятельность;
- ж) приобретение семян.

Задание 2. Дополнить выражение

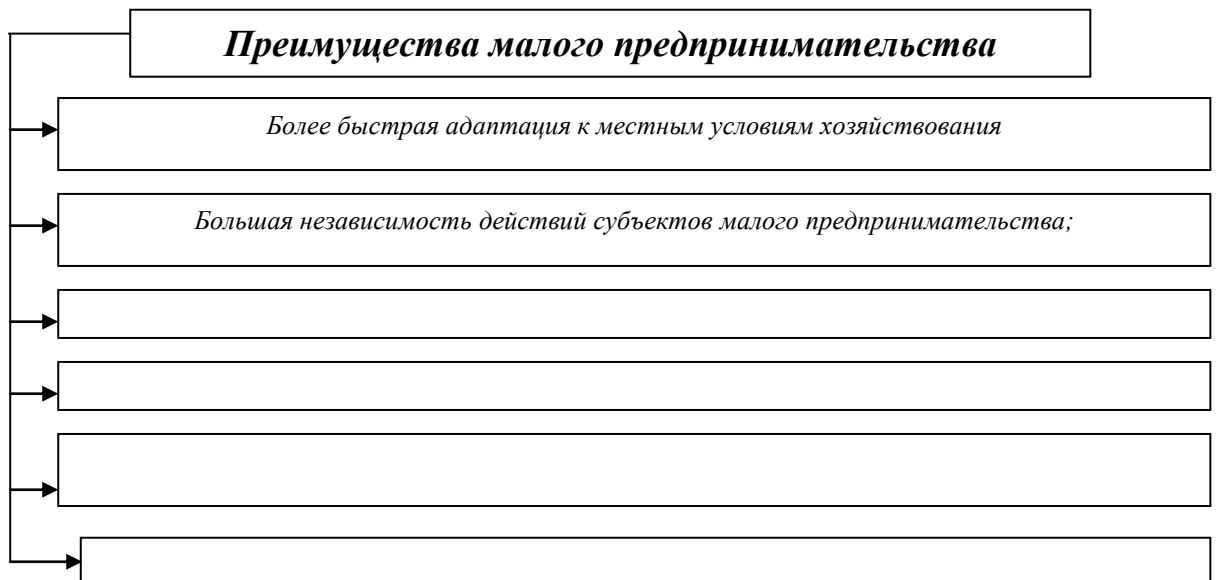
Для развития коммерческого предпринимательства необходимы два основных условия:

- 1)
- 2)

Задание 3. Определить В(верно) или неверно (НВ) выражение

Брокерская деятельность заключается в совершении гражданско-правовых сделок в качестве поверенного комиссионера, действующего на основании договора поручения или комиссии, а также доверенности по совершению таких сделок.

Задание 4. Восстановить пропущенные элементы в схеме:



Задание 5. Дополнить недостающие виды деятельности:

К коммерческому предпринимательству можно отнести следующие виды профессиональной деятельности:

- Брокерская;
- ?

➤ ?

Практическое занятие по теме 1

1. Коммерческое предпринимательство. Определение расчета исходной цены товара.

Цель занятия. Занимаясь коммерческим предпринимательством предприниматель рано или поздно сталкивается с определением цены продукта, являющейся сложной задачей, прежде всего, потому что предприниматель должен учитывать не только необходимое соответствие между различными ценами, но также и ограничения, навязываемые рынком. Однако какой бы не была политика цен, предприниматель должен организовать свою деятельность так, чтобы получать максимально возможную прибыль в кратко-, средне- и долгосрочной перспективе.

Обеспечение выживаемости предприятия становится основной целью в условиях кризиса предприятия. Чтобы обеспечить работу предприятия и сбыт своей продукции, предприятие устанавливает низкие цены. До тех пор, пока пониженные цены покрывают издержки, предприятия еще могут некоторое время продолжать свою коммерческую деятельность.

Затратный метод (средние издержки плюс прибыль) основан на использовании показателей себестоимости продукции и доли прибыли в цене:

$$O_{ц} = C_6 + П; \text{ где}$$

$O_{ц}$ - оптовая цена на продукцию предприятия ;

C_6 - Полная себестоимость изделия;

$П$ - прибыль

Сущность этого метода заключается в начислении стандартной наценки на себестоимость товара. К достоинствам метода следует отнести в первую очередь то, что он учитывает затраты предприятия по выпуску продукции и позволяет планировать уровень рентабельности.

Задача

Определить:

- а) оптовую цену на продукцию предприятия;
- б) розничную цену;
- в) структуру розничной цены.

Исходные данные:

- полная себестоимость изделия – 40 рублей;
- уровень рентабельности затрат -20%;
- НДС – 6 рублей;
- наценка посреднических организаций – 5 рублей;
- торговая надбавка -15% к отпускной цене посредников.

Решение

а) Оптовая цена продукции предприятия = себестоимость + прибыль

б) Розничная цена = оптовая цена предприятия + наценка посредников + НДС + торговая наценка

Поэтому а) $40 + 0,2 \times 40 = 48$ рублей оптовая цена предприятия

- б) $48 + 5 + 6 + 0,15 \times 59 (48+6+5) = 67,85$ рублей – розничная цена
 в) структура розничной цены: себестоимость -60%, прибыль предприятия -11,87%, наценка посредников – 7,4, НДС – 8,8 %, торговая наценка - 13%

Задания для самостоятельной работы

Задача 1. Определить:

- а) оптовую цену на продукцию предприятия;
 б) прибыль предприятия в расчете на 1 изделие

Исходные данные:

- розничная цена изделия – 200 руб.;
- НДС – 40 руб.;
- Наценка посреднической организации – 20 руб.;
- Торговая наценка -15% к розничной цене;
- Полная себестоимость изделия – 90 рублей

Задача 2. Определить:

- а) оптовую цену на продукцию предприятия;
 б) отпускную цену посредников;
 в) налог на добавленную стоимость;
 г) структуру розничной цены.

Исходные данные:

- полная себестоимость изделия- 40 руб.;
- норматив рентабельности – 25% к себестоимости;
- розничная цена изделия- 100 руб.;
- наценка посреднической организации- 10% к розничной цене;
- торговая наценка –20% к розничной цене.

Задача 3. Определить:

- а) прибыль предприятия в расчете на одно изделие;
 б) оптовую цену предприятия;
 в) отпускную цену предприятия с НДС;
 г) снабженческо-сбытовую надбавку;
 д) торговую надбавку;
 е) розничную цену изделия;
 ж) структуру розничной цены изделия.

Исходные данные:

- коммерческая себестоимость изделия –90 руб.;
- уровень рентабельности- 25% к себестоимости;
- акциз –15 руб. на единицу изделия ;
- НДС – 10% от оптовой цены предприятия без НДС;
- снабженческо-сбытовая надбавка посреднической организации-20% от покупной цены;
- торговая надбавка- 10% от продажной цены посреднической организации.

Задача 4. Определить:

- а) прибыль предприятия в расчете на одно изделие;
- б) оптовую цену предприятия;
- в) отпускную цену предприятия с НДС;
- г) снабженческо-сбытовую надбавку;
- д) торговую надбавку;
- е) структуру розничной цены изделия.

Исходные данные:

- коммерческая себестоимость изделия – 56 руб;
- уровень рентабельности- 25% к себестоимости;
- НДС – 20% от оптовой цены предприятия без НДС;
- снабженческо-сбытовая надбавка посреднической организации-25% от покупной цены;
- розничная цена – 126 руб.

Задача 5.

Имеются следующие данные о себестоимости и реализации продукции:

Вид изделия	Реализовано, млн.т	Объем реализованной продукции по пол- ной себестоимости, млн.руб.	Рентабельность затрат, %
Хлеб и хлебобулочные изделия	18,4	34000	11,4

Определить:

- а) выручку от реализации;
- б) оптовую цену единицы продукции;
- в) себестоимость единицы продукции;
- г) прибыль от реализации на единицу продукции и в целом.

Задача 6.

Имеются следующие данные о себестоимости и реализации продукции:

Вид изделия	Реализовано, млн.т	Объем реализованной продукции по пол- ной себестоимости, млн.руб.	Рентабельность затрат, %
Макаронные изделия	1,05	4000	10,7

Определить:

- а) выручку от реализации;
- б) оптовую цену единицы продукции;
- в) себестоимость единицы продукции;
- г) прибыль от реализации на единицу продукции и в целом.

Задача 7.

Рассчитайте структуру розничной цены продукции исходя из следующих данных:

- себестоимость – 50 руб;

- рентабельность – 25 % к себестоимости;
- акциз – 70% от оптовой цены предприятия;
- наценка посреднической организации - 10 руб;
- НДС – 20% от отпускной цены фирмы;
- торговая наценка- 15 рублей.

Задача 8.

Определить, выгодно ли производителю снизить цену на 100 рублей, если текущая цена товара 2600 рублей, планируемый объем продаж 1 млн шт. Известно, что конкуренты вслед за фирмой также снизят свои цены. Показатель эластичности спроса по цене – 1,6.

Задача 9.

Полные затраты коммерческого предприятия на единицу изделия составили в текущем году 2000 руб. При расчете цены коммерческое предприятие закладывает коэффициент прибыльности (долю прибыли в цене) 25%. В условиях инфляции наблюдается рост затрат на 500 руб.

Рассчитайте:

- цену в текущем году;
- цену, которая полностью возмещала бы затраты коммерческого предприятия и сохранила бы прибыль (на единицу изделия) в прежнем размере;
- цену, которая не только бы возмещала затраты, но и обеспечивала коэффициент прибыльности 25%.

Задача 10.

Вычислите среднюю годовую цену товара, если известно, что цена на 1 января составила 30 рублей за штуку; с 15 марта цена увеличилась на 6%, а с 15 июля – на 15%. Оборот по реализации (товарооборот) составил за год 20 000 руб.; за 1 квартал- 2500, в т.ч. за март –900 рублей; за 2 квартал – 5000; за июль – 1600 рублей.

2. Финансовое предпринимательство. Определение рыночной цены акции.

При проведении операций по купле-продаже ценных бумаг надо иметь представление о том, как определяется их рыночная цена, продавая акции нельзя «продешевить», а, покупая нельзя позволить себя обмануть.

Рыночная цена акции в данный момент определяется:

$$P_o = D_1 \times \frac{1}{(1+i)^1} + D_2 \times \frac{1}{(1+i)^2} + D_3 \times \frac{1}{(1+i)^3} + P_n \times \frac{1}{(1+i)^3}, \text{ где}$$

P_o – рыночная цена акции в настоящий момент,

D_1, D_2, D_3 – дивиденд на акцию в ожидаемый период n ,

i – ставка банковского процента,

P_n – рыночная цена акции в прогнозируемый период

Задача. АО ожидает в 1 год дивиденд 1000 рублей на акцию, предполага-

ется рост дивиденда на 7 % в год в течение 3 лет по истечению которых прогнозируемая цена составит 14 тыс.рублей, если норма дохода на инвестированный рубль равна 15%, какова будет цена акции в начале первого года ?

Эта задача имеет несколько вариантов решения.

1 вариант решения задачи

1) Определяем дивиденд по годам

1-й год – 1000 рублей

2 год – $1000 \times (1 + 0,07) = 1070$ рублей

3 год – $1000 \times (1 + 0,07)^2 = 1145$ рублей

2) Определяем по формуле рыночную цену акций в настоящий момент времени

$$P_o = 11\,641 \text{ руб.}$$

Рыночная цена акции в настоящий момент учитывает оценки возможных денежных поступлений акционерам.

2 вариант подсчета рыночной цены акции в настоящее время на финансовом рынке. Такой расчет требует введения по крайней мере 2 предположений.

1) ожидаемая в планируемом периоде цена акции P_n не принимается во внимание;

2) рост дивиденда постоянен и стабилен $P_o = \frac{D_n}{i-d}$, где

D_n – ожидаемый дивиденд;

i – норма банковского процента;

d – постоянный рост дивиденда

$$P_o = \frac{1000}{0,15-0,07} = 12\,500 \text{ руб.}$$

Мировая практика показывает, что степень точности такой методики достаточно велика.

3 вариант решения задачи используется в случае, если не учитываются дивиденды или не предусматривается их выплата.

$$P_o = \frac{P_n}{(1+i)^t} = 14000 / 1,15 = 12\,180 \text{ руб.}$$

4 вариант решения задачи. Допустим, стало известно, что дела АО, выпустившего акции заметно ухудшились, в связи с этим возникает необходимость либо отказаться от покупки акции, либо скорректировать норму дохода, увеличим i до 25 %, тогда получим следующие результаты

$$P_o = \frac{14000}{1+0,25} = 11\,200 \text{ руб}$$

Мы видим, что при увеличении риска рыночная цена акции сразу падает.

Задание для самостоятельной работы

Задание 1. АО ожидает в 1 год дивиденд 2500 рублей на акцию, предполагается рост дивиденда на 10 % в год в течение 3 лет по истечению которых

прогнозируемая цена составит 25 тыс.рублей, если норма дохода на инвестированный рубль равна 25%, какова будет цена акции в начале первого года ? Увеличенная норма дохода равна 30%.

Задание 2. Курс доллара в конце месяца составил 28 рублей за доллар (в конце предыдущего месяца 27,5 руб. за доллар) Инфляция в конце месяца составила 3,2 %.

1. Какова прибыль от долларовых операций за текущий месяц, если в конце предыдущего месяца на покупку долларов было израсходовано ?

2. Были ли понесены убытки от вложений капитала в доллары?

Тема 2. Создание собственного дела

Тест - контроль по теме

Вариант 1

Задание 1. Перечислить условия, необходимые для создания собственного дела:

1. Наличие имущества для формирования первоначального капитала;
2. Наличие финансовых средств, необходимых для формирования минимального размера уставного (складочного) капитала;
3. ?
4. ?
5. ?

Задание 2. Установите последовательность стадий предпринимательской деятельности

1. Накопление и отбор предпринимательской идеи.
2. Принятие решений о воплощении идеи в практику
3. Выбор фирменного наименования.
4. Разработка необходимых учредительных документов (в зависимости от организационно-правовой формы).
5. Утверждение устава предприятия.
6. Государственная регистрация в установленном порядке предприятия, если оно создается впервые.
7. Реализация принятого решения
8. Определение потребностей в ресурсах и их источников (в том числе в денежных средств и в поставщиках).
9. Постановка на учет в налоговом органе по месту нахождения предприятия.
10. Заключение договора на поставку сырья, материалов и других факторов производства.
11. Проведение необходимой рекламной кампании товаров (услуг).
12. Подбор квалифицированных сотрудников.
13. Исполнение проекта — техническая, финансовая и организационная подготовка производства услуг и осуществление запланированной деятельности.
14. Управление предприятием
15. Передача сведений о предприятии для включения в государственный ре-

естр.

16. Открытие в банке расчетных и других счетов.

