



Національний університет
водного господарства
та природокористування

Міністерство освіти і науки України
Національний університет водного господарства та природокористування
Навчально-науковий інститут економіки, менеджменту та права
Кафедра економіки підприємства

067-60

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до самостійного вивчення дисципліни

«Обґрунтування та експертиза бізнес-проектів»

студентами спеціальності

8.03050401, 7.03050401 «Економіка підприємства»

денної та заочної форм навчання

Європейська кредитно-трансферна система

Рекомендовано методичною
комісією за спеціальністю
«Економіка підприємства»

Протокол № 8 від 16.04. 2013 р.

Рівне – 2013



Методичні вказівки до самостійного вивчення дисципліни «Обґрунтування та експертиза бізнес-проектів» студентами спеціальності 8.03050401, 7.03050401 «Економіка підприємства» денної та заочної форм навчання/ Гус В.М., Попко О.В. - Рівне: НУВГП, 2013, 20 с.

Упорядники: Гус В.М., к.т.н., доцент кафедри економіки підприємства,
Попко О.В., к.е.н., доцент кафедри маркетингу

Відповідальний за випуск: Кушнір Н.Б., к.е.н., професор,
завідувач кафедри економіки підприємства

ЗМІСТ

Вступ	3
1. Загальні положення.....	4
2. Перелік питань до самостійного вивчення дисципліни... ..	5
3. Вимоги до оформлення звіту про самостійну роботу.....	6
4. Контрольна тестова програма.....	7
5. Перелік питань для підготовки до іспиту.....	18
Рекомендована література.....	19



Вступ

Практична реалізація будь-якого комерційного проекту значно ускладнюється, чи навіть стає неможливою, без попереднього розробленого бізнес-плану. Бізнес-план є не лише дійовим важелем управління підприємницькою діяльністю, а й засобом необхідного зовнішнього фінансування для започаткування нового або розширення діючого бізнесу. Методичні вказівки до самостійного вивчення дисципліни „Обґрунтування та експертиза бізнес-проектів” передбачає допомогу у засвоєнні знань із цієї дисципліни, яка є вибірковою в циклі економічної підготовки магістрів, спеціалістів.

Метою вивчення навчальної дисципліни «Обґрунтування та експертиза бізнес-проектів» студентами спеціальності «Економіка підприємства» є формування системи знань з теорії та практики розробки бізнес-проектів, а також оцінювання фінансової життєздатності проектів.

Вивчення дисципліни передбачає:

- з'ясування сутності, цілей, загальноприйнятих логіки й методології розробки бізнес-плану;
- вивчення структури та змісту бізнес-плану;
- опрацювання найчастіше застосовуваних у практиці господарювання методів складання окремих розділів бізнес-проекту.

У результаті вивчення дисципліни «Обґрунтування та експертиза бізнес-проектів» студенти повинні

знати:

- цілі, завдання та можливості використання бізнес-плану;
- структуру та зміст різних видів бізнес-планів;
- логіку, методи та підходи до розробки бізнес-проекту;
- основні методики проведення експертизи бізнес-проектів.

вміти:

- формувати і розкривати зміст бізнес-плану;
- володіти практичними навичками та прийомами розробки бізнес-проектів;
- проводити презентацію та експертизу бізнес-проектів.

Методичні вказівки розраховані на студентів, які



навчаються за освітньо-кваліфікаційними програмами підготовки магістрів і спеціалістів, а також для слухачів інституту післядипломної освіти. Узгоджені з структурою змісту навчальної дисципліни, яка відповідає Європейській кредитно-трансферній системі (ECTS).

1. Загальні положення

Самостійна робота студентів з дисципліни «Обґрунтування та експертиза бізнес-проектів» полягає у вивченні окремих питань з дисципліни, які не розглядаються під час аудиторних занять.

Вибір теоретичних питань здійснюється за допомогою таблиці 1 за двома останніми цифрами залікової книжки.

