

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ  
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Кафедра виробничого та інвестиційного менеджменту

**ІНВЕСТИЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

Методичні вказівки  
до підготовки і проведення  
консалтингової гри «Проектінвест»

**Київ – 2020**

УДК 330.322:005

Інвестиційний менеджмент: Методичні. вказівки до підготовки і проведення консалтингової гри «Проектінвест» / Уклад.: Л.В. Шинкарук, Т.О. Власенко. К., 2020. 80 с.

Ділова гра, що пропонується, моделює можливі умови розробки бізнес-плану прямих інвестицій і є підсумком вивчення курсу «Інвестиційний менеджмент» для студентів спеціальності 073 «Менеджмент»

*Рекомендовано вченою радою факультету аграрного менеджменту  
НУБіП України  
протокол № 2 від 23 жовтня 2020 року*

Укладачі: Шинкарук Л.В., член. кор. НАНУ, д.е.н., професор  
Власенко Т.О., к.е.н.

Рецензенти: Буряк Р.І., д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі НУБіП України;  
Деліні М.М., д.е.н., доцент, доцент кафедри виробничого та інвестиційного менеджменту НУБіП України.

Навчальне видання

**ІНВЕСТИЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ**  
*Методичні вказівки до підготовки і проведення  
консалтингової гри «Проектінвест»*

© Л.В.Шинкарук, Т.О. Власенко  
© НУБіП, 2020

## ВСТУП

Інвестиційний менеджмент включає комплекс питань, пов'язаних із здійсненням інвестиційної діяльності компаній(фірми), яка потребує достатньо глибоких знань теорії і практики прийняття управлінських рішень щодо розробки і формування інвестиційного портфеля та управління ним. Для набуття теоретичних навичок, які стосуються основного кола питань інвестиційного менеджменту, студентам ОС Магістр 1 року навчання викладається це навчальна дисципліна.

Ділова гра, що пропонується, моделює можливі умови розробки бізнес-плану прямих інвестицій і є підсумком вивчення курсу «Інвестиційний менеджмент».

## 1. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ГРИ

Мета ділової гри – закріплення студентами теоретичних знань з інвестиційного менеджменту, які одержані в лекційному курсі, та відпрацювання практичного їх втілення в процесі розробки бізнес-плану прямих інвестицій в умовах альтернативного пропонування інвестиційних ресурсів та особливостей економічного середовища реалізації інвестицій.

У діловій грі "Проектінвест" моделюються такі процеси:

- здійснюється маркетингове дослідження ринку;
- розробляється базова стратегія інвестиційного проекту;
- формується концепція маркетингу;
- обґрунтовується матеріально-технічна база реалізації інвестиційного проекту;
- обґрунтовується необхідність заходів щодо охорони довкілля;
- формується виробнича програма підприємства; оцінюються можливі інвестиційні та виробничі матеріальні витрати;
- формується організаційна схема підприємства;
- оцінюються витрати, що пов'язані з утриманням персоналу;
- розробляється графік реалізації проекту;
- оцінка фінансового стану підприємства і його інвестиційної привабливості;
- прогнозується одержання фінансового результату, потоки реальних грошових коштів у зв'язку з інвестицією;
- оцінюється ефективність інвестиційного проекту;
- аналізується безбитковість діяльності підприємства.

У ході гри створюється найефективніший бізнес-план інвестиційного проекту.

Механізм ділової гри передбачає наявність альтернатив прийняття локальних рішень на певних етапах розробки бізнес-плану, що вимагає, від

учасників досить високого теоретичного та методичного рівня для обґрунтування свого вибору.

Крім цього учасникам надається можливість застосування власного досвіду та знань щодо удосконалення модельного механізму, його інформаційного забезпечення.

Ділова гра має проводитись двома викладачами із групою студентів чисельністю 22-26 осіб.

Викладачі формують ігрові команди (групи), виконують функції консультантів та генерального замовника - експерта.