Задание 3. Указать верно(В) или неверно(НВ) следующие выражения

Франчайзер консультирует партнера при выборе сферы торговли и услуг, организации торговой и сбытовой сети, проведения рекламной кампании, берет на себя обязательства по поставке оборудования, сырья и материалов, оказывает помощь в организации управления бизнесом, а в отдельных случаях — непосредственную финансовую (в форме кредитов) или косвенную (в виде поручительств и гарантий) помощь. Все вопросы взаимоотношений франчайзера с франчайзи оговариваются в договоре.

Задание 4. Установить соответствие между понятиями и определениями

<i>Типы франчайзинга</i>	<i>Характеристика</i>
1. Производственный	1. Представляет собой способ ведения бизнеса, при котором франчайзи покупает у ведущей компании права на продажу товаров с ее торговой маркой
2. Деловой	2. Франчайзер продает лицензию на товарный знак и способ ведения розничной торговли товарами и (или) услугами, а также использование соответствующего «ноу-хау»
3. Дочерний	3. Характеризуется тем, что продукция продается только оптовым или розничным предприятиям, работающим по системе франчайзинга
4. Конверсионный	4. Крупные компании в ряде случаев выдают лицензии другим компаниям или предприятиям на использование товарного знака или торговой марки при изготовлении продукции которая запатентована
5. Товарный	5. Предполагает организацию независимого бизнеса под контролем франчайзера

Задание 5. Закончить выражение

Под лицензированием понимаются мероприятия, связанные с предоставлением лицензий.....

Задание 6. Выбрать правильные ответы:

Основанием для отказа в предоставлении лицензии является:

1. Наличие в документах, представленных соискателем лицензии, недостоверной или искаженной информации
2. Несоответствие соискателя лицензии, принадлежащих ему или используемых

им объектов лицензионным требованиям и условиям

3. Отсутствие квитанции об уплате лицензионного сбора

4. Несоответствие квалификации соискателя лицензии на разрешение занятием соответствующих видов деятельности

Задание 7. Выбрать правильные ответы:

Государственная регистрация граждан в качестве предпринимателей производится:

- а) по месту предпринимательской деятельности;
- б) по месту жительства;
- в) на усмотрение гражданина.

Задание 8. Закончить выражение:

Внешним признаком несостоятельности банкротства является:

- 1.?
- 2. ?

Задание 9. Дополнить выражение.

Все процедуры применяемые к предприятиям –должникам, можно разделить на реорганизационные и ликвидационные.

К реорганизационным относятся:

- 1. Внешнее управление имуществом должника
- 2. Досудебная санация
- 3. Наблюдение

К ликвидационным относятся:

- 1.?
- 2.?

Вариант 2

Задание 1. Какие из нижеуказанных форм можно отнести к организации собственного дела:

- А. Приобретение предприятия
- Б. Учреждение собственного дела в определенной организационно-правовой форме
- В. Аренды предприятия для осуществления предпринимательской деятельности.
- Г.Использование метода франчайзинга
- Д. Лицензирование

Задание 2. Указать верно(В) или неверно(НВ) следующие выражения

Суть франчайзинга состоит в том, что крупная и респектабельная фирма (франчайзер) предоставляет безвозмездно малому предприятию, начинающему свой путь в бизнесе (франчайзи), право (франшизу) в течение определенного времени и в определенном месте вести предпринимательскую деятельность с использованием уже отработанной и оправдавшей себя технологии, «ноу-хау», известной и популярной торговой марки, возможностей обучения персонала.

Задание 3. Выбрать правильные ответы:

Лицензирование отдельных видов деятельности осуществляется в соответствии с Федеральным законом от 8 августа 2001 г. № 128-ФЗ «О лицензиро-

вании отдельных видов деятельности». Однако действие данного Федерального закона не распространяется на следующие виды деятельности:

1. Деятельность кредитных организаций; деятельность, связанная с защитой государственной тайны;
2. Деятельность в области производства и оборота этилового спирта,
3. Деятельность в области связи; биржевая деятельность;
4. Деятельность в области таможенного дела; страховая деятельность;
5. Деятельность профессиональных участников рынка ценных бумаг;
6. Осуществление внешнеэкономических операций;
7. Осуществление международных автомобильных перевозок грузов и пассажиров; приобретение оружия и патронов к нему;
8. Использование результатов интеллектуальной деятельности;
9. Использование природных ресурсов, в том числе недр, лесного фонда, объектов растительного и животного мира; деятельность, работы и услуги в области использования атомной энергии; образовательная деятельность.

Задание 4. Выбрать правильные ответы: Срок действия лицензии

А. от 1 года до 3 лет

Б. до 3 лет

В. От 3 до 5 лет

Г. Свыше 5 лет

Д. свыше 5 лет и может быть продлен по заявлению лицензиата

Задание 5. Дополнить выражение и установить соответствие:

Все процедуры применяемые к предприятиям –должникам, можно разделить на реорганизационные и

<i>Реорганизационные процедуры</i>	<i>Сущность процедуры</i>
1. Внешнее управление имуществом предприятия-должника	1. Процедура, когда собственником предприятия, кредитором и заинтересованным в деятельности предприятия инвестором оказывается финансовая помощь предприятию должнику
2. Досудебная санация	2. Процедура, не являющаяся основанием для отстранения от должности руководителя предприятия-должника
3. Наблюдение	3. Процедура, направленная на сохранение деятельности предприятия

Задание 6. Выбрать правильные ответы:

При государственной регистрации в качестве предпринимателя гражданин представляет в регистрирующий орган следующие документы:

- а) заявление, составленное по установленной форме;
- б) решение о создании юридического лица;
- в) учредительные документы;
- г) свидетельство об уплате госпошлины
- д) справку о постановке на учет в налоговом органе.

Задание 7. Выбрать правильный ответ

Предприниматель должен стать на учет в налоговом органе в течение:

- а) 10 дней;
- б) 2 недель
- в) 1 месяца

Задание 8. Убрать лишние документы.

Для получения лицензии соискатель лицензии предоставляет в соответствующий орган следующие документы:

1. Заявление о предоставлении лицензии;
2. Копии учредительных документов
3. Копия свидетельства о государственной регистрации
4. Копию свидетельства о постановке на учет в налоговом органе
5. Номер расчетного счета
6. Страховой полис
7. Документ, подтверждающий уплату лицензионного сбора
8. Сведения о квалификации работника

Задание 9. Выбрать правильные ответы.

Органы управления должника могут совершать исключительно с согласия управляющего сделки:

1. Связанные с передачей недвижимого имущества в аренду, залог, с внесением указанного имущества в качестве вклада в уставный (складочный) капитал хозяйственных обществ и товариществ или с распоряжением таким имуществом иным образом;

2. О размещении должником облигаций и иных эмиссионных ценных бумаг;

3. Связанные с распоряжением иным имуществом должника, балансовая стоимость которого составляет более 10% балансовой стоимости активов должника;

4. О реорганизации (слиянии, присоединении, разделении, выделении, преобразовании) и ликвидации должника;

5. О создании филиалов и представительств;

6. О выплате дивидендов;

7. Связанные с получением и выдачей займов (кредитов), выдачей поручительств и гарантий, уступкой прав требований, переводом долга, а также с учреждением доверительного управления имуществом должника.

8. О выходе из состава участников должника юридического лица, приобретение у акционеров ранее выпущенных акций.

Тема: 3. Заключение контракта**Деловая игра**

Цель игры: выработка у студентов навыков коммерческой деятельности в условиях рынка, умения экономически ориентироваться при разработке и заключении коммерческих договоров, в том числе и с иностранными партнерами.

Необходимое оборудование: бланки контрактов, писчие принадлежности, пояснительная информация, выполненная в форме таблиц или даваемая при помощи мониторной техники.

Ход игры: преподаватель - ведущий игры разбивает студентов на пары по случайному признаку. Каждой паре выдается бланк контракта. Студенты заполняют преамбулу, где один из них берет на себя роль покупателя, а другой - продавца. В преамбуле студенты придумывают самостоятельно и заполняют реквизиты: название фирмы, ее адрес и банковский счет, страна принадлежности. Далее участники игры под руководством ведущего, который своевременно дает исходную информацию, заполняют прочие статьи контракта. Исходная информация подается ведущим в такой форме, чтобы участники сами избрали, в каком варианте будет изложена каждая статья, не зная, сколько очков каждому участнику несет тот или иной вариант. Пункты контракта заполняются "продавцом" и "покупателем" на основании взаимной договоренности. После заполнения всех пунктов производится оценка контракта.

К О Н Т Р А К Т

Фирма _____
 именуемая в дальнейшем "продавец", с одной стороны,
 и фирма _____
 именуемая в дальнейшем "покупатель", с другой стороны, заключили
 настоящий контракт в том, что "продавец"
 продает, а "покупатель" покупает товар _____

Условия контракта	ОЧКИ	
	продавец	покупатель
1.Количество товара:		
2.Качество товара: -требования к качеству: -способ фиксации:		
3.Срок поставки: -дата поставки:		
4. Конвенциональный штраф:		
5.Цена:		
6.Способ фиксации цены:		
7.Скидка с цен:		
8. Платеж и форма расчета - по срокам: -по форме:		
9.Форс – мажор:		
10. Сдача – приемка - по способу: - по месту:		
11. Гарантии:		
12. Рекламации:		
13. Итого:		
14. Оценка игроков:		

Для этого ведущий дает информацию, сколько очков каждой стороне приносит тот или иной вариант заполнения каждого пункта контракта. Участники находят выбранный ими ранее вариант и вписывают полученные очки в соответствующие графы своего бланка контракта. После заполнения всех граф очки подсчитываются. Если разница между полученными очками - от 5 до 10, то сторона, получившая больше очков, оценивается на "отлично", а меньше - на "хорошо". В случае, если разница составляет от 11 до 15, - большая сторона получает "отлично", а меньшая - "удовлетворительно", если разница 16 очков и более, то выигравшая сторона получает "отлично", а проигравшая - "неудовлетворительно". Если разница между набранными игроками очками - 4 и менее, то партнеры получают равные оценки "отлично" - при наборе каждым более 50 очков и "хорошо" - при наборе менее 50 очков.

При проведении игры время на заполнение каждого пункта может быть либо неограниченным, либо (в усложненных условиях игры) строго регламентированным. После подсчета очков проводится разбор игры: объясняются наиболее распространенные ошибки, показываются самые удачные варианты, рассматриваются варианты стратегии и тактики заключения контракта.

Тема 4: Практическое занятие по расчету точки (порога) безубыточности коммерческой деятельности торгового предприятия

Цель задания. В мировой практике предпринимательства широко используется такой показатель, как «точка (порог) безубыточности продаж». При открытии нового торгового предприятия необходимо определить тот объем товарооборота, при котором достигается безубыточность, т. е. точка (порог) безубыточности продажи товара.

Малое предприятие при открытии магазина и расширении ассортимента товаров должно знать, хотя бы приблизительно, при какой сумме товарооборота достигается безубыточность, т. е. определить точку (порог) безубыточности продажи товаров.

Условия задания. Торговое предприятие планирует увеличение суммы прибыли и снижение затрат после получения ссуды в течение первых трех лет в следующих размерах:

Показатели	1-й год	2-й год	3-й год
Прибыль, тыс. руб.	220	290	380
Уровень издержек обращения, %	21,2	20,6	20,0

Предусматривается сохранение среднего уровня валового дохода (т.е. отношения суммы торговых надбавок к сумме товарооборота в процентах) в размере 27%. Доля постоянных издержек обращения предусматривается 40% и переменных — соответственно, 60%.

Методические указания к выполнению задания. При подготовке к коммерческой деятельности крайне важно определить тот момент, когда предприятие начинает работать прибыльно.

В предприятии рассчитывается необходимый объем реализации (товарооборот), который обеспечит запланированный оптимальный размер прибыли и рентабельность продажи товаров по следующей формуле:

$$T + \frac{П}{Р} \times 100 \%,$$

где Т — объем товарооборота, тыс. руб.;

П — размер прибыли, тыс. руб.;

Р — рентабельность (отношение прибыли к товарообороту), %.

При условии сохранения среднего уровня валового дохода товарооборота в размере 27,0 % рентабельность (как разница между уровнем валовых доходов и уровнем издержек обращения, т. е. Р = УВД - УИО составит:

1-й год — (27,0% - 21,2%);

2-й год — (27,0% - 20,6 %);

3-й год — (27,0% - 20,0 %).

Исходя из установленных, целевых показателей прибыли и рентабельности коммерческой деятельности необходимо определить объем продажи товаров (товарооборот) в первом, втором, третьем году. Дать характеристику динамики товарооборота и прибыли за три года.

Точка (порог) безубыточности (ТБ) рассчитывается по формуле:

$$ТБ = \frac{ИО_{\text{пост}}}{УВД - УИО_{\text{пер}}} \times 100,$$

где ИО_{пост.} - сумма постоянных издержек обращения, тыс. руб.;

УИО_{пер.} - уровень переменных издержек обращения, %;

УВД — уровень валового дохода, %.

Абсолютная величина постоянных издержек обращения (ИО_{пост.}) в первом году составит _____ тыс. руб.

Подставляя прогнозируемые величины в вышеуказанную формулу, рассчитать абсолютный показатель точки безубыточности продаж в первом, втором и третьем году.

Тема 5. Практическое занятие по расчету экономической эффективности рекламы и рекламного мероприятия

Цель практического занятия. Расчет экономической эффективности рекла-

мы и рекламного мероприятия на основе конкретных данных.

Условия и исходные данные для выполнения задания.

Рассчитайте экономический эффект (Э) от рекламной кампании по дегустации грузинских вин в ресторане «Метрополь» (Москва). Затраты на рекламную презентацию составили 9400 у. д. е. Торговая рентабельность по реализации вина составляет 20%. Данные о реализации грузинских вин до рекламы и после рекламы приведены в таблице 1.

Таблица 1.

Период учета товарооборота	Число дней учета	Товарооборот, тыс.у.д.е.	Среднедневной оборот	
			тыс.у.д.е.	%
До проведения рекламы	10	70,0	7,0	100,0
После проведения рекламы	15	157,5	10,5	150,0

Методические указания по выполнению задания. При определении экономической эффективности от проведенного рекламного мероприятия следует исходить из того, что экономическая эффективность выражается в приросте товарооборота (реализации) под воздействием рекламы. Если доход (прибыль) от прироста товарооборота превышает расходы на рекламу, то рекламное мероприятие можно считать экономически эффективным, и наоборот, если эффект от рекламного мероприятия меньше затрат, то рекламное мероприятие будет убыточным. Исходя из вышесказанного, эффективность рекламного мероприятия, изложенного в задании, можно рассчитать по следующей методике.

Дополнительный товарооборот под воздействием рекламы (T_d) определяется по формуле 1:

$$T_d = T_2 - T_1 - Д, \quad (1)$$

где T_2 — среднедневной товарооборот, достигнутый в результате рекламных мероприятий, руб.;

T_1 — среднедневной товарооборот до проведения рекламы, руб.;

Д — число дней учета товарооборота в послерекламном периоде.