Таблиця 1

Дані для вибору теоретичних питань

Остання	Цифри залікової книжки									
	Передостання									
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
0	1,21	1, 17	9, 14	8,2	16, 9	8, 15	6, 20	17, 24	3, 23	8,12
1	2, 20	3, 16	2, 24	1, 15	9, 3	6, 10	2, 16	3, 21	14, 24	12,23
2	1, 24	2, 20	3, 21	3, 17	5, 22	20, 4	7, 11	8, 17	8, 22	13, 24
3	3, 22	4, 24	8, 12	8, 21	4, 18	3, 13	1, 5	8, 12	4, 18	17, 15
4	6, 18	15, 5	9, 13	7, 23	7, 20	5, 19	4, 8	2, 6	9, 13	8, 20
5	10, 9	5, 17	16, 8	8, 2	6, 14	8,20	6, 10	5,19	3, 7	19, 24
6	15,21	9, 18	4, 6	9, 19	7, 21	5, 21	6, 21	7, 11	6, 5	8, 18
7	11, 22	4, 20	8, 11	3, 5	9, 20	6, 18	4, 16	19, 12	8, 22	8, 17
8	13, 23	3, 15	3, 19	7, 12	2, 4	8, 1	5, 24	13, 17	4,13	6, 22
9	6, 14	7, 16	8, 17	2, 18	6, 13	1, 3	7, 2	4, 18	1, 24	2, 14



2. Перелік питань до самостійного вивчення дисципліни

Таблиця 2

№ з/п	Тема	Рекомендована література
1	Комп'ютеризація процесу бізнес-планування	[5, 6, 11, 17]
2	Захист продукції фірми патентами, свідоцтвами, товарним знаками, збереження комерційних таємниць	[2, 8, 11, 14]
3	Основні підходи до аналізу припущень щодо можливих обсягів продажу товарів	[6, 10, 15, 21]
4	Оцінка впливу зовнішніх факторів на виробничі параметри бізнесу	[3, 8, 16, 19]
5	Складові концепції управління ризиками в бізнесі	[7, 9, 12, 17]
6	Принципи побудови матриці управлінських здібностей	[5, 16, 20, 23]
7	Принципи розрахунку фінансових потреб фірми	[11, 18, 19, 22]
8	Специфіка проведення презентації бізнес-проектів	[10, 13, 14, 17]
9	Зміст специфічних розділів санаційного бізнес-плану	[11, 19, 20, 22]
10	Особливості бізнес-плану для спільних підприємств	[9, 16, 18, 21]
11	Вимоги венчурних компаній до складання бізнес-планів інноваційних проектів	[16, 17, 22, 24]
12	Характерні вимоги міжнародних фінансових організацій до складання бізнес-планів	[10, 13, 14, 23]
13	Розробіть і викладіть у письмовій формі свій варіант сценарію презентації бізнес-плану	[16, 17, 19, 21]



14	Особливості експертизи бізнес-проекту у скороченому варіанті	[5, 14, 18, 20]
15	Особливості критеріальної оцінки окремих розділів бізнес-плану	[6, 13, 17, 19]
16	Обґрунтування вибору форми організації бізнесу	[3, 4, 11, 18]
17	Вибір способу започаткування бізнесу та чинники впливу	[7, 13, 15, 17]
18	Огляд сучасних конкурентних стратегій	[18, 19, 21, 24]
19	Ліцензування та патентування окремих видів господарської діяльності	[11, 17, 18, 19]
20	Порядок і етапи проведення сертифікації продукції	[6, 13, 14, 15]
21	Індекс бенчмаркінгу – поняття, призначення і зміст	[16, 22, 23, 24]
22	Розробка бізнес-плану для підприємств, що приватизуються	[4, 5, 9, 11]
23	Особливості складання бізнес-плану санації підприємства	[12, 13, 14, 17]
24	Вимоги венчурних компаній до бізнес-планів інноваційних проектів	[8, 10, 18,21]

3. Вимоги до оформлення звіту про самостійну роботу

Підсумком самостійної роботи над вивченням дисципліни „Обґрунтування та експертиза бізнес-проектів” є складання письмового звіту за питаннями вказаними у п.2.