Замовник-експерт контролює режим ігрового часу по етапах та окремих розрахунках, перевіряє правильність розрахунків, додержання правил гри усіма її учасниками, оцінює одержані результати, визначає штрафні санкції за порушення графіка виконання робіт та розмір заохочення при прийомці на конкурентній основі створеного варіанта бізнес-плану.

Замовник-експерт дотримується конфіденційності під час роботи з консалтинговими фірмами.

## **2. ПРЕДМЕТ, ОБ'ЄКТ МОДЕЛЮВАННЯ ТА ІГРОВИЙ КОМПЛЕКС**

Предметом моделювання комплексу гри «Проектінвест» є процес розробки бізнес-плану проєкту прямих інвестицій в підприємство, яке на базі переробки сільськогосподарської продукції має випускати конкурентоспроможну харчову продукцію, що буде продаватись як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Завершальним етапом гри є визначення ефективності інвестиційного проєкту, запасу фінансової міцності його виробничої діяльності та інвестиційної привабливості підприємства-реципієнта.

Об'єктом моделювання обрано спільне підприємство, яке має бути створене на підставах, що будуть розраховані в кодї гри.

Розподіл студентів по ігрових групах здійснюється по 4-5 осіб.

Розподіл студентів всередині ігрових груп здійснюється ними самостійно за їх функціональними схильностями та за напрямками розробки бізнес-плану із обов'язковим забезпеченням реалізації функцій координації та контролю за ходом роботи в кожній групі.

### **3. ЗАВДАННЯ ТА ІНТЕРЕСИ УЧАСНИКІВ**

Основними завданнями учасників ‘:

- розробити найефективніший варіант бізнес-плану прямих інвестицій, дотримуючись регламенту часу розробки.

### **4. ПРОЦЕС ГРИ**

Тривалість ділової гри "Проектінвест" становить до 16 академічних годин (залежно від ліміту часу в навчальному плані).

Скорочення (збільшення) часу проведення ділової гри досягається за рахунок поглиблення економічного і фінансового аналізу, збільшення кількості альтернатив реалізації проекту, інформаційних даних про умови здійснення інвестицій, методичних підходів щодо аналітичних заходів у порівнянні з наведеними в рекомендаціях.

Гра складеться з 11 етапів.

Таблиця 1

## Етапи проведення ділової гри

	Зміст етапів	Норма ігрового часу. хв.
1	2	3
	I. Підготовка до гри	
	I.1. Інструктаж учасників гри та отримання методичної літератури.	20
	II. Проведення маркетингових досліджень, розробка базової стратегії проекту і концепції маркетингу.	120
	II. 1. Формулювання основної бізнес-ідеї проекту, визначення основних суб'єктів та передумов проектування.	
	II.2. Оцінка структури цільового . ринку.	
	II.3. Аналіз споживачів та сегментація ринку.	
	II.4. Аналіз .ринку.	
	II. 5. Аналіз каналів збуту.	
	II. 6. Аналіз конкурентів.	
	II.7. Аналіз соціально-економічного середовища.	
	II.8. Визначення базової стратегії проекту.	
	II.9. Формування концепції маркетингу.	
	III. Розробка прогнозу програми продажів.	
	III.1. Розробка прогнозу програми продажу.	40
	III.2. Оцінка маркетингових витрат.	
	IV. Розрахунок споживання матеріальних ресурсів.	
	IV.1. Визначення фактичної потреби в сировині, виходячи з обраного варіанту поставки.	
	IV. 2. Розробка прогнозу повних матеріальних витрат	40
	V. Обґрунтування місця розташування і впливу навколишнього середовища.	
	V. 1. Визначення місця розташування підприємства-	
	V. 2. Аналіз взаємовпливу інвестиційного проекту та навколишнього середовища.	40
	V. 3. Обґрунтування заходів щодо охорони навколишнього середовища та націнка витрат, які зв'язані з ними.	
	VI Обґрунтування технології виробництва.	
	VI.1. Розробка прогнозу виробничої програми за проектом.	30
	VI. 2. Обґрунтування вибору варіанту технології та	
	VI. 3. Оцінка розміру капітальних вкладень у зв'язку із впровадженням обраної технології.	