Для определения экономической эффективности рекламного мероприятия следует сопоставить результаты рекламы, рассчитанные как сумма дополнительного дохода (прибыли), полученной от прироста товарооборота от рекламы, с расходами на рекламу.

Для расчета экономического эффекта можно использовать следующую формулу 2:

$$\mathcal{E} = \frac{T_d \times P}{100} - З, \quad (2)$$

где \mathcal{E} — экономический эффект рекламирования, руб.;

T_d — дополнительный товарооборот под воздействием рекламы, руб.;

P — рентабельность товарооборота, в %;

З — затраты на рекламу, руб. Результат со знаком плюс будет означать

экономический эффект от рекламы, со знаком минус — убыток от рекламного мероприятия.

Кроме этого, экономическая эффективность рекламы может также выражаться рентабельностью рекламы (R_p), т. е. отношением полученной прибыли от рекламы к затратам и определяется по формуле 3:

$$R_p = \frac{\text{Э} \times 100}{\text{З}}, \quad (3)$$

где R_p — рентабельность рекламы, в %;

Э — экономическая эффективность (прибыль, полученная от рекламы), руб.;

З — затраты на рекламу данного товара, руб.

Расчет экономической эффективности рекламного мероприятия

Условия и исходные данные для выполнения задания.

ОАО Московский завод «Кристалл» дал рекламное объявление в газете «Коммерсант» о новых видах водки «Юрий Долгорукий», «Кристалл», «Здоровая», горькой настойке «Старый Джин», получивших на конкурсе четыре золотые медали.

Затраты на рекламные объявления составили 25000 у. д. е. Средняя рентабельность от продажи водки составляет 18% к товарообороту.

Необходимо рассчитать экономическую эффективность (Э) от рекламного объявления.

Информация о днях проведения рекламы и товарообороте в пяти фирменных магазинах Московского завода «Кристалл» представлена в таблице 2.

Период учета товарооборота	Число дней учета	Товарооборот, тыс.у.д.е.	Среднедневной оборот	
			тыс.у.д.е.	%
До проведения рекламы	10	250,0	25,0	100,0
После проведения рекламы	20	848,6	42,43,5	170,0

Методические указания по выполнению задания. Методические указания для расчета экономической эффективности рекламы аналогичны предыдущему заданию.

Тема 6: Обоснование предпринимательских решений

на предприятиях АПК на основе управления издержками производства

Тест-контроль по теме

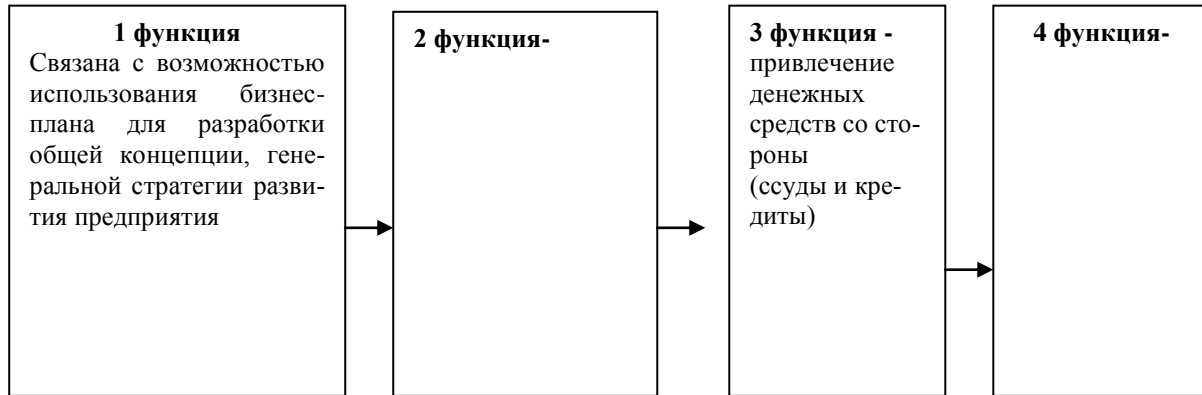
Вариант 1

Задание 1. Укажите, кто принимает участие в разработке бизнес-плана

- 1 Юрист предприятия;
2. Привлеченные эксперты;

3. Вышестоящая организация;
4. Экономическая и финансовая службы предприятия;
5. Федеральные и муниципальные органы;
6. Технологические службы предприятия

Задание 2. Дополнить характеристики функций бизнес-планирования



Задание 3. Установите, в каком разделе бизнес-плана решаются приведенные ниже задачи:

1. Рынки сбыта товаров
2. Введение
3. Стратегия финансирования
4. План маркетинга

А.. Определение способа реализации товаров, работ, услуг; определение уровня и способа установления цен на конечный результат деятельности; организация рекламной компании, формы обеспечения и поддержания репутации предприятия и производимых им товаров.

Б. Определение емкости рынка и объема рыночного спроса, сегментирование рынка.

В. Определение цели и направлений деятельности предприятия, выявление отличительных особенностей производимой продукции и ее привлекательности для потенциальных клиентов, прогнозирование финансовых результатов от основного вида деятельности.

Г. Определение необходимой величины и источников получения инвестируемого капитала, прогнозирование формы и времени получения эффекта от вложений.

Задание 4. Укажите вопросы, которые решаются при разработке «Организационного плана» в стандартном бизнес-плане.

- а) Характеристика лиц, играющих основную роль в делах Фирмы;
- б) Разработка должностных инструкций для основных действующих лиц
- в) Вопросы подбора кадров

- г) Продвижение по служебной лестнице.
- д) На каких УСЛОВИЯХ будут наниматься кадры (постоянная работа и т.п.)
- е) Заработная плата работников, материальные льготы

Задание 5. Укажите вопросы которые должны быть решены в разделе "Оценка рисков и страхование" в стандартном бизнес- плане

- а) максимально полно выявить все возможные риски, установить вероятность их возникновения и максимально возможный уровень потерь, выявить наиболее опасные риски
- б) определить для каждого риска возможные меры защиты
- в) исключить из состава предприятия все виды деятельности, которым возможен какой-либо риск
- г) риски анализируются только для сведения предпринимателя, который может не обращать на них внимания
- д) наметить программу страхования рисков

Задание 6. Укажите, какие документы составляются в «Финансовом плане» стандартного бизнес-плана:

- а) сводный план капитальных вложений и титульный список объектов подлежащих строительству, приобретению, капитальному ремонту,
- б) прогноз объемов производства,
- в) прогноз объемов продаж и выручки;
- г) баланс денежных доходов и поступлений;
- д) расчет доходов, затрат и прибыли;
- е) распределение прибыли
- ж) баланс активов и пассивов изначальный и на конец каждого отчетного периода.

Вариант 2

Задание 1. Укажите правильные ответы. Для каких целей составляется бизнес-план:

1. Демонстрация надежности задуманного дела
2. Оперативный документ для ежеквартальной отчетности в налоговые органы
3. Тщательный анализ предпринимательской идеи для принятия решения о целесообразности осуществления проекта.
4. Приложение к договору о поставках продукции.
5. Годовая отчетность в органы статистики.
6. Обоснование размера и источников инвестиций для реализации проекта

Задание 2. Укажите последовательность расположения разделов в разработанном бизнес-плане крупного предприятия:

- А. План маркетинга
- Б. Финансовый план
- В. Задачи бизнеса и возможности предпринимательского субъекта
- Г. Организационный план
- Д. Стратегия финансирования
- Е. Конкуренция и другие внешние факторы
- Ж. Юридический план
- З. Титульный лист
- И. Рынки сбыта товаров
- К. Производственный план
- Л. Введение
- М. Оценка рисков и управление ими

Задание 3. Укажите перечень вопросов, рассматриваемых в разделе "Конкуренты на рынках сбыта" стандартного бизнес-плана.

- а) Сколько конкурентов по данному товару имеется на данном сегменте рынка, каковы их рыночные позиции по объему и номенклатуре товаров?
- б) Какие каналы сбыта используют конкуренты, какова их политика в области сбыта?
- в) Какие преимущества имеет товар предпринимателя перед товарами конкурентов?
- г) Какова емкость рынка по данному товару?
- д) Какова степень насыщенности товаром данного сегмента
- е) Какие недостатки имеет товар предпринимателя перед товарами конкурентов?
- ж) Какую часть рынка контролируют крупные организации

Задание 4. Укажите перечень вопросов, рассматриваемых в разделе «План маркетинга» стандартного бизнес-плана

- а) Что представляет собой товар, каковы специфические требования рынка и насколько полно соответствует им товар?
- б) Новые способы привлечения покупателей
- в) Какой товарный знак имеет товар, какой метод продаж наиболее эффективен для него?
- г) эффективные методы ценообразования
- д) Себестоимость и уровень рентабельности товара,
- е) план выпуска и продажи товаров
- д) какие виды транспорта используются для перевозки грузов
- д) Как будет организовано производство товара?
- е) Насколько рынок заполнен данным товаром?

Задание 5. Какие вопросы решаются при составлении производственного плана в стандартном бизнес-плане?

- а) потребность в ресурсах и источниках их получения

- б) Наличие, состояние и источники получения производственных помещений, оборудования, сырья и материалов.
- в) возможный объем производства продукции
- г) возможный объем реализации продукции
- д) возможные издержки производства
- е) возможная цена реализации
- ж) возможная выручка от реализации
- з) возможная прибыль от реализации

Задание 6. Укажите перечень вопросов, рассматриваемых в разделе «Правовое обеспечение предпринимательской деятельности» стандартного бизнес-плана

- а) дата создания и регистрация предприятия
- б) форма собственности
- в) функциональные обязанности
- г) патентная защита
- д) права и обязанности работников

Тема 7. Прогнозирование эффективности инвестиционной деятельности предпринимателя

Тест-контроль по теме

Вариант 1

Задание 1. Выбрать все правильные ответы.

Инвестиции представляют собой:

- а) вложение денежных средств в различные формы финансового и материального богатства или активы;
- б) долгосрочные вложения капитала в какие-либо предприятия, дело, отрасль с целью получения прибыли;
- в) долгосрочные вложения в рационализацию;
- г) долгосрочные вложения в технологию

Задание 2. Установить соответствие между понятиями и определениями. С точки зрения направленности действия различают инвестиции:

А. Нетто-инвестиции

Б. Реинвестиции

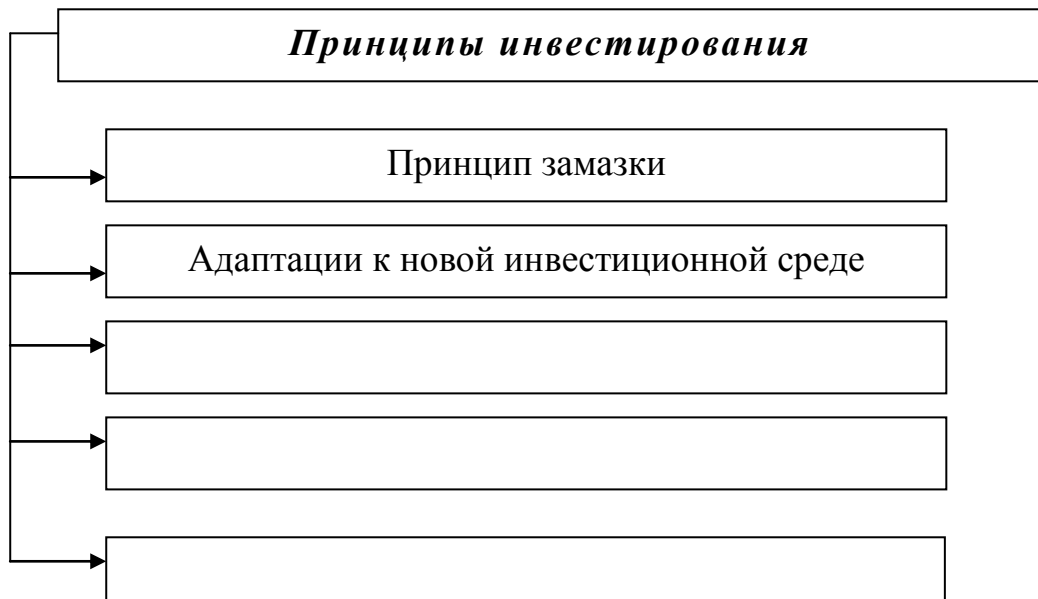
1. Начальные инвестиции в покупку предприятия
2. Инвестиции в замену изношенных средств
3. В рационализацию, модернизацию предприятия
4. Экстенсивные инвестиции в расширение предприятия
5. В диверсификацию предприятия
6. В научно-исследовательские работы

Задание 3. Указать основные источники формирования капитала:

1. Собственные средства предпринимателя

2. Ссудный капитал
3. ?
4. ?
5. ?

Задание 4. Восстановить пропущенные элементы в схеме



Вариант 2

Задание 1. Определить верно(В) или неверно(НВ) следующие выражения:

Чистые инвестиции - ведут к смене собственника (например, покупка ценных бумаг или приобретение одной фирмы другой)

Инвестиции, носящие характер трансферта - капиталовложения, направленные на покупку и установку оборудования, техники, сырья, строительство зданий.

Задание 2. Установить соответствие между понятиями и определениями. Относительно объекта инвестирования выделяют инвестиции:

А. Материальные

Б. Финансовые

В. Нематериальные

1. Вложения в имущество
2. Приобретение долговых прав
3. Приобретение прав на участие в делах других предприятий
4. Приобретение банковских активов
5. Подготовка кадров
6. Разработка рекламы
7. Покупка акций

Задание 3. Указать принципы формирования инвестиционного портфеля:

1. Доходность
2. ?
3. ?
4. ?

Задание 4 .Восстановить пропущенные элементы в схеме

Классификация инвестиций по объектам вложения

<p>1. Материальные</p> <ul style="list-style-type: none"> - оборудование - здания, сооружения - материальные запасы 	<p>2.</p> <ul style="list-style-type: none"> - ? - ? - ? 	<p>3.</p> <ul style="list-style-type: none"> - ? - ? - ?
---	---	---

Практическое задание по теме

При принятии решений в бизнесе о долгосрочных инвестициях возникает потребность в прогнозировании их эффективности. Для этого нужен долгосрочный анализ доходов и издержек. Основными методами оценки программы инвестиционной деятельности являются:

- а) расчет срока окупаемости инвестиций;
- б) определение чистого приведенного эффекта (чистой текущей стоимости *NPV*).
- в) расчет уровня рентабельности инвестиций (*RT*).

В основу этих методов положено сравнение объема предполагаемых инвестиций и будущих денежных поступлений. Они могут базироваться как на учетной величине денежных поступлений, так и на дисконтированных доходах с учетом временной компоненты денежных потоков.

Первый метод оценки эффективности инвестиционных проектов заключается в определении срока, необходимого для того, чтобы инвестиции окупили себя.