Обсяг звіту про самостійну роботу повинен бути в межах 15-20 сторінок аркушів формату А-4. Звіт оформлюється на стандартному папері формату А-4 (210 x 297). Поля: верхнє, нижнє та ліве — 20 мм, праве — 10 мм. Звіт може бути рукописним або друкованим і виконується українською мовою.

Захист звіту про самостійну роботу відбувається у терміни, спільно обумовлені студентом і викладачем.



4. Контрольна тестова програма

Знайдіть одну правильну відповідь

Змістовний модуль 1. Методичні засади та зміст бізнес-плану підприємства

1. Інформаційне поле бізнес-плану – це:

- а) сукупність відомостей, наведених у бізнес-плані;
- б) інформаційне забезпечення системи управління майбутнім бізнесом;
- в) сукупність даних, які забезпечують інформаційні потреби в процесі складання бізнес-плану;
- г) інформація про фактори зовнішнього середовища.

2. Об'єктивність інформації – це:

- а) відповідність конкретним інформаційним потребам;
- б) здатність задовольняти інформаційні потреби в прийнятний для використання термін;
- в) інтегральний показник, що поєднує оцінку повноти, точності та несуперечливості інформації;
- г) зрозумілість для відповідного суб'єкта господарювання.

3. Початкова стадія розробки бізнес-плану необхідна, якщо йдеться про:

- а) започаткування нового бізнесу;
- б) розширення існуючого бізнесу;
- в) удосконалення діяльності фірми;
- г) завжди.

4. Індивідуальне підприємництво може здійснюватись у формі:

- а) командитного товариства;
- б) приватного підприємства;
- в) товариства з додатковою відповідальністю;
- г) акціонерного товариства.

5. Зрозумілість інформації для відповідного суб'єкта господарювання є показником її:

- а) наочності;
- б) об'єктивності;
- в) актуальності;
- г) комунікативності.



6. Матриця конкурентного профілю складається для:

- а) визначення кількості фірм-конкурентів;
- б) визначення конкурентної позиції даної фірми щодо інших фірм;
- в) фірми щодо інших фірм; визначення
- г) визначення інтенсивності конкуренції в галузі.

7. SWOT-аналіз здійснюється для:

- а) розробки фінансового плану;
- б) оцінки загального стану фірми в процесі стратегічного планування;
- в) ідентифікації цілей розробки бізнес-плану;
- г) оцінки ризиків реалізації підприємницького проекту.

8. В основу розробки стратегії диференціації покладається:

- а) ідея сегментації ринку;
- б) принцип поставки на ринок продукції з унікальними властивостями;
- в) принцип орієнтації на обмежену частину асортименту продукції фірми;
- г) принцип орієнтації на певну групу споживачів продукції фірми.

9. Ключові фактори успіху - це:

- а) певна сукупність контрольованих фірмою факторів;
- б) фактори, що визначають можливість і здатність фірми конкурувати на ринку;
- в) набір стратегічних цілей фірми;
- г) сукупність ключових фінансових показників.

10. Процес стратегічного планування в процесі складання бізнес-плану починається з:

- а) визначення конкретних цілей діяльності фірми;
- б) визначення місії фірми;
- в) оцінки загального стану (зовнішній і внутрішній аналіз).
- г) розробки фінансового плану.

11. Резюме бізнес-плану - це:

- а) коротка анотація;
- б) опис змісту;
- в) короткий вступ;
- г) короткий огляд найбільш важливих та значущих аспектів підприємницького проекту.



12. Основними завданнями будь-якого бізнес-плану є обґрунтування:

- а) стратегічних альтернативу;
- б) сильних сторін бізнесу;
- в) можливості комерційного успіху;
- г) слабких сторін бізнесу.