1	2	3
<b>VII</b>	<b>Обґрунтування організаційної структури підприємства.</b>	
VII.1	Розробка організаційної схеми та структури.	
VII.2	Оцінка прогнозних розмірів накладних витрат у розрахунку на один рік.	40
<b>VIII</b>	<b>Проектування використання трудових ресурсів.</b>	
VIII.1	Визначення потреби в трудових ресурсах, складання штатних розкладів адміністративно-управлінського та виробничого персоналу,	
VIII.2	Оцінка витрат, що пов'язані з утриманням персоналу.	50
<b>IX</b>	<b>Розробка графіка реалізації проекту.</b>	
IX.1	Складання Карти здійснення проекту.	
XX.2	Розробка бюджету інвестування за часом здійснення та потоком вкладень інвестиційних ресурсів.	40
X	Фінансовий аналіз, вибір джерел фінансування, оцінка ефективності інвестицій.	
X.1	Аналіз можливих умов фінансування	
	Оцінка прогнозу повних виробничих витрат,	
X.3	Оцінка прогнозу потреби в чистому робочому капіталі.	
X.4	Складання прогнозного звіту про фінансовий результат підприємства-реципієнта.	
X.5	Складання прогнозного балансового звіту.	
X.6	Розробка платіжного календаря інвестиційного проекту	160
X.7	Оцінка ефективності інвестиційного проекту.	
X.8	Розрахунок показників інвестиційної привабливості.	
X.9	Аналіз беззбитковості.	
<b>XI.</b>	Оцінка представлених бізнес-планів на відповідність критеріям замовника.	20
	<b>РАЗОМ</b>	<b>16 год.</b>

## 5. ЗМІСТ ЕТАПІВ ГРИ

### I. Проведення маркетингового дослідження.

#### Розробка базової стратегії проекту

Не існує єдиного підходу і універсальної моделі побудови бізнес-плану проекту зважаючи на рухомість його компонентів, яка зумовлена специфікою цілей, засобів здійснення, функціональною спрямованістю, ступенем чуйності параметрів та їх невизначеності.

Необхідним етапом, який передує розробці бізнес-плану проекту прямих інвестицій, є розкриття передумов і основної ідеї проекту орієнтовно за такою схемою:



#### Рис. 1. Зміст передпроектних досліджень

Розкриваючи ідею проекту, необхідно:

- а) перерахувати найбільш важливі параметри проекту, визначити його цілі, описати та проаналізувати базову стратегію, у т. ч. географічний регіон та можливу частку ринку (внутрішню і зовнішнього), можливу ринкову нішу і передбачуваний рейтинг по витратах;
- б) визначити місцезнаходження проекту, ринкову або ресурсну орієнтацію і т.д.;
- в) описати продукт і продуктивний комплекс, які плануються до виробництва;
- г) визначити економічну і промислову політику підприємства, які сприятимуть здійсненню проекту;

д) показати різні географічні рівні: міжнародний, регіональний, національний, районний, місцевий;

е) висвітлити економічний, галузевий і під галузевий діапазони проекту.

Інформацію про проектопорядника чи ініціатора проекту бажано формалізувати по таких основних пунктах:

- імена та адреси;
- фінансові можливості;
- роль у здійсненні проекту;
- інші релевантні дані.

У розділі «Історія проекту» слід навести дані про найважливіші події, які визначили ідею проекту, про проведені раніше дослідження в цьому напрямку, висновки і пропозиції у зв'язку з ними.

Повідомляючи інформацію про учасників розробки бізнес-плану і здійснення проекту інвестиції, необхідно повідомити дані про автора і назву проекту, замовників і потенційно можливих інвесторів і гарантів у зв'язку із здійсненням інвестиції.

Вартість підготовчих досліджень і пов'язаних з цим робіт визначається виходячи із складеного кошторису.