Пример 1

	<u>Проект А</u>	<u>Проект Б</u>
Стоимость, тыс. руб.	1000	1000
Прибыль, тыс. руб.:		
первый год	500	250
второй год	500	250
третий год	100	250

четвертый год	50	250
пятый год	50	250
шестой год	-	250
В с е г о	1200	1500

Проекты А и Б требуют инвестиций по 1000 тыс. руб. каждый. Проект А обеспечивает прибыль 500 тыс. руб. в год, а проект Б — 250 тыс. руб. Из этого следует, что инвестиции в первый проект окупятся за два года, а во второй — за четыре года, т.е. первый проект более выгодный, чем второй.

Метод окупаемости не принимает в расчет сроки использования инвестируемого объекта и отдачу по годам. Если исходить только из срока окупаемости инвестиций, то нужно инвестировать проект А. Однако здесь не учитывается то, что проект Б обеспечивает значительно большую сумму прибыли. Следовательно, оценивая эффективность инвестиций, надо принимать во внимание не только сроки их окупаемости, но и доход на вложенный капитал или доходность (рентабельность) проекта:

$$RT = \frac{\text{Ожидаемая сумма дохода}}{\text{Ожидаемая сумма инвестиций}}$$

Из нашего примера видно, что необходимо вложить средства в объект Б, так как для проекта А

$$RT = 1200 / 1000 \cdot 100 \% = 120 \%, \text{ а для проекта Б}$$

$$RT = 1500 / 1000 \cdot 100 \% = 150 \%.$$

Однако и этот метод имеет свои недостатки: он не учитывает распределения притока и оттока денежных средств по годам. В рассматриваемом примере денежные поступления на четвертом году имеют такой же вес, как и на первом. Обычно же руководство предприятия отдает предпочтение более высоким денежным доходам в первые годы. Поэтому оно может выбрать проект А, несмотря на его низкую норму прибыли.

Более научно обоснованной является оценка эффективности инвестиций, основанная на методах наращивания (компаундирования) или дисконтирования денежных поступлений, учитывающих изменение стоимости денег во времени.

Сущность метода компаундирования состоит в определении суммы денег, которую будет иметь инвестор в конце операции. Заданными величинами здесь являются исходная сумма инвестиций, срок и процентная ставка доходности, а искомой величиной — сумма средств, которая будет получена после завершения операции. При использовании этого метода исследование денежного потока ведется от настоящего к будущему.

Например, если бы нам нужно было вложить в банк 1000 тыс. руб., который выплачивает 20 % годовых, то мы рассчитали бы следующие показатели доходности:

$$\text{за первый год } 1000 \cdot (1 + 20 \%) = 1000 \cdot 1,2 = 1200 \text{ тыс. руб.};$$

$$\text{за второй год } 1200 \cdot (1 + 20 \%) = 1200 \cdot 1,2 = 1440 \text{ тыс. руб.};$$

$$\text{за третий год } 1440 \cdot (1 + 20 \%) = 1440 \cdot 1,2 = 1728 \text{ тыс. руб.}$$

Это можно записать и таким образом:

$$1000 \cdot 1,2 \cdot 1,2 \cdot 1,2 = 1000 \cdot 1,2^3 = 1728 \text{ тыс. руб.}$$

Данный пример показывает методику определения стоимости инвестиций при использовании сложных процентов. Сумма годовых процентов каждый год возрастает, поэтому имеем доход как с первоначального капитала, так и с процентов, полученных за предыдущие годы.

Поэтому для определения стоимости, которую будут иметь инвестиции через несколько лет, при использовании сложных процентов применяют следующую формулу:

$$FV = PV \cdot (1 + r)^n,$$

где FV — будущая стоимость инвестиций через n лет;

PV — первоначальная сумма инвестиций;

r — ставка процентов в виде десятичной дроби;

n — число лет в расчетном периоде.

При начислении процентов по простой ставке используется формула

$$FV = PV \cdot (1 + r \cdot n) = 1000 \cdot (1 + 0,2 \cdot 3) = 1600 \text{ тыс. руб.}$$

Метод дисконтирования денежных поступлений (ДДП) — исследование денежного потока наоборот — от будущего к текущему моменту времени. Он позволяет определить, сколько денег нужно вложить сегодня, чтобы получить определенную сумму в конце заданного периода. Для этого используется формула:

$$PV = \frac{FV}{(1 + r)^n}$$

Иначе говоря, ДДП используется для определения суммы инвестиций, которые необходимо вложить сейчас, чтобы довести их стоимость до требуемой величины при заданной ставке процента.

Для того чтобы через три года стоимость инвестиций составила 1728 тыс. руб. при ставке 20 %, необходимо вложить следующую сумму:

$$PV = 1728 \cdot 1 / 1,2^3 = 1728 \cdot 0,5787 = 1000 \text{ тыс. руб.}$$

Пример 2. Предприятие рассматривает вопрос о том, стоит ли вкладывать 150 тыс. руб. в проект, который через два года принесет доход 200 тыс. руб. Принято решение вложить деньги только при условии, что годовой доход от этой инвестиции составит не менее 10 %, который можно получить, если положить деньги в банк. Для того чтобы через два года получить 200 тыс. руб., компания сейчас должна вложить под 10 % годовых 165 тыс. руб. ($200 \cdot 1 / 1,1^2$) > Проект дает доход в 200 тыс. руб. при меньшей сумме инвестиций (150 тыс. руб.), это значит, что ставка дохода превышает 10 %, следовательно, проект является выгодным.

ДДП положено в основу методов определения чистой (приведенной) текущей стоимости проектов и уровня их рентабельности.

Метод чистой текущей стоимости (NPV) состоит в следующем.

1. Определяется текущая стоимость затрат (I_0), т.е. решается вопрос, сколько инвестиций нужно зарезервировать для проекта.

2. Рассчитывается текущая стоимость будущих денежных поступлений от проекта, для чего доходы за каждый год CF (кеш-флоу) приводятся к текущей дате. Результаты расчетов показывают, сколько средств нужно было бы вложить сейчас для получения запланированных доходов, если бы уровень доходов был равен ставке процента в банке или дивидендной отдаче капитала. Подытожив текущую стоимость доходов за все годы, получим общую текущую стоимость доходов от проекта (PV):

3. Текущая стоимость затрат (I_0) сравнивается с текущей стоимостью доходов (PV). Разность между ними составляет чистую текущую стоимость доходов (NPV):

$$NPV = PV - I_0 = \sum_{n=1} \frac{CF_n}{(1+r)^n}$$

NPV показывает чистые доходы или чистые убытки инвестора от помещения денег в проект по сравнению с хранением денег в банке. Если $NPV > 0$, значит, проект принесет больший доход, чем при альтернативном размещении капитала. Если же $NPV < 0$, то проект имеет доходность ниже рыночной, и поэтому деньги выгоднее оставить в банке. Проект ни прибыльный, ни убыточный, если $NPV = 0$.

Пример 3. Предположим, что предприятие рассматривает вопрос о целесообразности вложения 3600 тыс. руб. в проект, который в первый год может дать прибыль в 2000 тыс. руб., во второй — 1600 и в третий год — 1200 тыс. руб. При альтернативном вложении капитала ежегодный доход составит 10 %. Стоит ли вкладывать средства в этот проект? Чтобы ответить на поставленный вопрос, рассчитаем NPV с помощью дисконтирования денежных поступлений.

Сначала определим текущую стоимость 1 руб. при $r = 10\%$.

Год	1-й	2-й	3-й
$\frac{1}{(1+r)^n}$	0,909	0,826	0,751

Год	Денежные поступления, тыс.руб.	Коэффициент дисконтирования	Текущая стоимость доходов, тыс.руб.
0	(3600)	1,0	(3600)
1-й	2000	0,909	1818,0
2-й	1600	0,826	1321,6
3-й	1200	0,751	901,2
Итого			4040,8

Чистая текущая стоимость денежных поступлений составляет $NPV = 4040,8 - 3600 = 440,8$ тыс. руб.

В нашем примере она больше нуля. Следовательно, доходность проекта выше 10 %. Для получения запланированной прибыли нужно было бы вложить в банк 4040 тыс. руб. Поскольку проект обеспечивает такую доходность при затратах 3600 тыс. руб., то он выгоден, так как позволяет получить доходность

большую, чем 10 %.

Пример 4. Проект предусматривает инвестиции в сумме 500 тыс. руб. Ожидаемая годовая прибыль — 120 тыс. руб. на протяжении шести лет. Альтернативная доходность капитала равна 15 %. Выгоден ли этот проект? Обеспечит ли он необходимую отдачу капиталу?

Текущая стоимость 1 руб. при $r = 0,15$.

Год	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й	6-й
Коэффициент дисконтирования	0,870	0,756	0,658	0,572	0,498	0,432

Рассчитаем текущую стоимость доходов от проекта за весь период

Год	Денежные поступления, тыс.руб.	Коэффициент дисконтирования	Текущая стоимость, тыс. руб.
0	(500)	1,0	(500)
1-й	120	0,870	104,40
2-й	120	0,756	90,72
3-й	120	0,658	78,96
4-й	120	0,572	68,64
5-й	120	0,498	59,76
6-й	120	0,432	51,84
Итого	720	-	454,32

Чистая текущая стоимость денежных поступлений составляет $NPV = 454,32 - 500 = -45,68$ тыс. руб.

Она меньше нуля, поэтому проект невыгодный.

Если доходы от инвестиций поступают равномерно на протяжении всех лет, можно использовать сокращенную методику расчета. Вместо того чтобы умножать денежные поступления за каждый год на соответствующий ему коэффициент дисконтирования, можно умножить годовой доход на сумму этих коэффициентов. В рассматриваемом примере мы могли умножить 120 тыс. руб. на сумму коэффициентов ($0,870 + 0,756 + 0,658 + 0,572 + 0,498 + 0,432 = 3,786$) и получить тот же результат — 454,32 тыс. руб.

Пример 5. Проект предусматривает инвестиции в сумме 400 тыс. руб. Годовая прибыль ожидается 100 тыс. руб. Процент на капитал в банке равен 10 %. Выгоден ли этот проект, если его продолжительность:

первый вариант — 5 лет;

второй вариант — 8 лет.

Текущая стоимость 1 руб. при $r = 0,10$.

Год	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й	6-й	7-й	8-й
Коэффициент дисконтирования	0,909	0,826	0,751	0,683	0,621	0,565	0,513	0,467
Нарастающая сумма коэффициентов	0,909	1,735	2,486	3,169	3,790	4,355	4,868	5,335

Определим чистую текущую стоимость доходов при разной продолжительности проекта.

Год	Денежные поступления доходов за год,	Коэффициент дисконтирования при	Текущая стоимость, тыс. руб.	Чистая текущая стоимость, тыс. руб.
-----	--------------------------------------	---------------------------------	------------------------------	-------------------------------------

тыс. руб. $r = 0,10$

0	(400)	1,0	(400)	—
1-5-й	100	3,790	379,0	-21,0
1-6-й	100	4,355	435,5	+35,5
1-7-й	100	4,868	486,8	+86,8
1-8-й	100	5,335	533,5	+ 133,5

Результаты расчетов показывают, что проект невыгоден при продолжительности пять лет. Начиная с шестого года, он обеспечивает более высокий доход, чем при помещении капитала в банк.

Важным показателем, используемым для оценки и прогнозирования эффективности инвестиций, является индекс рентабельности, основанный на дисконтировании денежных поступлений. Расчет его производится по формуле

$$RI = PV / I_0$$

В отличие от чистой текущей стоимости данный показатель является относительным, поэтому его удобно использовать при выборе варианта проекта инвестирования из ряда альтернативных.

Проект	Инвестиции	Годовой доход в течение пяти лет	PV из расчета 10 % годовых	Индекс рентабельности
A	500	150	568,5.	1,14
B	300	85	322,0	1,07
C	800	230	871,7	1,09

По величине NPV наиболее выгоден проект C, а по уровню индекса рентабельности – проект A.

Задание для самостоятельной работы

Задача 1. Инвесторы предлагают предпринимателю три проекта на 5 летний период.

Прибыль в руб. по годам.	Проект № 1	Проект № 2	Проект № 3
1 год	1000000	1250000	1150000
2 год	1800000	1300000	1185000
3 год	2100000	1450000	1215000
4 год	2225600	1975600	1435390
5 год	2430800	2230000	1987650
Инвестиции за 5 лет, руб.	2165772	934265	525388

Норма % предполагается стабильной в течение 5 лет и равна 20% годовых. Определить наиболее эффективный проект?

Насколько выше его эффективность в сравнении с другими проектами?

Задача 2. Предприятие решает, следует ли ему вкладывать средства в оборудование, стоимость которого 3,5 млн. руб. Это позволит увеличить объем продаж на 6 млн. руб. (в постоянных ценах) на протяжении двух лет. Затраты составят 3 млн. руб. Реальная ставка дохода -10%, индекс инфляции -20% в год. В случае реализации проекта цены на продукцию будут расти всего на 30%, а затраты -50% в год.

Задача 3. В инвестиционном конкурсе по продаже пакетов акций АО приняли участие 3 лица, которые предложили следующие суммы инвестиций (тыс.руб.)

Периоды осуществления инвестиций	Σ инвестиций, предложенные участниками		
	№ 1	№ 2	№ 3
Базовый период	2800	1800	6200
1-й год	9000	6000	8500
2 -й год	12500	9600	12400
3 -й год	14630	13200	13250

Годовая ставка рефинансирования на дату проведения итогов конкурса и составила 10%. Определить победителя инвестиционного проекта.

Задача 4. На предприятии возникла идея диверсификации производства (закупка миниперерабатывающего молоко комплекса) На основе разработки бизнес-плана было установлено, что на приобретение комплекса потребуются инвестиции в размере 1,5 млн. руб., а доходы по годам составят:

1 год- 0,5 млн. руб.

2 год – 1 млн. руб.

3 год – 1,7 млн. руб.

4 год -2,5 млн. руб.

5 год- 3,2 млн. руб.

Нормативный срок службы 5 лет. Ставка дисконта принимается на уровне 12% годовых. Определите показатели эффективности инвестиций на приобретение комплекса?

Тема 8.Форвардные сделки

Общие положения

Оптовая торговля реальным товаром на биржах осуществляется через проведение двух видов операций:

-сделка на реальный товар с немедленной поставкой;

-сделки на реальный товар с поставкой в будущем.

Первый вид биржевых операций получил название "сделка спот (spot)" или "сделка кэш (cash) (в дальнейшем будет применяться термин "spot")

Схема сделки "spot" на реальный товар достаточно проста. Продавец сдает товар на склад и получает там варрант, т.е. свидетельство, удостоверяющее

количество и качество товара. Покупатель через расчетную палату биржи оплачивает товар и получает соответствующее платежное средство (чек покупателя). Продавец и покупатель обмениваются документами. На этом сделка "spot" завершается.