13. Реалізація внутрішньої функції бізнес-плану передбачає його застосування:

- а) як інструмента стратегічного планування та оперативного управління діяльністю підприємства;
- б) як інструмента залучення необхідних для реалізації проекту фінансових ресурсів;
- в) як механізму аналізу, контролю й оцінки успішності діяльності в процесі реалізації проекту;
- г) як інструмента ознайомлення різних представників ділового світу з сутністю та основними аспектами реалізації конкретної підприємницької ідеї.

14. Для проекту, який містить радикально нову ідею, що потребує додаткових пояснень, доцільно скласти резюме:

- а) конспективного (тезисного) типу;
- б) описового типу;
- в) будь-якого типу ;
- г) розгорнутого типу.

15. У бізнес-плані, орієнтованому на залучення інвесторів, слід підкреслити такі пріоритетні моменти:

- а) спільний потенціал, спільні товари і послуги;
- б) досягнення;
- в) фінансові потоки, активи, стабільне зростання;
- г) технічні аспекти.

16. Питання про конкурентні позицію фірми розглядається в такому розділі бізнес-плану:

- а) “Фінансовий план”;
- б) „Маркетинг-план”;
- в) „Дослідження ринку”;
- г) „Галузь, фірма та її продукція”.

17. Перспективи розвитку бізнесу фірми розкриваються в:

- а) резюме;
- б) розділі “Галузь, фірма та її продукція”;



- в) розділі “Маркетинг-план”;
- г) розділі “Дослідження ринку”.

18. Сегментація ринку – це:

- а) визначення основних способів задоволення попиту потенційних споживачів;
- б) вибір каналу товаропросування;
- в) визначення тенденцій розвитку ринку;
- г) одна з найпоширеніших стратегій ціноутворення.

19. Матриця вибору місцезнаходження фірми має враховувати:

- а) основні фактори розміщення фірми та рейтингову оцінку;
- б) основних конкурентів фірми та рейтингову оцінку їхнього місцезнаходження;
- в) ключові фактори успіху бізнесу;
- г) встановлення конкурентної позиції своєї фірми проти головних конкурентів.

20. Порівняльний аналіз ринкових стратегій найближчих конкурентів дає змогу:

- а) порівняти сильні й слабкі сторони фірми з потенційними зовнішніми сприятливими можливостями та загрозами бізнесу;
- б) визначити сильні та слабкі сторони конкурентів та врахувати їх помилки в процесі створення власного бізнесу;
- в) оцінити конкурентну позицію своєї майбутньої фірми та виділити найсильніших і найслабкіших конкурентів;
- г) всі відповіді правильні.

21. Маркетинг-план опрацьовують для того, щоб:

- а) охарактеризувати ринок діяльності фірми;
- б) переконати читача в правильності вибору ринку діяльності фірми;
- в) пояснити читачеві стратегію виходу фірми на свій цільовий ринок та завоювати його;
- г) вибрати цільовий ринок для фірми.

22. Розробка політики підтримки продукції фірми передбачає:

- а) розробку політики знижок із цін;
- б) пошук засобів зменшення собівартості одиниці продукції;
- в) вибір способів організації рекламної кампанії;



розв'язання проблеми сервісного обслуговування продукції фірми.