На основі вихідної інформації, яка наведена в інформаційному забезпеченні, необхідно найбільш повно і систематизовано здійснити реалізацію перед проектним етапом розробки бізнес-плану.

Фактично першим етапом розробки бізнес-плану проекту прямих інвестицій є розробка стратегії проекту і концепції маркетингу.

Основною метою будь-якого інвестиційного проекту в капітальні активи є отримання прибутку як від використання наявних ресурсів, так і від задоволення існуючого або потенційного попиту на товар, який має вироблятися в результаті здійснення проекту.

Крім того, проект може служити певним корпоративним стратегіям, наприклад, посиленню ринкової позиції компанії або забезпеченню майбутнього постачання необхідними ресурсами і т.д.

Однак для всіх інвестиційних проектів, включаючи і ті, для яких головне - використання наявних ресурсів, ключовим завданням при визначенні меж інвестування, можливих виробничих програм, необхідних технологій, виборі місцезнаходження є аналіз ринку.

Принципово три мети аналізу попиту та ринку є надзвичайно важливими для цієї фази передінвестиційного дослідження: визначення системи взаємовідносин «ринку - проект», стратегічних обмежень і проблем, а також стратегічних варіантів проекту.

Під час реалізації мети дослідження робота може проводитися у такому порядку:

### ***1. Оцінка структури цільового ринку***

Фундаментом для дослідження ринку є чітка ідентифікація і якісний аналіз структури ринку. Опис значущих зв'язків між

елементами маркетингу, тобто структури носіїв пропозиції (виробників, постачальників, галузевих аспектів), характеристик споживачів, особливостей зайнятості і конкуренції. Структури збуту в передінвестиційному періоді бажано здійснити у відповідності до 5 і нижченаведених табл. 2, 3.

*Таблиця 2*

#### **Визначення ринку та аналіз ринкової структури**

Проект/альтернатива проекту:	
Визначення ринку (продуктової групи, регіону)	
Структура цільового ринку з описом взаємозв'язків усередині системи, дій учасників і т.д.	

*Таблиця 3*

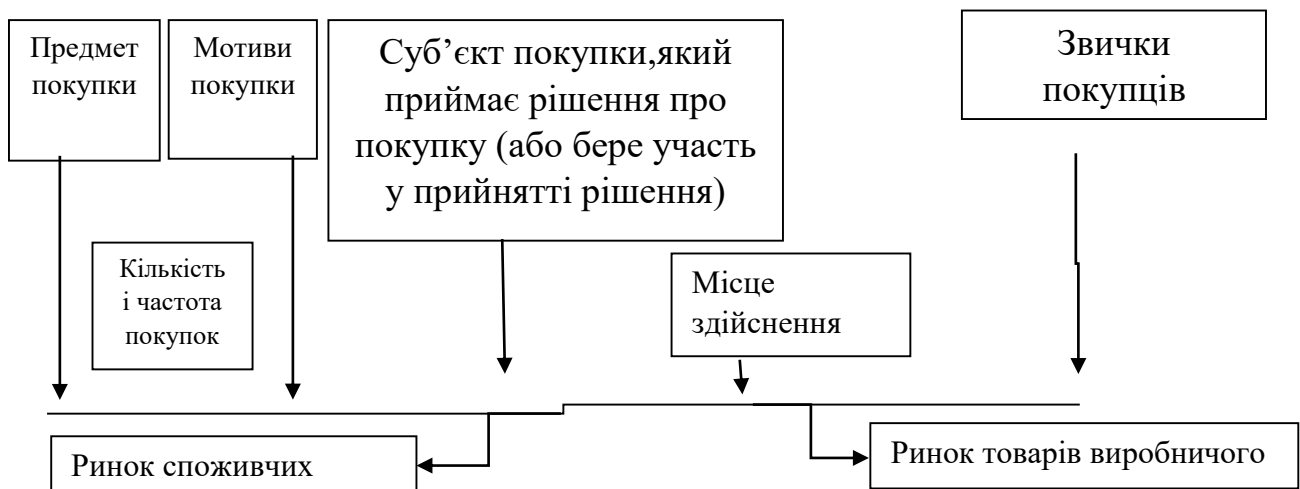
#### **Аналіз системи маркетингу**

Галузева структура	(Найменування постачальників товарів та послуг) (Різноманітність постачальників, типи підприємств, які пропонують продукти і послуги)