Цены на основные биржевые товары и особенно на сельскохозяйственную продукцию, подвержены постоянным колебаниям, иногда значительным. Это послужило причиной появления второго вида биржевых операций - сделки на реальный товар с поставкой его в будущем к определенному сроку. Такой вид сделок получил название "форвард (forward)"

В основу форвардных сделок положен форвардный контракт, т.е. торговое соглашение по которому продавец обязуется поставить определенное количество стандартизированного биржевого товара покупателю к определенному сроку по заранее оговоренной в документе цене. Покупатель, в свою очередь, обязуется принять товар с его оплатой по цене зафиксированной в контракте. Форвардные сделки купли-продажи товара более предпочтительны, чем сделки spot, так как позволяет, во-первых, продавцу заранее фиксировать цены и тем самым объективно соизмерять с ними свои издержки, и, во-вторых, покупателю товара страховать себя от возможного риска повышения цен, а также экономить средства по хранению товара.

И продавец, и покупатель при сделках "форвард" могут с определенной степенью достоверности планировать свою прибыль в будущем.

Конъюнктурные колебания цены товара делают возможным осуществлять спекулятивные, операции на разнице цен по сделкам "spot" и "форвард"

Различают два варианта соотношения цен на рынке "spot" и рынке "форвард"

1 вариант - ситуация "контанго (contango)" - цены на наличный товар (рынок "spot") ниже, чем цены на товар с поставкой в будущем (рынок "форвард")

2 вариант - ситуация "бэквардейшн (backwardation)" - цены на рынке "spot" выше цены на срок ("форвард")

Ситуация "контанго" характерна для нормального рынка, когда предложение товара полностью обеспечивает спрос на него, но склады переполнены товаром и есть тенденция к их дальнейшему пополнению. Такое положение вызывает повышенные расходы по хранению. Владелец товара стремится реализовать его на рынке "spot", что оказывает определенное влияние на уровень цен на наличный товар.

Однако возможно и повышение цен на рынке "spot". Это произойдет, если есть убедительные основания предполагать, что поставки на срок значительно сократятся (неурожай сельскохозяйственных культур, забастовки, принятие закона, ограничивающего передвижение данного товара и др.)

Ситуация "бэквардейшн" возникает тогда, когда сокращается предложение данного товара на рынке "spot", уменьшаются товарные запасы на складах биржи. Потребители товара готовы платить за него большую цену, ибо непрерывность процесса производства, где данный товар используется, требует это-

го. При ситуации "бэквардейшн" текущий спрос превышает предложение. Эта ситуация, как правило, усиливает спекулятивную активность на товарных биржах.

Ситуация "бэквардейшн" может проявиться на биржах также из-за того, что продавцы, с целью повышения цен, воздерживаются с поставками товара или скупают их на бирже.

Задание 1. Ситуация «контанго». Определить результаты сделок на рынке сои.

Условие задания.

1. Наименование биржевого товара - соевые бобы

2. Продавец - оптовая фирма, торгующая зерном на бирже

3. Покупатель - комбикормовый завод

4. Объем сделки - 2000 т

5. Цена покупки 1т на 1 июля на рынке "spot" - 6000 руб.

6. Цена продажи 1т на 1 июля на рынке "форвард" с поставкой товара к 30 октября - 6020 руб.

7. Накладные расходы (издержки по хранению) продавца на 1 тонну - 0,50 руб.

Таблица 1 - Варианты соотношения цен на рынках «spot» и «форвард» при ситуации «контанго»

Время сделки	Рынок «spot»	Рынок «форвард»
	цена 1 т. сои, руб.	цена 1 т. сои, руб.
вариант 1		
1 июля	6000	
30 октября	6000	6020
вариант 2		
1 июля	6000	
30 октября	6080	6020
вариант 3		
1 июля	6000	6020
30 октября	5900	

Мотивация действий продавца.

К июлю оптовая торговая фирма определил возможный объем покупки соевых бобов - 2000 тонн. Биржевая цена на рынке наличного товара (рынке "spot") на начало месяца составила 6000 рублей за 1 тонну, а плановые издержки по хранению сои к дате ее реализации, составят 0,50 рублей за 1 тонну. Руководство фирмы опасается, что к моменту реализации сои цены могут снизиться, и, следовательно, планируемая прибыль тоже сократится. Есть также опасения, что при значительном падении цен на сою, ее реализация будет убыточна. Для подстраховки от возможного снижения дохода из-за снижения це-

ны в будущем, фирма заключает форвардный контракт с комбикормовым заводом на поставку 2000 тонн сои через четыре месяца по цене форвардного рынка - 6020 рублей за 1 тонну.

Мотивация действий покупателя.

Комбикормовый завод, имея обязательства по поставке своей продукции потребителям, опасается повышения цен в будущем. Поэтому он соглашается с ценой, действующей на рынке "форвард" и заключает контракт с кооперативом о выкупе 2000 тонн сои через четыре месяца по цене 6020 рублей за 1 тонну.

При ситуации «контанго» игра на разнице цен заключается в том, что покупается наличный товар и продаются форвардные контракты, если накладные расходы меньше, чем разница цен.

Необходимо определить по вариантам:

- размер прибыли продавца;
- упущенную выгоду за счет изменения цены для продавца и покупателя.

Задание 2. Ситуация «бэквардейшн». Определить результаты сделок на рынке кукурузы.

Условие задания.

1. Наименование биржевого товара - кукуруза
2. Продавец - оптовая фирма, торгующая зерном на бирже.
3. Запас товара на складе фирмы - на 1 июля - 5200 т.
4. Цена продажи 1 т. на 1 июля на рынке "spot" - 1500 руб.
5. Цена покупки 1 т. на 1 июля на рынке "форвард" со сроком реализации контракта к 30 октября - 1480 руб.

Таблица 2 - -Варианты соотношения цен на рынках «spot» и «форвард» при ситуации «бэквардейшн»

Время сделки	Рынок «spot»	Рынок «форвард»
	цена 1 т. кукурузы, руб.	цена 1 т. кукурузы, руб.
вариант 1		
1 июля	1500	
30 октября	1500	1480
вариант 2		
1 июля	1500	1480
30 октября	1580	
вариант 3		
1 июля	1500	1480
30 октября	1470	

При «бэквардейшн» в выигрыше оказывается продавец, имеющий наличный товар. Он продает товар на рынке «spot» и одновременно заключает форвардный контракт на этот же товар с выкупом его в будущее.

Необходимо определить по вариантам:

- размер прибыли (убытка) от изменения цен;
 - момент реализации товара на рынке "спот" для избежания убытка.
-
-
-

Тема 9. Оценка эффективности инвестиционного проекта по показателям валовой прибыли и по уровню урожайности культур и продуктивности животных, обеспечивающего безубыточности производства

Общие положения

При предварительной оценке эффективности инвестиционного проекта наряду с порогом безубыточности вначале определяется показатель валовой прибыли. Оценка эффективности по этому показателю была разработана в Великобритании и США в конце 1950-х годов для того, чтобы дать возможность фермерам более эффективно организовывать и управлять сельскохозяйственным производством.

Валовая прибыль зависит от двух основных факторов, а именно:

- валового дохода (выручка или стоимость реализованной продукции);
- переменных затрат.

Валовая прибыль рассчитывается следующим образом:

Валовой доход - Переменные затраты = Валовая прибыль

Валовой доход включает в себя:

- стоимость реализованной продукции;
- стоимость продукции, использованной в других секторах;
- размер натуральных выплат рабочим;
- стоимость бартерных операций;
- стоимость продуктов, потребленных производителем и его семьей;
- плюс или минус изменения в стоимости продукта (например, нераспроданные запасы или изменения в количестве голов скота).

В рыночной экономике, наряду с другими классификациями, принято различать следующие два вида затрат:

- **переменные затраты;**
- **постоянные затраты.**

Переменные затраты.

Переменные затраты имеют очень четкие критерии:

- они должны быть специфичными для определенного сектора производства;
- они должны относиться к определенному сектору;
- они растут с ростом размера или масштаба сектора.

Примеры: семена, удобрения, средства защиты растений, вода для ирригации, комбикорм, ветеринарные услуги, медикаменты, машины, нанятые по контракту, рабочая сила, нанятая по контракту и т.д.

Обычно затраты на средства механизации, если они не наняты по контрак-

ту, не относятся к переменным затратам.

Валовая прибыль является не средством для оценки, а лишь индикатором потенциальной прибыльности. Если оценка валовой прибыли является положительной, это означает, что данный сектор производства может быть прибыльным. Однако если она отрицательна, данный сектор производства однозначно не прибылен. Кроме того, этот метод является хорошим средством для сравнения производительности секторов одного предприятия за несколько лет и похожих секторов на различных предприятиях.

Валовая прибыль фактически показывает долю данного производственного сектора в постоянных затратах предприятия и окончательной прибыли.

При расчете переменных затрат перевод из других секторов должен оцениваться по рыночной цене. То есть, по той стоимости, которую необходимо было бы затратить при покупке. Примером может быть зерно, оставленное в хозяйстве и использованное в животноводстве. То же самое относится к продукции, потребленной в хозяйстве, или продукции, использованной вне хозяйства.

Исключением из этого правила является производство кормов в хозяйстве (кукурузного силоса, люцерны, сена или луговых трав) для животноводства.

Это делается для того, чтобы избежать искусственной инфляции при двойном подсчете общего валового продукта предприятия.

Постоянные затраты.

Определение постоянных затрат может быть сведено к следующему:

это затраты, не относящиеся к одному определенному виду производимого продукта;

это затраты, не изменяющиеся с изменением сектора производимого продукта.

Например, затраты на использование средств механизации, постоянная рабочая сила, арендная плата, электроэнергия, амортизационные отчисления, проценты за кредит, содержание инфраструктуры, управленческие расходы и т.д. Во многих случаях постоянные затраты изменяются независимо от того, имеется ли эта статья расходов или нет, как, например, аренда или амортизация машин. Например, комбайн, не используемый практически в течение почти всего года, все равно будет представлять собой амортизационный расход.

Таким образом понятно, что если валовая прибыль покрывает постоянные затраты, то оставшаяся часть является доходом. Следовательно, валовая прибыль должна быть достаточной для покрытия постоянных расходов и получения необходимой прибыли.

Распределение постоянных затрат

Распределение постоянных затрат по различным производственным секторам не всегда однозначно, и практически не существует строгих правил в отношении этого. В некоторых случаях оно очевидно, например затраты на использование картофелеуборочного комбайна будут отнесены к сектору выращивания картофеля. Однако отнести затраты на использование комбайна, который был использован при уборке различных культур, не так легко. Постоянные затраты обычно разделяются между различными секторами и довольно часто не могут

быть распределены. Кроме того, некоторые постоянные затраты являются условно постоянными, особенно те из них, которые имеют сезонный характер. Тем не менее, существует несколько условных принципов распределения постоянных затрат по секторам производства:

- на погектарной основе;
- пропорционально вкладу сектора в общий валовой продукт всего предприятия;
- пропорционально прямым издержкам.

Рекомендуется не производить распределение по секторам в том случае, если это распределение не является очевидным. Наиболее рациональным будет их распределение при расчете дохода предприятия. Таким образом, усилия руководителей должны быть направлены на то, чтобы держать постоянные затраты на минимуме, стараясь увеличить валовую прибыль предприятия.

Даже при очень низком уровне производства возможно достижение положительной валовой прибыли, однако высокие постоянные затраты могут помешать получению прибыли. При анализе воздействия переменных затрат на прибыль необходимо ответить на вопрос, где же здесь корень проблемы? В низком уровне производства, высоких переменных затратах или высоких постоянных затратах? Во многих случаях можно увидеть, что низкий уровень производства происходит из-за низкого уровня вложений, и в случае их значительного увеличения уровень производства может быть значительно увеличен, что в свою очередь позволит иметь валовую прибыль, покрывающую постоянные затраты и обеспечивающую некоторую чистую прибыль.

Сущностью системы оценки эффективности проекта по показателю валовой прибыли является возможность сконцентрироваться на тех ресурсах, которые могут легко и быстро регулироваться сельскохозяйственным производителем, а именно на переменных вложениях.

Существуют два типа постоянных затрат: те, которые являются абсолютно постоянными, например, арендная плата, ипотека на землю, общие накладные расходы, которые всегда будут одинаковы независимо от выбора производственного сектора и независимо от его уровня; и те, которые варьируют незначительно: это так называемые неделимые затраты, например амортизация зданий, машин, постоянная рабочая сила.

Оценка валовой прибыли.

При оценке предварительной эффективности инвестиционного проекта по показателю валовой прибыли в молочном производстве сначала необходимо рассмотреть валовую прибыль, получаемую с 1 га. В случае если плотность поголовья очень низкая, руководитель должен постараться увеличить плотность поголовья и таким образом увеличить валовую прибыль с гектара.

Далее необходимо проанализировать размер валовой прибыли, получаемой в расчете на 1 корову. Если она низка, то необходимо предусмотреть меры по её увеличению. Поэтому необходимо обратить серьезное внимание на такие важные факторы, как генетический потенциал, уровень и качество комбикормов.

В растениеводстве низкая валовая прибыль чаще всего бывает обусловлена

низкой урожайностью. Однако оценка эффективности инвестиционного проекта и его анализ позволяют оценить лишь возможность получения прибыли

При анализе эффективности проекта по показателю прибыли необходимы более чувствительные инструменты, каковым и являются показатели «порога безубыточности».

Целью любой предпринимательской деятельности является получение максимальной прибыли. Но при организации дела важно определить пороги его безубыточности, то есть минимальный и максимальный уровень производства продукции, которые при прочих равных условиях обеспечивают финансовые поступления, равные издержкам. То есть бизнес, функционирующий в условиях рынка, должен найти такие уровни производства, ниже и выше которых предпринимательская деятельность становится нецелесообразной.

Это особенно важно на начальной стадии организации производства, так как жизнедеятельность предприятия зависит от того, в какой мере будет обеспечена отдача от вложенных средств.

Методика расчета «порога безубыточности» в сельском хозяйстве предполагает наличие ряда изменений в соответствии с учетом особенностей этой специфической отрасли

Расчет «порога безубыточности» по объему производства в этой отрасли не всегда продуктивен, так как часто не несет в себе информацию об эффективности проекта. Дело в том, что период производства в сельском хозяйстве довольно длителен и продолжается по отдельным видам возделываемых культур и выращиваемых животных до полутора лет. В свою очередь структура сельскохозяйственного производства и его объемы, т.е. состав и структура поголовья скота, многолетних насаждений, посевных площадей и основных средств являются наиболее консервативными элементами такой производственной системы, как сельскохозяйственное предприятие. Это означает, что в большинстве случаев мы не можем в течение периода возделывания изменить площадь посева культуры или площадь многолетних насаждений, так же как сложно поменять и поголовье продуктивного скота и птицы, находящихся на откорме. Это связано с одной стороны с тем, что в многоотраслевом сельскохозяйственном предприятии все отрасли взаимосвязаны и часто продукция одной отрасли является сырьем для другой. Но даже если это не так, изменение структуры и объемов производства требует либо длительного периода времени, значительных текущих затрат и капитальных вложений, либо невозможно в принципе.