- 23. Масовий маркетинг як один із можливих підходів до розробки стратегії маркетингу в бізнес-плану орієнтовано:**
- а) на кілька груп споживачів;
 - б) на широкий споживчий ринок;
 - в) на одну групу споживачів.
- 24. Стратегія цінового прориву використовується:**
- а) для вже відомого виду продукції;
 - б) для нового виду продукції;
 - в) для продукції, яка відрізняється від наявної на ринку за рівнем окремих параметрів;
 - г) для продукції, яка в даний момент у даному конкретному місці є дефіцитною.
- 25. Процес стратегічного планування в процесі складання бізнес-плану починається з:**
- а) визначення конкретних цілей діяльності фірми;
 - б) визначення місії фірми;
 - в) оцінки загального стану (зовнішній і внутрішній аналіз).
 - г) розробки фінансового плану.
- 26. Наслідком знижок із сукупного обороту є:**
- а) рекламне сприяння проникненню товару на ринок;
 - б) збільшення кількості постійних клієнтів;
 - в) прискорення платежів;
 - г) зниження витрат на зберігання продукту.
- 27. Логіка складання виробничого плану передбачає, що він починається з опису:**
- а) устаткування, що передбачається використовувати
 - б) основних виробничих операцій
 - в) видів сировини та матеріалів, необхідних для виробничого процесу
 - г) схем виробничих потоків.
- 28. Виробничий план складається для того, щоб:**
- а) породити довіру до даного бізнесу описом переваг його продуктів;
 - б) переконати читача в правильності вибору технології виробництва продукції;



- в) довести, що фірма спроможна організувати виробництво та виготовляти необхідну кількість продукції.
- г) породити довіру до даного бізнесу описом переваг його продуктів.
- 29. Організаційна форма бізнесу - це:**
- а) конкретний вид підприємства, створеного відповідно до чинного законодавства;
- б) систем норм, що визначають стосунки суб'єкта господарювання з державою, іншими фізичними та юридичними особами та з партнерами по фірмі;
- в) форма власності, на якій засновано бізнес;
- г) вид підприємницької діяльності.
- 30. Форма організації бізнесу, за якої частина партнерів несе повну відповідальність за борги фірми, а решта – обмежену, називається:**
- а) товариством з повною відповідальністю;
- б) товариством з обмеженою відповідальністю;
- в) товариством з обмеженою відповідальністю;
- г) командитним товариством.

Змістовний модуль 2. Обґрунтування, експертиза та презентація бізнес-плану

- 1. Альтернативні плани складаються для:**
- а) своєчасного реагування та негативні наслідки ризикової діяльності
- б) визначення міри ризику в даному бізнесі
- в) усунення причин виникнення ризиків
- г) своєчасного реагування та негативні наслідки ризикової діяльності.
- 2. Як впливатиме наявність виробничого ризику на зміну точки беззбитковості:**
- а) ризик впливатиме на збільшення постійних витрат, збільшуючи беззбитковий обсяг виробництва;
- б) ризик впливатиме на збільшення ціни, зменшуючи беззбитковий обсяг виробництва;
- в) ризик впливатиме на зменшення змінних витрат
- г) ризик впливатиме на збільшення постійних витрат, збільшуючи беззбитковий обсяг виробництва?



3. Який метод кількісної оцінки міри ризику може використовуватись за наявності значного обсягу аналітично-статистичної інформації, що уможливорює визначення міри ризику через величину середньоквадратичного відхилення від очікуваних показників :

- а) метод аналізу доцільності витрат;
- б) метод експертних оцінок;
- в) метод аналогій;
- г) статистичний метод?

4. Самострахування доцільно використовувати за таких умов:

- а) коли втрати можливі внаслідок виникнення ризикової ситуації;
- б) коли ймовірність збитків є надзвичайно малою;
- в) коли фірма має велику кількість однотипного устаткування; коли вартість майна, що страхується, є відносно невеликою проти майнових параметрів бізнесу в цілому.

5. До методів кількісної оцінки міри ризику, які використовуються у процесі складання бізнес-плану, відносять :

- а) статистичний метод;
- б) метод аналізу доцільності витрат;
- в) метод експертних оцінок;
- г) аналіз чутливості.

6. План доходів і витрат фірми складається для:

- а) характеристики результатів майбутньої діяльності фірми з погляду її прибутковості;
- б) визначення періодів, коли фірма відчуватиме дефіцит або надлишок готівки;
- в) визначення суми коштів, які необхідно запозичити в плановому періоді.
- г) характеристики цільового призначення грошових коштів.