Структура споживачів	(Найменування споживачів, типи споживачів)
Зайнятість і конкуренція	(Використання встановлених потужностей, дії проти конкурентів)
Основні знаряддя конкуренції	(Якість, асортимент продукції, реклама, ціноутворення, умови поставки)
Структура збуту	(Географія збуту, канали збуту)

## 2. Аналіз споживачів і сегментація ринку

У цій фазі необхідно ідентифікувати споживачів, їх потреби і поведінку за такими аспектами дослідження:



**Рис.2. Аналіз споживачів**

- поведінка споживачів у сегменті повинна бути, по можливості, більш одноманітною;
- сегмент має чітко відрізнятися від інших;
- розміри сегменту повинні бути достатньо великими, щоб підприємство, яке діє на диференційованій частині ринку, мало змогу окупувати витрати.

На основі вихідної інформації і запропонованої схеми систематизації даних можна зробити (за бажанням ініціаторів інвестицій) аналіз ринку в цілому або по окремих його сегментах.

Сегментування ринку доцільно проводити на основі диференційованої поведінки споживачів із врахуванням таких вимог:

## 3. Аналіз ринку

У цій фазі передінвестиційного дослідження проводиться оцінка фактичної місткості ринку ( або його сегменту ) по продуктах, що розглядаються, а також ринкового потенціалу, прогнозна оцінка збільшення місткості майбутнього ринку, що фактично є основою вирішення питання про фактичну та заплановану ув'язку з інвестицією ринкової частки підприємства. Цільова частка ринку створює основу для прогнозу обсягу продажів і, відповідно, виробничої програми і потужності, а також для формування у зв'язку з цим ресурсної бази реалізації інвестиції.

На основі вихідної інформації про місткість сукупного ринку за продуктам, перспективами її зміни у межах горизонту проекту, а також про можливі обсяги реалізації у наявному договірному полі можна розрахувати фактичну частку підприємства і перспективні зміни.

Таблиця 4

**Аналіз ринку, умовні грош.од.**

Показники	Рік за проектом					
	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й	6-й
Місткість ринку - по харчових порошках - по високодисперсних						
Сукупні обсяги реалізації згідно з укладеними угодами - по харчових порошках						
Прогнозна частка ринку(%) - по харчових порошках - по високодисперсних пастах і пюре - по соках. фрукт.-ягідн.						

Більш детально можна проаналізувати розраховані дані, якщо диференціювати потенційних споживачів за ознакою експортних і місцевих продажів. У висновках з проведеного дослідження слід висвітлити ще й такі питання:

- чи отримає підприємство стратегічні переваги, розширюючи свою діяльність у міжнародному масштабі;

- якою мірою і в яких сферах конкуренція на зовнішньому ринку являє собою загрозу для проекту>
- які переваги в майбутньому може отримати підприємство, якщо не буде розширювати географію своєї діяльності і навпаки.

#### ***4. Аналіз каналів збуту***

Ця фаза маркетингового дослідження має на меті визначити фактичний і найбільш раціональний зв'язок виробника з кінцевим користувачем.

Як окремо, так і в комбінації існує три основні шляхи просування продукту від виробника до кінцевого споживача: через оптову ланку до роздрібною, тільки через роздрібну ланку і безпосередньо до споживача.

Вибір шляху базується на результатах досліджень ринку, специфіці споживання продукту, ринкових обмеженнях і рівні розвитку ринкової інфраструктури.

Використовуючи вихідну інформацію, власний досвід і відомості про перспективи вдосконалення технології товароруху, сформулюйте чіткі проектні пропозиції щодо вибору каналів збуту.