В этих условиях для сельскохозяйственного производства гораздо более верным методическим подходом для оценки эффективности производства и инвестиционных проектов является определение «порога безубыточности» не по объему производства за определенный период, а по урожайности культур и продуктивности животных, рассчитанных для определенной структуры посевных площадей, многолетних насаждений и поголовья животных и сложившейся структуры цен и затрат.

Как известно, предприятие достигает безубыточности производства при равенстве выручки от реализации продукции и затрат, т.е.

$$TR = TFC + TVC \quad (1)$$

где TR - выручка от реализации продукции, руб.;

TFC - постоянные затраты, руб.;

TVC - переменные затраты, руб.

Выручка представляет собой произведение объема реализованной продукции на цену реализации:

$$TP = Q \times P \quad (2)$$

где Q - объем реализованной продукции

P - цена реализации, руб.

Отсюда:

$$TFC = TR - TVC \quad (3)$$

$$TFC = Q \times (P - AVC) \quad (4)$$

где AVC - средние переменные затраты, руб.

$$Q_{min} = \frac{TFC}{P - AVC} \quad (5)$$

Таким образом, минимальный объем производства, обеспечивающий безубыточность функционирования фирмы, определяется по следующей формуле:

$$Q = \frac{TFC}{P - AVC} \quad (6)$$

Для того чтобы определить «порог безубыточности» для отраслей сельскохозяйственного производства, который, как сказано выше, должен выражаться уровнем урожайности или продуктивности, обеспечивающем при данном объеме производства, сложившейся структуре цен и имеющейся технологии нулевую рентабельность, необходимо видоизменить формулу 6.

Для этого постоянные затраты на весь объем работ TFC нужно заменить на постоянные затраты в расчете на один гектар площади посева культуры или многолетних насаждений в растениеводстве или на одну голову скота и птицы в животноводстве. Для отрасли сельского хозяйства формула будет иметь следующий вид:

$$Q_{min} = \frac{TFC''}{P - AVC} \quad (7)$$

где TFC'' - сумма постоянных затрат в расчете на 1 га площади посева культуры, многолетних насаждений или на 1 голову скота, руб.;

P - цена реализации 1 ц продукции сельского хозяйства, руб.;

AVC - средние (на единицу продукции) переменные затраты, руб. Таким образом, расчет «порога безубыточности» позволит определить минимальную урожайность и продуктивность, которая при сложившейся структуре производства, существующем уровне цен на продукцию, технику и сырье, а также при существующей технологии позволяет обеспечить безубыточность, т.е. нулевую прибыльность производства, после достижения которой мы будем получать при-

быль.

Задание 1. Определение целесообразности возделывания культур по показателю валовой прибыли

Рассчитать показатель валовой прибыли по ряду сельскохозяйственных культур, которые предполагается возделывать в хозяйстве, и предварительно оценить эффективность их возделывания по этому показателю. Варианты для расчета задания приведены в приложении 1.

Таблица 1 - Расчет валовой прибыли на 1 га посева по культурам

Культура	Урожайность, ц с 1 га	Цена реализации, руб. за 1 ц	Валовой доход (выручка), руб. с 1 га	Переменные затраты в расчете на 1 га, руб.	Валовая прибыль в расчете на 1 га посева культуры, руб.
Озимая пшеница 3 кл.		430			
Озимый ячмень		350			
Кукуруза на зерно		350			
Сахарная свекла		80			
Подсолнечник		550			
Соя		600			
Гречиха		85			

Высокий уровень валовой прибыли в расчете на 1 га посева культуры или 1 голову скота является необходимым условием их высокой доходности, но недостаточным, так как этот показатель не учитывает размеров валовых постоянных издержек, а также их размера в расчете на единицу продукции - т.е. средних постоянных издержек, которые будут во многом зависеть от объемов производства.

Для дальнейшего анализа эффективности проекта необходимо воспользоваться показателем «порога безубыточности».

Задание 2. Определить уровень урожайности томатов, обеспечивающий (при сложившемся уровне цен, структуре производства и технологии) безубыточность производства

Задача состоит в определении оптимального поведения подразделения фирмы в краткосрочном периоде. Поскольку в краткосрочном периоде количество отдельных факторов производства (земля, техника, оборудование) у сельскохозяйственной фирмы остается неизменным, а фирма пытается максимизировать свою прибыль или минимизировать убыток, определяя оптимальный размер производства, то ее благополучие будет зависеть от того, как она использует переменные ресурсы (сырье, материалы, труд и т.д.). Для этого необходимо определить величину общих издержек на производство продукции при стабиль-

ном его объеме, найти минимальную и максимальную урожайность производства, обеспечивающую безубыточную деятельность фирмы.

Прежде всего, затраты фирмы распределяются на постоянные и переменные.

Для определения безубыточности предприятия необходимо рассчитать общую сумму постоянных и переменных затрат, валовые затраты, а также переменные затраты на единицу продукции

Определить в этом задании урожайность томатов, обеспечивающую безубыточность их производства.

Исходные данные:

Площадь посева томатов составляет — 170 га.

Производственные затраты в расчете на 1 га - ? руб. (Приложение 2).

Прогнозируемая цена реализации— 300 руб. за 1 ц.

Урожайность —220 ц/га.

На основании данных таблицы 2 по формуле 7 определим минимальную урожайность, обеспечивающую безубыточность функционирования фирмы. Для подтверждения расчетов определим прибыль (либо убыток), получаемую от реализации томатов с 1 га посевов при различной урожайности.

Таблица 2 – Затраты на производство томатов в расчете на 1 га посевов

Вид затрат	Структура затрат, %	Сумма затрат, руб.	Состав и структура затрат по видам			
			постоянные		переменные	
			доля затрат	руб.	доля затрат	руб.
Оплата труда с отчислениями в ЕСН	30,5		20		80	
Семена и посадочный материал	4,68		X	X	100	
Удобрения	4,46		X	X	100	
Работы и услуги	1,78		X	X	100	
Амортизационные отчисления	18,85		100		X	X
Затраты по организации и управлению	18,58		100		X	X
Страховые платежи	1,18		X	X	100	
Средства защиты растений	10,5		X	X	100	
Нефтепродукты	7,2				100	
Прочие затраты	2,27		50		50	
Итого затрат на 1 га	100		X		X	

Таблица 3 - Проверка расчета «порога безубыточности» (затраты в расчете на 1 га посева), руб.

Урожайность, ц с 1 га	Сумма постоянных затрат, TFC	Сумма переменных затрат, TVC	Сумма общих затрат, TC	Средние общие затраты, ATC	Цена реализации 1ц, P	Прибыль (убыток) от реализации 1ц	Выручка от реализации продукции с 1 га, TR

По данным таблицы 3 можно сделать следующий вывод: безубыточность производства томатов обеспечивается при минимальном уровне урожайности, равном _____ ц с 1 га.

Изобразить в одной системе координат графики общих затрат и выручки в расчете на 1 га посева. Точка их пересечения является «порогом безубыточности» по урожайности.

Задание 3. Определить уровень продуктивности коров, обеспечивающий (при сложившемся уровне цен, структуре производства и технологии) безубыточность производства молока.

В данном задании необходимо определить продуктивность коров, обеспечивающую безубыточность производства молока.

Исходные данные:

В хозяйстве имеется животноводческий комплекс, на котором содержатся 400 голов коров. Затраты в год на 1 голову составляют - ? руб. (задания 3 приложение 2).

Изобразим в одной системе координат графики общих издержек и выручки в расчете на 1 голову. Точка их пересечения является «порогом безубыточности» по продуктивности.

Задание 4. Определение уровня переменных затрат, обеспечивающего безубыточность производства в случае, если расчетный уровень урожайности, обеспечивающий его, находится на недостижимом для хозяйства уровне

При проведении расчетов в ряде случаев могут быть получены такие высокие уровни урожайности и продуктивности скота, которых невозможно достичь. Это обычно связано с большим размером средних переменных затрат; их высокий уровень, в свою очередь, обусловлен неэффективностью применяемой технологии, низкой трудовой и технологической дисциплиной и т.д.

В том случае, когда «порог безубыточности» по урожайности находится на заведомо недостижимом для хозяйства уровне, необходимо переформулировать задачу, т.е. определить, до какого размера необходимо снизить средние переменные издержки при различных уровнях урожайности, чтобы достичь безубыточности

Например, в нашем хозяйстве сложилась такая технология, дисциплина труда на возделывании сахарной свеклы, что при урожайности 200 ц с 1 га издержки в расчете на гектар составили _____ руб. (задание 4, приложение 2).

Средняя цена реализации 80 руб. за 1 ц

Таблица 6 - Затраты на производство сахарной свеклы в расчете на 1 га посева

Вид затрат	Структура затрат, %	Сумма затрат, руб.	Состав и структура затрат по видам			
			постоянные		переменные	
			доля затрат	руб.	доля затрат	руб.
Оплата труда с отчислениями на социальные фонды	30,52		20		80	
Семена	25,5		X	X	100	
Удобрения	18,2		X	X	100	
Затраты на содержание основных средств	8,9		100		X	X
Прочие затраты	16,88		59,7		40,3	

Итого затраты на 1 га	100		X		X	
-----------------------	-----	--	---	--	---	--

Определим минимальный объем производства сахарной свеклы, обеспечивающий безубыточность ее производства, по формуле 7.

Расчеты показывают, что при существующей в хозяйстве технологии возделывания сахарной свёклы и организации производства достижение урожайности _____ ц/га, необходимой для безубыточного производства, невозможно. Надо значительно снизить средние переменные затраты на 1 ц производства сахарной свеклы для достижения безубыточности. Поэтому мы иначе сформулируем поставленную задачу: «Какими должны быть средние переменные затраты на 1 ц сахарной свеклы при различных уровнях урожайности культуры?» В преобразованной формуле 7 за неизвестное были приняты средние переменные затраты. Видоизмененная формула будет такой:

$$AVC = P - \frac{TFC}{Q_{min}} \quad (9)$$

При существующей технологии производства и урожайности сахарной свеклы 200 ц с 1 га переменные затраты на 1 ц должны быть _____ руб., что почти в ? раза ниже (выше) существующих.

Рассчитаем средние переменные затраты при разных уровнях урожайности, например 300 ц/га и 400 п/га.

При урожайности 300 ц с 1 га $AVC =$

При урожайности 400 ц с 1 га $AVC =$

Расчеты по трем вариантам занесем в таблицу.

Таблица 7 - Определение суммы средних переменных затрат на 1 ц сахарной свеклы при существующей в хозяйстве технологии ее выращивания и различных уровнях урожайности

Показатель	Урожайность сахарной свеклы, ц с 1 га		
	200	300	400
Сумма постоянных затрат в расчете на 1 га сахарной свеклы, руб.			
Цена реализации 1 ц сахарной свеклы,			
Средние переменные затраты, которых нужно достичь, чтобы обеспечить безубыточность производства сахарной свеклы, руб. за 1 ц			
Средние переменные затраты, фактически существующие в хозяйстве, руб. за 1			

Анализ данных таблицы показал, что для достижения безубыточности про-

изводства существует объективная необходимость снижения (повышения) средних переменных затрат при урожайности 200 ц с 1 га до _____ руб., при урожайности 300 ц с 1 га - _____руб., при урожайности 400 ц с 1 га, полученной в отдельные лучшие годы в хозяйстве, - _____руб. за 1 ц.

Наметить пути достижения желаемых результатов.

Тема 10 .Модель предприятия предпринимательского типа

Предприятие – Это самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный для производства продукции, выполнения работ и оказания услуг в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли.

Предприятие самостоятельно осуществляет свою деятельность , распоряжается выпускаемой продукцией, получаемой прибылью.

Для осуществления своей деятельности предприятие формирует имущество , которое может принадлежать ему на праве собственности , оперативного управления либо полного хозяйственного ведения .

Источниками имущества предприятия являются:

- денежные и материальные взносы учредителей предприятия;
- доходы от реализации продукции, работ и услуг;
- ценные бумаги и доходы от ценных бумаг;
- капитальные вложения и дотации от бюджетов различного уровня;
- безвозмездные и благотворительные взносы;
- пожертвования организаций, предприятий и граждан;
- выкуп имущества государственных предприятий путем конкурса, аукциона, тендера;
- выкуп имущества государственного предприятия путем акционирования;
- иные источники, не запрещенные законодательством.

В условиях рынка социально-экономическая роль предприятия существенно меняется. Изменения идут по ряду направлений.

1.Основное требование, которое выдвигает рынок предприятию, - работать так, чтобы результатом деятельности был не только выпуск продукции или услуг, но и получение прибыли, т.е. всегда должно быть превышение доходов над расходами.

2. На смену требованию выпуска как можно большего количества продукции, приходит требование - не только произвести продукцию , но и сбыть ее. Дальнейшее наращивание объемов продукции целесообразно только в условиях гарантированного ее сбыта.

3. на смену существующим ограничениям со стороны вышестоящих органов приходит самостоятельность предприятий по многим направлениям деятельности (плата за самостоятельность банкротство и несостоятельность предприятия).

Любое предприятие независимо от организационно- правовой формы,

формы собственности, отраслевой принадлежности, выпускаемой продукции или оказываемых услуг является открытой экономической системой, изображенной на рисунке 1.

В условиях рынка предприятие решает две задачи – произвести и реализовать продукцию. Причем маркетингом необходимо заниматься постоянно. Поэтому на схеме рынок дан до начала производства и после его окончания.

Для принятия решений необходимо собрать и проанализировать достоверную информацию, которая включает:

- характеристику товаров: являются они товарами конечного потребления или промежуточными, готовыми изделиями или полуфабрикатами;



Рис.1. Рыночная модель предприятия.

- общую характеристику рынка: большое или малое число потребителей, способы покупки товаров, отношение покупателей к товарам, условиям и срокам поставки, условия продажи у конкурентов;

- каналы распространения товаров: наличие посредников между производителями и потребителями, их количество;

- конкретное состояние рынка: существует ли конкуренция между производителями товаров и каков ее уровень;

- законодательные ограничения;

- уровни управленческой деятельности в области маркетинга: долговременные цели фирмы (на 10-15 лет), учитывающие ситуацию на внутреннем и внешних рынках и тенденции ее развития;

- финансовые и материальные и иные ресурсы для достижения этих целей;

- перспективные (до 5 лет) цели фирмы, возникающие при этом задачи и обеспеченность их необходимыми ресурсами;

- оперативные, текущие цели и задачи, выдвигаемые конъюнктурой рынка, не противоречащие долговременным стратегическим целям.