7. Результати аналізу чутливості викладаються в такому розділі бізнес-плану:

- а) “Маркетинг-план”;
- б) “Організаційний план”;
- в) “Оцінка ризиків”;



- г) **8. Фінансові коефіцієнти в бізнес-плані розраховуються для :**
- а) визначення потреб фірми у фінансових ресурсах;
 - б) визначення міри ризику інвестування коштів;
 - в) розрахунків точки безбитковості;
 - г) оцінки фінансової ефективності вкладання коштів у даний проект.
- 9. Чистий потік готівки - це:**
- а) різниця між готівковими коштами на початок місяця і загальною сумою всіх платежів фірми за місяць;
 - б) сума готівкових коштів на початок місяця і загальних грошових надходжень за цей місяць;
 - в) різниця між загальною сумою всіх грошових надходжень і загальною сумою всіх платежів
 - г) різниця між готівковими коштами на початок місяця і загальною сумою всіх платежів фірми за місяць.
- 10. Аналіз чутливості - це:**
- а) оцінка умов і термінів повернення інвесторам вкладених коштів та їх можливих доходів ;
 - б) аналіз найбільш імовірних типів ризиків у даному бізнесі;
 - в) дослідження еластичності попиту на продукцію фірми;
 - г) перевірка достовірності базових припущень.
- 11. У плані доходів і витрат до собівартості реалізації включають:**
- а) адміністративні витрати;
 - б) збутові витрати;
 - в) матеріальні витрати;
 - г) відсотки, сплачені за кредит.
- 12. Тривалість презентації бізнес-плану в середньому становить:**
- а) понад 45 хвилин;
 - б) не більше 2 годин;
 - в) приблизно 20 хвилин;
 - г) приблизно 1 година.
- 13. Головне завдання презентації бізнес-плану полягає в тому, щоб:**
- а) переконати своїх майбутніх партнерів поділити ваші погляди на проблеми;



- б)** подивитися на проблеми свого бізнесу очима майбутнього партнера;
- в)** ознайомитися з думкою інвесторів (кредиторів) про ваш бізнес;
- г)** з'ясувати, які вимоги висуває кредитор або інвестор до бізнес-проектів.
- 14. Проводити презентацію бізнес-плану повинен :**
- а)** представник консалтингової фірми;
- б)** секретар-референт керівника фірми;
- в)** підприємець особисто;
- г)** будь-хто з провідних менеджерів фірми.
- 15. Підвищенню ефективності презентації бізнес-плану може сприяти:**
- а)** широке використання наочних матеріалів;
- б)** попереднє ознайомлення з бізнес-планом учасників презентації;
- в)** зосередження уваги учасників презентації на ключових положеннях і показниках бізнес-плану;
- г)** усі названі способи.
- 16. У кінцевому параграфі фінансового плану підприємець має викласти свої пропозиції щодо:**
- а)** умов та термінів повернення коштів кредиторам та інвесторам;
- б)** загальних фінансових потреб фірми в плановому періоді, умов та порядку отримання фінансових коштів;
- в)** найбільш імовірних типів ризиків у даному бізнесі;
- г)** дослідження еластичності попиту на продукцію фірми.
- 17. У якому підрозділі фінансового плану мають бути проведені аналіз і розрахунок точки безбитковості виробництва та реалізації продукції майбутнього бізнесу:**
- а)** плановий баланс;
- б)** план доходів і видатків;
- в)** план грошових надходжень і виплат;
- г)** фінансові коефіцієнти.
- 18. Який розділ бізнес-плану, як правило, розробляється останнім:**
- а)** фінансовий план;
- б)** оцінка ризиків;



в)

резюме;

г)

маркетинг-план?

19. Плановий баланс фірми повинен містити інформацію щодо:

- а) обов'язкових платежів фірми;
- б) операційного прибутку фірми;
- в) активів, пасивів та власного капіталу фірми;
- г) терміну окупності інвестицій.