#### ***5. Аналіз конкурентів***

Оцінка проектною ситуації була б неповною без врахування стану конкуренції на досліджуваному ринку. В зв'язку з цим необхідна проаналізувати загальну інформацію про конкурентів: завальний обсяг продажу, загальну частку на ринку, повні витрати на маркетинг, цілі конкурентів, їх поведінку і самооцінку, сильні та слабкі сторони.

Результати аналізу за наявною вихідною інформацією узагальніть в давальній формі або формалізуйте в таблицю.

#### ***6. Аналіз соціально-економічного середовища***

В цій фазі передінвестиційного дослідження бажано визначити життєвий цикл сектора, в якому планується реалізація проекту. Використовуючи дані про сумарні продажі (рівні місткості ринку) всіх

конкурентів і графічної інтерпретації методу ідентифікації життєвого циклу сектора, визначте

передпроектну стадію життєвого циклу по досліджуваному продукту.

Оскільки мова йде фактично про створення нового підприємства, то корпоративний або внутрішній аналіз підприємства в таких випадках звичайно не проводиться.

Прогнозована маркетингова інформація наводиться на основі даних, що формуються за угодами та протоколами намірів з можливими споживачами, а також за результатами польового дослідження (дослідження способом опитування, інтерв'ювання і т.д.).

Дослідження можна було б вважати повним, якби воно завершилося ідентифікацією ризиків, які пов'язані з реалізацією проекту.

Використовуючи вихідні дані про напрямки і умови передбачуваного інвестування, визначте види ризиків (характер невизначеності), які супроводжують реалізацію проекту.

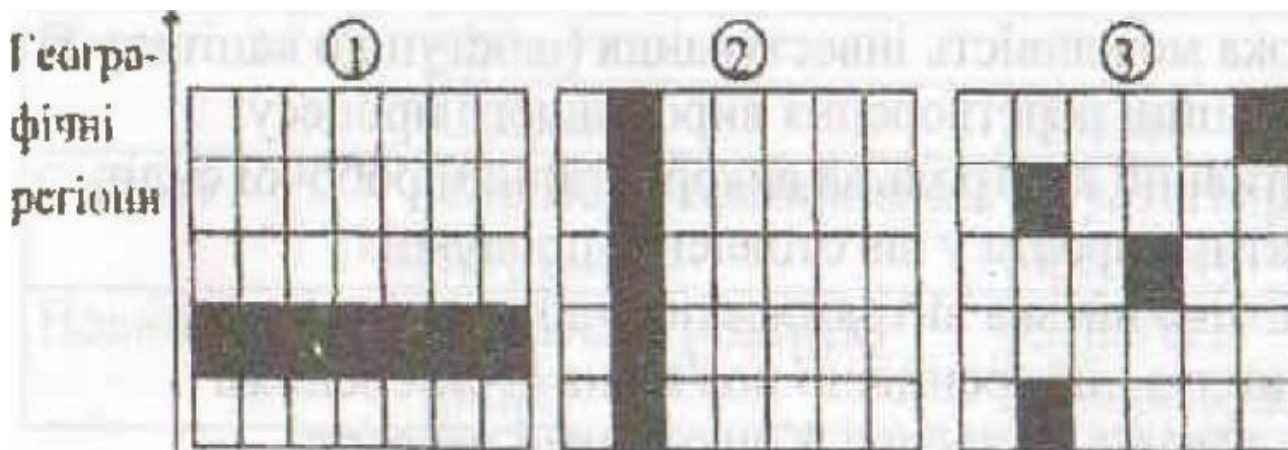
Основна мета будь-якого інвестиційного проекту, пов'язаного з виробництвом - отримання прибутку від використання наявних ресурсів, з одного боку, і від задоволення існуючого або потенційного попиту на продукцію, що виробляється, з іншого боку. Крім того, проект може служити певним корпоративним цілям (окремого підприємства), наприклад, посиленню ринкової позиції або забезпеченню майбутнього постачання необхідними ресурсами.