В производстве продукта и осуществлении маркетинговой политики необходимо учитывать жизненный цикл продукта на рынке, который состоит из ряда стадий: внедрение, рост, зрелость, насыщение, спад.

Содержание ресурсов на входе и на выходе составляет содержание такого понятия, как экономика предприятия, для которой безразличны в известной мере производимый продукт, избранная технология производства, состав и квалификационный уровень кадров., Единственное, что ее интересует, - это соотношение и использование ресурсов, которое предполагает превышение доходной части над расходной (рентабельная работа предприятия), превышение расходной части над доходной (убыточная работа предприятия) и, наконец, равенство доходной и расходной частей (работа предприятия в условиях самоокупаемости).

Как работает предприятие – прибыльно, убыточно или в рамках самоокупаемости, в существенной мере зависит от форм и методов преобразования ресурсов и может быть определено целым рядом как частных, так и общих показателей эффективности. Для этого целесообразно построить матрицу, выражающую связь ресурсов на входе с ресурсами на выходе: где

-V - общий объем валовой или чистой продукции, руб.;

-L – средняя численность работников, чел.;

-F- среднегодовая стоимость основных производственных фондов, руб.;

-M - текущие материальные затраты на производство продукции, руб.;

-S - себестоимость продукции, руб.;

Не все элементы матрицы имеют экономический смысл, но, рассматривая вертикаль и первую горизонталь, видим, что элементы составляют важные показатели эффективности производственной деятельности предприятия:

Тема 11. Использование маркетинга в коммерческой деятельности

Работникам, занимающимся коммерческой деятельностью, для успешного ведения коммерции необходимо знание основных принципов и методов со-

временного маркетинга.

Маркетинг позволяет коммерческим работникам, руководителям предприятий, менеджерам получать информацию о том, какие изделия и почему хотят покупать потребители, о ценах, которые потребители готовы заплатить, о том, в каких регионах спрос на данные изделия особенно высок, где сбыт продукции может принести наибольшую прибыль. При помощи маркетинга определяется, в какие виды производства, в какую отрасль наиболее выгодно вложить капитал, где основать новое предприятие.

Маркетинг также позволяет понять, каким образом производитель, коммерческое предприятие должны организовывать сбыт своей продукции, товародвижение товаров к потребителю, строить стратегию рекламы и т. п.

Маркетинг позволяет рассчитать различные варианты эффективности затрат на производство и реализацию изделий и услуг, определить результативность затрат, вложенных в производство, транспортирование, хранение, рекламу, сбыт.

Практические занятия по теме включают проведение семинарских и контрольных занятий, решение торгово-хозяйственных ситуаций и заданий, связанных с использованием маркетинга в коммерческой деятельности.

Ситуационное задание: рассчитайте возможность и эффективность производства кирпича и строительных деталей, организации их сбыта и стимулирования продажи на основе маркетинга.

Цель задания. Научить студентов навыкам самостоятельного коммерческого решения на основе маркетинга для определения возможностей организации и эффективности нового производства для удовлетворения спроса населения определенного района на строительный кирпич и строительные детали.

Описание ситуации и постановка заданий. В связи с возросшим в районе объемом жилищного и производственного строительства (индивидуального, фермерского, дачного, садово-огородного и т. д.) возник большой спрос на строительный кирпич и строительные детали. Потребность населения в указанных строительных материалах, поставляемых с областного кирпичного завода, не удовлетворяется. Кроме того, велики транспортные расходы, поскольку завод находится на расстоянии 160 км.

Возникла идея организовать собственный завод по производству красного строительного кирпича, фундаментных блоков, плит перекрытий за счет местного сырья и ресурсов.

Исходя из поставленной цели, студентам необходимо выполнить следующие задания:

1) составить план коммерческих и маркетинговых мероприятий для решения поставленной цели (задачи);

2) разработать бланк анкетного спроса населения района и агропромышленных предприятий для получения информации о спросе на строительные материалы;

3) определить потребность населения района, предприятий, прилегающих населенных пунктов соседних районов (объем спроса) на строительный кирпич

и строительные детали. На основе потребности населения на строительные материалы решить вопрос о производственной мощности проектируемого завода и затратах на его оборудование и технологию;

4) рассчитать розничную цену кирпича и строительных деталей, рентабельность, экономическую эффективность капитальных вложений;

5) определить место реализации кирпича и строительных деталей, организацию и технологию продажи, перечень оказываемых услуг. Рассчитать потребность в автотранспортных средствах, поддонах, автопогрузчиках, необходимых для доставки покупателям и погрузки (разгрузки) строительных материалов;

б) разработать рекламные мероприятия по сбыту кирпича, используя различные виды рекламных средств, с составлением текстов рекламных объявлений по местному радио, и местную печать.

Условия и исходные данные для выполнения задания. Численность населения района, включая районный центр (поселок городского типа), насчитывает 85 тыс. жителей (20000 семей), из них 31 тыс. человек (8000 семей) проживают в районном центре и 54 тыс. человек (12000 семей) в 10 населенных пунктах района. 80% населения проживает в индивидуальных жилых домах, 20% — в малоэтажных домах городского типа. Жилой фонд домов индивидуальной застройки составляет 550 тыс. кв. м, или 15 тыс. деревянных и кирпичных домов. Площадь малоэтажных домов городского типа составляет около 80 тыс. кв. м. Материалы сплошного анкетного опроса населения района, включая районный центр, а также прилегающих к району населенных пунктов других районов, позволили выявить следующее.

18 тыс. жителей, или 4 тыс. семей, проживающие в устаревших домах индивидуального пользования без элементарных удобств с низкой обеспеченностью жилой площадью (менее 12 кв. м на человека), имеют достаточно денежных средств и желают приобрести в течение ближайших 2-5 лет земельные участки для постройки индивидуальных домов и коттеджей со всеми удобствами. Местные власти могут выделить им земельные участки. Кроме того, свыше 150 созданных или создаваемых семейных фермерских хозяйств располагают необходимыми средствами и испытывают потребность в постройке жилых домов и помещений производственного назначения. Опрос показал, что 78% опрошенных жителей, желающих построить индивидуальные дома и коттеджи со всеми удобствами, а также и фермерские хозяйства намерены возводить кирпичные дома общей площадью от 100 до 150 кв. м; 20% опрошенных сельских семей района намечают в течение ближайших 5 лет расширить жилую площадь своего дома в среднем на 20-30 кв. м за счет ее реконструкции, пристроек, строительства кухни и других сооружений из кирпича; 27% опрошенных семей испытывают потребность в строительных материалах для ремонта, строительства гаражей и иных производственных пристроек.

Анкетный опрос жителей, проживающих в территориально тяготеющих к району населенных пунктах других сельских районов, выявил дополнительно потенциальный спрос на кирпич и строительные детали в объеме 10% потреб-

ности населения определенного района.

Примерная норма расхода кирпича на 1 кв. м общей площади индивидуального дома или коттеджа составляет около 400-500 штук. Средний расход кирпича на расширение, реконструкции, ремонт жилого фонда на 1 кв. м колеблется в пределах 300-400 штук.

На строительство гаража площадью 20 кв. м и других производственных пристроек требуется 200-300 шт. кирпича на 1 кв. м. На строительство индивидуального дома (коттеджа) из кирпича требуется около 30 фундаментных блоков размером 1,2х3 м и от 20 до 30 плит перекрытий размером 1,5х3 м.

После определения потребности населения в кирпиче и строительных деталях работникам маркетинговой службы следует решить вопрос о годовой производственной мощности проектируемого завода по выпуску кирпича и строительных деталей (блоков, перекрытий).

Рыночная стоимость необходимого технологического оборудования завода с годовой мощностью до 1 млн. шт. кирпича и строительных деталей составляет 81 млн. руб. В трех километрах от районного центра располагается земельный участок площадью 0,3 га с достаточными запасами глины и техническими возможностями присоединения к инженерно-строительным коммуникациям.

По расчетам экономистов себестоимость производства 1 тыс. шт. кирпича на проектируемом заводе должна составить около 1 тыс. руб., фундаментного блока — 2 тыс. руб., плиты перекрытия — 3 тыс. руб.

Розничная цена тысячи штук строительного кирпича областного кирпичного завода составляет 6 тыс. руб., фундаментного блока — 5 тыс. руб., плиты перекрытия — 8 тыс. руб.

Методические указания по выполнению заданий.

Задание 1. План маркетинговых мероприятий рекомендуется составить в форме таблицы 1.

Таблица 1

№ п/п	Наименование разделов плана и содержание мероприятий	Срок выполнения	Ответственный за выполнения	Примечания

В план маркетинговых мероприятий рекомендуется включить разделы:

«Цели маркетинга», «Анализ рынка», «Производство товаров (услуг)», «Товародвижение, сбыт».

Задание 2. При организации нового производства объективной необходимостью становится тщательное изучение и анализ потребностей населения, информация о спросе и предложении на товары и услуги, покупательских доходах, намерениях, вкусах и запросах населения. При этом следует учесть спрос как внутри района, так и вне его, наличие предприятий-конкурентов, определить сегмент рынка. Иначе может оказаться, что затраты на строительство предприятия, на приобретение оборудования, разработку технологии могут не только не дать должного экономического эффекта, но даже не окупятся.

Работа по изучению спроса должна давать такую информацию, которая позволяет делать правильные прогнозы развития спроса. Такая информация важна для принятия маркетингового решения об организации производства.

Для изучения спроса используются различные источники информации, одним из которых является анкетирование, позволяющее оперативно и целенаправленно получить информацию о спросе населения на тот или иной товар (группу товаров) и его формировании и развитии.

Прогнозирование спроса осуществляется разными методами, содержание которых излагается в специальной литературе. Чтобы выполнить данное ситуационное задание, студентам следует составить бланк письменного сплошного опроса населения для изучения спроса на кирпич и строительные детали.

При анкетном опросе бланк вручается опрашиваемому лицу, который собственноручно заполняет его. Анкета может быть послана по почте или опубликована в газете.

Анкета состоит из трех частей:

- 1) введение;
- 2) вопросы, характеризующие цель и предмет опроса;
- 3) сведения об опрашиваемом.

Введение содержит в себе название организации, проводящей обследование, и раскрывает цели опроса. Во введении указывается порядок заполнения анкеты, срок и порядок возврата. В отдельных случаях анкете дают специальные названия или девиз. Часто при опросе сельского населения у жителей возникает вопрос, почему для анкетирования выбрали их дом или имущество. Поэтому во введении полезно упомянуть, что опрашиваемый выбран для опроса чисто случайно.

Вопросы, которые ставятся в анкете, должны быть понятны всем опрашиваемым лицам.

При составлении анкеты нужно стремиться к тому, чтобы ее можно было легко заполнять, а материалы опроса — сводить. Целесообразно в анкете давать небольшие пояснения, как фиксировать ответ. Например, «Отметьте крестиком соответствующий квадрат», «Подчеркните ответ», «Укажите цифрой» и т. п. Число вопросов в анкете не должно быть чрезмерным. Большое число вопросов в анкете утомляет отвечающего и снижает качество ответов. Оптимальной считается такая анкета, для ответов на которую потребуется не более 20 мин.

Сведения об опрашиваемом лице (семье) ставятся в конце анкеты. Эти сведения об опрашиваемом лице необходимы для того, чтобы можно было группировать и сравнивать ответы различных групп населения. Более подробно требования к составлению бланка опроса изложены в специальной литературе, список которой приведен в конце ситуационного задания.

Задание 3. Расчет потребности населения на строительные материалы выполняется исходя из приведенных выше исходных данных, анкетного опроса населения и нормативов расхода кирпича и строительных материалов на строительство и ремонт домов и сооружений. Рассчитанная потребность населения в строительных материалах позволяет выполнить следующие задания — определить производственную мощность завода и его стоимость.

Задание 4. Порядок расчета розничной цены кирпича и строительных деталей, рентабельности, эффективности и окупаемости капитальных затрат следующий.

Сначала определяем свободную отпускную цену 1 тыс. шт. кирпича. Свободная отпускная цена равна себестоимости производства кирпича плюс планируемая прибыль плюс НДС. Планируемая прибыль устанавливается до 50% от себестоимости производства. Размер НДС составляет 18 % от суммы себестоимости производства кирпича и планируемой прибыли, т. е.:

$$\text{НДС} = \frac{(\text{себестоимость производства} + \text{планируемая прибыль}) \times 18}{100}$$

Далее формируется розничная цена на кирпич. Розничная цена равна свободной отпускной цене плюс торговая надбавка. Торговая надбавка складывается из издержек обращения по торговле, прибыли розничного предприятия и уплаченного НДС.

Например, прогнозируемый уровень издержек обращения розничного предприятия составляет 14% к розничной цене; планируемая рентабельность розничного предприятия составляет 8% к розничному товарообороту, НДС составляет 18% к сумме доходов. Необходимая величина доходов в процентах к розничной цене (торговая наценка) определяется исходя из уровня издержек обращения и планируемой рентабельности (без учета НДС).

$$\text{Доходы (торговая наценка)} = 14\% + 8\% = 22\%.$$

Величина НДС определяется в процентах к доходу, отнесенному к розничной цене:

$$\text{НДС} = \frac{22\% \times 18}{100} = 3,96\%$$

Далее определяется необходимая величина доходов с учетом НДС: $22\% + 3,96\% = 25,96\%$. Необходимая величина доходов розничного звена в процентах к отпускной цене (торговая надбавка) равна:

$$\frac{25,96}{100-25,96} \times 100 \% = 35,1\%$$

Показатель рентабельности капитальных вложений рассчитывается как отношение прибыли к капитальным вложениям.

Экономическая эффективность капитальных вложений определяется по формуле 1: $\mathcal{E}_{\text{эф}} = \frac{\Pi}{K}$, где (1)

$\mathcal{E}_{\text{эф}}$ — экономическая эффективность;

Π — годовая прибыль предприятия;

K — объем капитальных вложений.

Окупаемость капитальных вложений (величина, обратная экономической эффективности) на организацию кирпичного завода определяется по формуле 2:

$$O_k = \frac{K}{\Pi}, \quad (2)$$

O_k - Окупаемость капитальных вложений в годах;

K — объем капитальных вложений;

Π — годовая прибыль предприятия от реализации стройматериалов.

Задание 5. Пункт реализации кирпича и строительных деталей следует расположить в непосредственной близости от производственного цеха. Студенту необходимо выполнить технологическую планировку зоны реализации строительных материалов, предусмотрев в ней легкие складские сооружения полузакрытого типа (навесы) для временного хранения кирпича, открытые площадки для хранения строительных деталей, технологию продажи, отпуска, погрузочно-разгрузочных работ и т. п.

Исходя из суточного грузооборота отпускаемых кирпичей и строительных деталей, с учетом коэффициента сезонности продажи в пределах 1,8-1,9, надо рассчитать потребность в средствах механизации погрузочно-разгрузочных работ — кранах, погрузчиках и в поддонах для укладки и перевозки кирпича. Для оказания услуг по доставке кирпича и строительных деталей следует определить потребность в автомашинах, приспособленных для перевозки кирпича в поддонах.