20. План грошових надходжень і виплат фірми складається для:

- а) характеристики результатів майбутньої діяльності фірми з погляду її прибутковості;
- б) визначення періодів, коли фірма відчуватиме дефіцит або надлишок готівки;
- в) визначення суми коштів, які необхідно запозичити в плановому періоді.
- г) узгодження в часі грошових надходжень і виплат.

21. До витрат на збут відносять:

- а) винагороди за професійні послуги;
- б) загально виробничі витрати;
- в) втрати від операційної курсової різниці;
- г) оплата праці та комісійні винагороди продавцям.

22. Аналіз беззбитковості проводять для:

- а) характеристики результатів майбутньої діяльності фірми з погляду її прибутковості;
- б) визначення обсягу реалізації, при якому доходи повністю покриють витрати фірми;
- в) визначення суми коштів, які необхідно запозичити в плановому періоді.
- г) узгодження в часі грошових надходжень і виплат.

23. Завданням експертизи проекту є:

- а) дослідження еластичності попиту на продукцію фірми;
- б) підвищення якості та ефективності управління фірмою;
- в) визначення, наскільки позитивні результати проекту перевищать його негативні наслідки;
- г) розрахунок фінансових коефіцієнтів.

24. До адміністративних витрат відносять:

- а) визнані штрафи, пеня, неустойка;



- б) витрати на передпродажну підготовку товарів;
- в) витрати на оплату праці та утримання апарату управління підприємством
- г) витрати на охорону праці, техніку безпеки.
- 25. Страхування ризику – це:**
- а) спосіб управління фірмою;
- б) оцінка умов і термінів повернення інвесторам вкладених коштів та їх можливих доходів ;
- в) дослідження еластичності попиту на продукцію фірми;
- г) передача певних ризиків страховій компанії.
- 26. Який з методів кількісної оцінки ступеня ризику застосовують за умови браку інформації та відповідних аналогів:**
- а) метод доцільності витрат;
- б) метод експертних вимог;
- в) аналітичний метод;
- г) метод аналізу чутливості?
- 27. Термін окупності бізнес-проекту – це:**
- а) час, за який капітальні витрати будуть відшкодовані чистими вигодами;
- б) час повного відшкодування позичкових коштів;
- в) час від першої затрати до останньої вигоди проекту.
- 28. Які з перерахованих ризиків можна віднести до технічних:**
- а) коливання світових цін;
- б) зміна обмінних курсів валют;
- в) неможливість досягнення необхідної якості продукції;
- г) заборони щодо експорту-імпорту певних видів товарів?
- 29. Чиста теперішня вартість проекту – це:**
- а) сума приведених (дисконтова них) вигід;
- б) сума приведених (дисконтова них) витрат;
- в) різниця між сумою приведених (дисконтованих) вигід і сумою приведених (дисконтова них) витрат.
- 30. Які з перерахованих ризиків можна віднести до маркетингових:**
- а) коливання цін на ресурси;
- б) перевищення кошторису витрат;
- в) неможливість досягнення необхідної якості продукції;
- г) невихід на планову потужність?



5.Перелік питань для підготовки до іспиту

1. Логіка процесу стратегічного планування на підготовчій стадій.
2. Технологія розробки бізнес-плану диверсифікації діяльності підприємства (ЗЕД).
3. Технологія розробки бізнес-плану фінансового оздоровлення підприємства.
4. Технологія розробки бізнес-плану реорганізації підприємства.
5. Методологічні основи експертизи бізнес-плану.
6. Цілі й завдання та організація проведення презентації бізнес-плану.
7. Значення, зміст і технологія розробки фінансового плану.
8. Зміст розділу «Оцінка ризиків» та логіка розробки.
9. Цілі розробки та структура розділу «Оцінка ризиків».
10. Змістова характеристика організаційного плану.
11. Цілі та структура організаційного плану.
12. Зміст виробничого плану та логіка розробки.
13. Головне завдання та складові блоки виробничого плану.
14. Прогнозування обсягів продажу та вибір стратегії збуту.
15. Цілі та логіка розробки маркетинг-плану.
16. Формування стратегії маркетингу у маркетинг-плані.
17. Цілі розробки та структура розділу «Дослідження ринку».
18. Цілі розробки та структура розділу «Галузь, фірма та її продукція».
19. Вимоги до стилю написання та оформлення бізнес-плану.
20. Логіка розробки бізнес-плану та характеристика



етапів.