Стратегія проекту при загальному підході являє собою комплекс цілей і принципів, які дозволяють визначити необхідні ресурси на період часу, що складає горизонт планування проекту.

Будучи центральною ланкою як у підготовці, так і в оцінці інвестиційного проекту, а також в побудові маркетингової стратегії, стратегія проекту впливає на вибір місцезнаходження; технічних параметрів виробництва (потужності, технології і т.д.) та ресурсних вимог.



На цьому етапі розробки бізнес-плану проекту одним із важливих аспектів є визначення виду стратегії проекту з географічної точки зору. Визначте вид стратегії проекту за поданими на рис.3 в формалізованому вигляді альтернативами стратегій:



Сегменти споживачів

**Рис. 3. Види стратегії проекту з географічної точки зору**

1. Географічне обмежений локальний або регіональний ринок, де функціонують усі сегменти.
2. Ринок, де функціонує один сегмент у всіх його регіонах.
3. Окремі сегменти функціонують в окремих регіонах ринку.
4. Всі сегменти промовуються у всі регіони.

Другий елемент стратегії проекту – це цільова позиція, яку підприємство прагне досягти на ринку у зв'язку з інвестуванням.

Залежно від обраної стратегії проекту з географічної точки зору і прийнятої згідно з рис.3 цільової прибутковості проекту, слід вибрати із запропонованих 3-х типів стратегій у відповідності до наміченої для освоєння частки ринку найбільш прийнятний.

Освоюється сектор (підсектор)	Своєрідність продукту з	Низькі витрати у порівнянні з конкурентами
	Стратегія диференціації	Стратегія лідерства по витратах

Освоюються обмежені сегменти ринку	Концентрація на головних моментах (стратегія ніші)
------------------------------------	--

#### Рис. 4. Варіанти базових стратегій

Приймаючи рішення про базову стратегію, необхідно враховувати особливості кожної з них, а саме:

а) Стратегія лідерства по витратах, ставить головним завданням забезпечення більш низького рівня витрат, ніж у конкурентів. Вирішення цього завдання досягається звичайно, якщо проєктована частка ринку досить значна і є доступ до дешевої сировини та інші суттєві переваги, Передумовами прийняття такої стратегії є в загальному випадку:

- широка можливість інвестування ( доступ до капіталу );
- інноваційні перетворення виробничого процесу;
- ефективний контроль за використанням робочої сили;
- достатньо проста у виготовленні :продукція;
- достатньо низька витратоємкість збуту.

б) Стратегія диференціації пов'язана із створенням унікальних товарів та послуг. Конкурентні переваги досягаються зниженням чуттєвості до цін завдяки привертанню уваги покупця до товарного знаку, фірми:

- потужний маркетинговий потенціал;
- високий науково-дослідницький потенціал;
- наявність достатньої групи споживачів з високою купівельною спроможністю;
- традиції, що склалися у виробництві (промисловості);
- кооперація з постачальниками і збутовиками.

в) Концентрація зусиль на головних моментах (стратегія ніші) передбачає зосередження зусиль на суворо визначеній меті, звужуючи поле конкуренції. При цьому обирається обмежене коло споживачів в суворо обмеженому регіоні і жорстко окреслена номенклатура продукції.

Приймаючи рішення про базову стратегію проекту, слід брати до уваги особливості цінової і виробничої політики, притаманної кожній базовій стратегії, які визначають Ваш вибір, а саме:

Можливі обсяги реалізації	Можливий рівень цін реалізації		Високий
	Низький	Середній	
Малі			Стратегія ніші
Середні		Стратегія диференціації	Стратегія диференціації
Великі	Стратегія лідерства по витратах		

**Рис. 5. Особливості цінової і виробничої стратегії**

Завершуючи підготовчу роботу по створенню концепції маркетингу, необхідно встановити її стратегічні межі на основі зв'язку «Продукт-ринок» і прийнятої базової стратегії проекту.