Стандартная емкость поддона для перевозки кирпича составляет 200 шт. Стоимость изготовления поддона колеблется от 0,3 до 0,4 тыс. руб. Грузовой автомобиль «КамАЗ» без прицепа способен перевозить от 12 до 14 поддонов с кирпичом, с прицепом — 24 поддона. По данным анкетного опроса, услугами по доставке кирпича желают пользоваться 80% покупателей. Стоимость средств механизации и автотранспорта устанавливается студентом самостоятельно, исходя из действующих в данный момент средних рыночных цен.

Задание 6. Студентам необходимо составить текст печатного рекламно-информационного объявления в районной газете, объемом в несколько коротких, легко запоминающихся фраз, включающих всю необходимую информацию о продаже кирпича и строительных деталей (пункт продажи, ассорти-

мент, цены, услуги и т. п.). Газетное объявление должно содержать заголовок, рекламный текст, наименование организации (предприятия), поместившей объявление, и призыв приобрести товар. Задачей заголовка является привлечение внимания определенных групп населения (потребителей).

Тема 12. Психология и этика коммерческой деятельности

ТЕСТ «КОММЕРСАНТ»

Постарайтесь ответить на все вопросы, представленные в приведенном ниже тесте.

Необходимо при ответе на каждый из поставленных вопросов выделить только один ответ — *а* или *б*. Оценка данного теста осуществляется в баллах. Сумма правильных ответов в пределах 9-12 баллов дает оценку «отлично»; 7-9 — «хорошо»; 5-7 — «удовлетворительно»; до 4 — «неудовлетворительно».

Высокая оценка решения данного теста позволяет судить о наличии у студента необходимых знаний и способностей к коммерческой деятельности.

1. *Наиболее эффективный путь изучения коммерции:*

- а) использование собственного практического опыта работы в коммерции;
- б) профессиональное обучение с использованием собственного опыта.

2. *Наиболее важные для деятельности коммерсанта профессиональные качества:*

- а) умение налаживать выгодные коммерческие связи;
- б) наличие коммерческой инициативы, самостоятельности и предприимчивости.

3. *Вы больше полагаетесь в своей коммерческой деятельности:*

- а) на коммерческую интуицию и ум;
- б) на умение рассчитать результаты коммерческой деятельности и на этой основе предвидеть будущие последствия своих действий.

4. *Вы готовы рисковать при проведении коммерческой операции:*

- а) идя на любой риск для достижения поставленной цели;
- б) рискуя, но просчитав все возможные последствия коммерческих действий.

5. *Вы считаете наиболее правильным для достижения коммерческого успеха:*

- а) честность, надежность, верность данному слову;
- б) не упустить выгодный момент и возможность добиться успеха.

6. *Для вас приемлемо в отношениях с конкурентами:*

- а) стараться опередить партнера во всем;
- б) найти пути к взаимовыгодному сотрудничеству.

7. *Для достижения коммерческого успеха вы:*

- а) идете шаг за шагом к заранее намеченной коммерческой цели;
- б) используете все дозволенные средства.

8. *Для расширения коммерческого дела вы предпочитаете:*

- а) накопление собственных средств;
 - б) привлечение средств компаньонов.
9. *Организуя новое коммерческое дело, вы предпочитаете кредит:*
- а) минимально необходимый;
 - б) максимально доступный.
10. *Вы предпочитаете поддерживать разницу между закупочной и продажной ценой:*
- а) большую;
 - б) меньшую.
11. *Перспективнее коммерсант:*
- а) умело ведущий торги;
 - б) быстро идущий на компромисс.
12. *Вы снижаете коммерческий риск:*
- а) занимаясь несколькими направлениями по снижению риска;
 - б) стремясь, чтобы ваши коммерческие действия были вне конкуренции.

Задание: Изучите девять правил Дейла Карнеги

Как исправить человека, не оскорбляя его и не нанося ему обиды»

Правило первое. Начинайте с похвалы и искреннего признания достоинств собеседника.

Правило второе. Указывайте на ошибки других не прямо, косвенно.

Правило третье. Сначала поговорите о собственных ошибках, а затем уже критикуйте своего собеседника.

Правило четвертое. Задавайте собеседнику вопросы, вместо того, чтобы ему что-либо приказывать.

Правило пятое. Дайте человеку возможность спасти свое лицо.

Правило шестое. Выражайте людям одобрение по поводу малейшей их удачи и отмечайте каждый их успех. Будьте чистосердечны в своей оценке и щедры на похвалу.

Правило седьмое. Создайте людям хорошую репутацию, которую они будут стараться оправдать.

Правило восьмое. Прибегайте к поощрению. Создавайте впечатление, что ошибка, которую вы хотите видеть исправленной, легко исправима; делайте так, чтобы то, на что вы побуждаете людей, казалось им нетрудным.

Правило девятое. Добивайтесь, чтобы люди были рады сделать то, что вы предлагаете.

Карнеги Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей / Пер. с англ. М.: Прогресс. 1989.

СИТУАЦИОННЫЕ ЗАДАНИЯ

Ниже даются короткие ситуации, взятые из жизни трудовых коллективов. Внимательно прочитайте каждую ситуацию и наметьте тактику критики.

Ситуация 1. Директор магазина совершил обход секций. Он был до-

волен порядком и организацией работы. Все были заняты своим делом. Вдруг он увидел трех продавцов, о чем-то увлеченно беседующих и не торопящихся на свои рабочие места. Директор окликнул их и спросил, почему они не занимаются делом. Продавцы стали что-то невнятно говорить, но директор...

- Что предпринял директор?

Ситуация 2. Ваш подчиненный постоянно опаздывает на работу. И каждый раз, когда вы ему делаете замечания, он находит оправдания, которые кажутся вполне объективными. Вы считаете, что так дальше продолжаться не может.

- В чем будет состоять цель вашей критики?
- Какую тактику критики вы выберете?

Ситуация 3. Ваш непосредственный начальник постоянно недоволен вашей работой. Что бы вы ни делали, он бракует. Вы не раз пытались подстраиваться под него. Но дело не изменилось. Тогда вы решили высказать ему критические замечания.

- Как бы вы поступили на самом деле?
- Что надо сделать, чтобы сохранить деловые отношения?

Ситуация 4. Руководитель объясняет молодому работнику, что надо придерживаться установленных правил, а не поступать по своему усмотрению. Молодой человек раздраженно отвечает: «Вы призываете к творчеству, а сами пресекаете любую инициативу».

- Как продолжить беседу, чтобы разговор получился искренним и не обидным?

Если вам не помогли правила Д. КАРНЕГИ, прочтите их еще раз внимательно!

«Психология и этика предпринимательской деятельности»

Доклады (рефераты) и вопросы для обсуждения

1. Личностные и профессиональные требования к коммерческому работнику.
2. Этический кодекс предпринимателя-коммерсанта.
3. Этикет предпринимателя-коммерсанта.
4. Организация деловых переговоров коммерческого работника с партнерами и их анализ.
5. Конфликтные ситуации в коммерческих переговорах и пути их разрешения.
6. Виды коммерческих писем в деловой переписке и требования к их содержанию и оформлению.

Литература

1. Большаков А.С. Современный менеджмент, теория и практика [Текст]/А.С. Большаков, В.И. Михайлов. – СПб.: Питер, 2000.-416 с.
2. Грядов С.И. Организация предпринимательской деятельности [Текст]/С.И.Грядов, П.Е. Подгорбукских, В.А.Удалов и др.- М.: КолосС, 2003- 416 с.
3. Горфинкель В.Я. Предпринимательство[Текст]: учебник для вузов/ В.Я. Горфинкель, Г.Б.Поляков, В.А.Швандер. – 3-е изд. перераб.и доп.- М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2001.-581 с.
4. Крылова Г.Д. Маркетинг: Теория и 86 ситуаций[Текст]: Учеб. пособие для ВУЗов / Г.Д.Крылова, М.И.Соколова. -М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000.- 519 с.
5. Лапушта М.Г. Предпринимательство[Текст]:учебник/М.Г.Лапушта, А.Г.Поршнев, Л.Старостин, Л.Г.Скамай.- М.: Инфра – М., 2000.-448 с.
6. Мочерный С.В.Основы организации предпринимательской деятельности[Текст]: Учебник для вузов /С.В.Мочерный, В.В.Некрасова.– М.: «Приориздат», 2004.-224 с.
7. Памбухчиянц О.В.Организация коммерческой деятельности [Текст]: Учебник / О.В. Памбухчиянц.-7-е изд., перераб. и доп.-М.:Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2012.-448 с.
8. Панкратов Ф.Г. Практикум по коммерческой деятельности[Текст]:Учебное пособие.-М.: информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 1999.-248 с.
9. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность[Текст]:Учебник /

Ф.Г.Панкратов, Н.Ф.Солдатова.- 13 –е изд., перераб. и доп.-М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2013.-500 с.

10. Половцева Ф.П.Коммерческая деятельность[Текст]: Учебник.-М.: ИНФРА –М, 2012.-248 с.

11.Пизенгольц В.М.Основы предпринимательства в сельском хозяйстве [Текст]/ Деловые игры: Учебное пособие / В.М.Пизенгольц.- Воронеж: ВГАУ,- СAGE., 1997.- 56 с.

12.Рысьмятов А.З. Практикум по организации предпринимательской деятельности в АПК [Текст]: Учебное пособие/А.З.Рысьмятов, А.П.Соколова, А.И.Трубилин, А.В.Кузьмин. - Краснодар:КГАУ, 2004.-179с.

13.Худобина Г.И., Петрюк Н.Н. Организация предпринимательской деятельности [Текст]: Учебное пособие / Г.И.Худобина, Н.Н. Петрюк.- Белгород: Изд-во Бел ГСХА, 2006.-88с.

14.Яковлев Г.А.Основы коммерции [Текст]: Учеб.пособие.- М.: ИНФРА – М, 2012.-224 с.

Приложение 1

Урожайность и уровень переменных затрат на 1 га посева культуры

№ в-а	Показатель	Культура						
		Озимая пшеница	Озимый ячмень	Кукуруза на зерно	Сахарная свекла	Подсол-нечник	Соя	Гречиха
1	Переменные затраты в расчете на 1 га, руб.	2588,3	2539,4	2710,5	2191,0	2769,3	996,0	936,7
	Урожайность, ц с 1 га	33,4	36,2	50,5	293,2	16,7	15,6	12,2
2	Переменные затраты в расчете на 1 га, руб.	2671,9	2620,4	2800,5	2306,3	2915,1	1043,1	986,0
	Урожайность, ц с 1 га	35,2	38,2	53,2	308,7	17,6	16,5	12,9
3	Переменные затраты в расчете на 1 га, руб.	2759,9	2705,7	2895,3	2427,7	3068,5	1092,8	1037,9
	Урожайность, ц с 1 га	37,0	40,2	56,0	324,9	18,5	17,3	13,5
4	Переменные затраты в расчете на 1 га, руб.	2852,5	2795,5	2995,0	2555,5	3230,0	2045,0	1092,5
	Урожайность, ц с 1 га	39,0	42,3	58,9	342,0	19,5	18,2	14,3
5	Переменные затраты в расчете на 1 га, руб.	3370,2	3297,3	3552,6	3269,7	4132,7	2337,1	1397,8
	Урожайность, ц с 1 га	49,8	54,1	75,4	437,6	24,9	23,3	18,2
6	Переменные затраты в расчете на 1 га, руб.	3257,4	3187,9	3431,0	3114,0	3935,9	2273,4	1331,3
	Урожайность, ц с 1 га	47,5	51,5	71,8	416,7	23,7	22,2	17,4
7	Переменные затраты в расчете на 1 га, руб.	3149,9	3083,7	3315,3	2965,7	3748,5	2212,8	1267,9
	Урожайность, ц с 1 га	45,2	49,1	68,4	396,9	22,6	21,2	16,5
8	Переменные затраты в расчете на 1 га, руб.	3047,5	2984,5	3205,0	2824,5	3570,0	2155,0	1207,5
	Урожайность, ц с 1 га	43,1	46,7	65,1	378,0	21,5	20,2	15,8
9	Переменные затраты в расчете на 1 га, руб.	2950,0	2890,0	3100,0	2690,0	3400,0	2780,0	1150,0
	Урожайность, ц с 1 га	41,0	44,5	62,0	360,0	20,5	19,2	15,0
10	Переменные затраты в расчете на 1 га, руб.	2854,6	2901,3	3065,4	2065,0	2765,6	895,9	1330,9
	Урожайность, ц с 1 га	39,5	44,6	63,4	236,0	16,3	14,9	17,3
11	Переменные затраты в расчете на 1 га, руб.	3145,6	2693,2	3489,6	2519,8	3562,0	2285,3	1329,5
	Урожайность, ц с 1 га	47,2	39,6	72,5	345,0	21,5	22,3	12,6

12	Переменные затраты в расчете на 1 га, руб.	3268,3	3020,3	3006,2	2569,8	3927,9	2200,3	945,9
	Урожайность, ц с 1 га	48,3	48,5	59,9	359,0	23,6	21,0	13,5
13	Переменные затраты в расчете на 1 га, руб.	3120,5	3018,5	3430,3	2299,3	3078,5	2289,3	1105,3
	Урожайность, ц с 1 га	44,4	39,4	71,2	302,0	18,9	22,6	14,6
14	Переменные затраты в расчете на 1 га, руб.	2631,5	2185,6	2962,4	3326,2	3395,6	2143,2	1165,3
	Урожайность, ц с 1 га	36,0	32,3	59,8	356,7	19,2	19,9	15,2

Варианты для расчета заданий

Вариант	Задание 2	Задание 3	Задание 4
1	47738	7792	17812
2	48962	7992	18268
3	50219	8198	18738
4	51506	8408	19219
5	52826	8623	19710
6	54146	8838	20204
7	55499	9059	20709
8	56889	9286	21225
9	58308	9518	21757
10	57309	9634	22895
11	59635	9782	23112
12	60124	9833	23906
13	61211	9856	24102
14	61905	9937	24806

Вера Владимировна Колоденская
Татьяна Николаевна Мишустина
Маргарита Александровна Данильченко
Ольга Владимировна Пимонова

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ

**по изучению дисциплины
со студентами очной и заочной форм обучения
по специальности 100801.62 «Товароведение»
профиль: 100801.62 Товароведение и экспертиза в сфере произ-
водства и обращения сельскохозяйственного сырья и
продовольственных товаров - бакалавр**

Редакция в авторском исполнении

Компьютерная верстка В.В. Колоденской

346493, Доской ГАУ, пос. Персиановский, Октябрьский (с) район,

Ростовская область

346500 г. Шахты, ул. Шевченко 147, Ростовская область

Издательство ООО «ЦВВР»

Печать оперативная Усл.печ.л.3,5 Тираж 100 экз. Заказ № 218