21. Структура та загальні вимоги до змісту бізнес-плану.
22. Оцінка сприятливих зовнішніх можливостей та загроз для бізнесу, сутність SWOT-аналізу.
23. Загальна методологія розробки бізнес-плану.
24. Сутнісна характеристика та цілі розробки бізнес-плану.
25. Класифікація, види бізнес-планів та їх характеристики.
26. Програмні засоби розробки бізнес-планів та вимоги до них.
27. Структура фінансового плану та процедура його розробки.
28. Призначення резюме бізнес-плану та вимоги до його змісту.
29. Основні методики проведення експертизи бізнес-планів та їх суть.

Рекомендована література

Базова:

1. Гус В.М., Попко О.В. Обґрунтування та експертиза бізнес-проектів:Інтерактивний комплекс навчально-методичного забезпечення. Кредитно-модульна система організації навчального процесу. Для студентів напряму підготовки "Економіка і підприємництво".- Рівне: НУВГП, 2007. - 89с.
2. Македон В.В. Бізнес-планування: Навч. посіб. - Київ: ЦУЛ,2009. - 236с.
3. Бізнес - план: технологія розробки та обґрунтуванн: Навч. посібник/ С.Ф.Покропивний, С.М.Соболь, Г.О.Швиденко, Л.М.Шапринська. - Київ: КНЕУ, 2001. - 160 с.



Допоміжна:

4. ЗУ „Про ліцензування певних видів господарської діяльності”, із змінами і доповненнями, від 21 грудня 1993 року N 3759-XII.
5. ЗУ „Про патентування деяких видів підприємницької діяльності”, із змінами і доповненнями, від 23 березня 1996 року N 99/96-ВР.
6. Агафонова Л. Підготовка бізнес-плану: Практикум. — К.: Знання, 2001. —158 с.
7. Арсеньев Е., Гірчак О. Підприємництво: крок за кроком. – Донецьк, 2004. – 320 с.
8. Бизнес-планирование: Учебник/ Под ред. В.М.Попова. – М.: Финансы и статистика, 2002.
9. Збірник бізнес-планів з коментарями і рекомендаціями/В.П. Попов, І.В. Безлепкін, С.И. Ляпунов та ін.; За ред.В.П. Попова. - 4-е вид., перероб. і доп.-Київ:ЦУЛ,2003. - 382 с.
10. Економіка та підприємництво: Навч.посіб./ С.Я.Салига, В.О.Желябін, О.В.Бойко, І.В.Дідовець.- Київ: ВД.Професіонал, 2007.- 752с.- 67.00
11. Кирик Т.Н. Краткий курс бизнес-планирования: Учебное пособие. - К.: Вища школа, 2005. – 240 с.
12. Конспект лекцій з дисципліни «Обґрунтування та експертиза бізнес-проектів» / Попко О.В., 2005. – 37 с.
13. Левицька С.О. Звітність підприємств : Навч. посіб. – Рівне : НУВГП, 2009. – 213с.
14. Орлов О.О. Планування діяльності промислового підприємства. Підручник. — К.: Скарби, 2002. — 336 с.
15. Пелих А.С. Бизнес-план. – М: Ось-89, 1996.
16. Покропивний С.Ф., Соболев С.М., Швиданенко Г.О. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування: Навч.посібник. – К.: КНЕУ, 1999.
17. Слинков. Бизнес-план и организация финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Учебн.пособие, 2005. – 464 с.
18. Тарасюк Г.М. Бізнес-план: розробка, обґрунтування та аналіз:Навч.посібник.- Київ: Каравала, 2006.- 280с.