Ринок	Продукт	
	Старий	Новий
Старий	Стратегія проникнення на ринок	Стратегія розвитку продукту
Новий	Стратегія розвитку ринку	Стратегія диверсифікації

**Рис.6. Зв'язок «ринок-продукт»**

Головними засобами при реалізації стратегічного проникнення на ринок є реклама продаж вже наявних там товарів на основі деякої видозміни («повторного запуску») товарів або розподілу їх на окремі, непов'язані компоненти.

Стратегія розвитку ринку базується на збільшенні обсягів продажу існуючих товарів через нові канали збуту у нових регіонах і сегментах ринку.

Стратегія розвитку продукту передбачає розробку нових рішень для майбутніх споживачів по запропонованій їм продукції.

Диверсифікація відображає стратегічне прагнення успішного виходу на нові ринки з новими продуктами.

Доповнюючи стратегічні обмеження концепції маркетингу, слід принципово визначитися з шляхами збільшення частки ринку за продуктом, необхідність якої витікає із стратегії проекту.

Перевага стратегії конкуренції ї звичайно надається у тих випадках, коли місткість ринку стабільна або зменшується (зрілий або насичений ринок ). Стратегія розширення ринку передбачає вихід на нові ринки або збільшення місткості існуючого ринку.

Реалізація і тієї, і іншої стратегії пов'язана й створенням складного механізму конкурентної боротьби, який базується на перевагах високого прядку.

Концепція маркетингу включає в себе такі два аспекти, в світлі яких вона і розробляється:

- стратегічний, пов'язаний з довгостроковим управлінням маркетингом («продукт-цільові групи», цілі і стратегії маркетингу );

- оперативний, пов'язаний з контролем за короткостроковим використанням окремих інструментів маркетингу, а також з контролем заходів і бюджету маркетингу. Визначення продукту і цільових груп споживачів є дуже важливим (фундаментальним) моментом у підготовці концепції маркетингу. Це визначає не тільки взаємозв'язки між проектом і ринком, але й інженерно-технічне і технологічне проектування в межах інвестиції.

Використовуючи дані таблиць 2 і 3, а також вихідну інформацію по проекту. заповніть матрицю «продукт – цільова група» (рис. 7) і оцініть її зони.

	Орієнтація споживачів						
	Престижність	Естетичне сприйняття	Технологічна склад	Органолептичні якості	Екологічна чистота	Лікувальні властивості	Ціна

Порошки харчові							
Пасти і пюре							
Соки фруктові -ягідні							

**Рис. 7. Оцінка зон «продукт - цільова група»**

Ідентифікацію оцінок пропонується проводити, використовуючи такі символи:

«+++»- дуже важлива зона;

« ++ » - важлива зона;

« + » - зоною не можна нехтувати;

«->» - зоною можна знехтувати;

« ? »- неясно, необхідні додаткові дані про особливості продукту.

Зробіть висновки стосовно оцінених Вами зон матриці «продукт -цільова група».

Цілі маркетингу повинні враховувати і бажану позицію в зонах матриці «продукт -цільова група і цілі стосовно продажу, в основу яких покладені корпоративні цілі (обіг, частка ринку, імідж, прибутковість), а також конкурентну позицію на ринку.

На основі проведених маркетингових досліджень, в межах прийнятої Вами базової стратегії проекту і стратегічних обмежень концепції, сформулюйте стратегію маркетингу на довгостроковий період з проектного напрямку.

Розкриваючи оперативні аспекти маркетингу, слід визначитися з компонентами маркетингового комплексу, комбінація яких залежить від обраної базової стратегії і який у загальному вигляді поданий на рис. 8.

<b>ПРОДУКТ</b>	<b>ЦІНА</b>
Ширина продуктового набору	Позиціонування ціни
Глибина продуктового набору	Знижки і умови платежу

Якість Дизайн Упакування Технічне обслуговування Сервіс Гарантійне обслуговування Можливість повернення покупки	Умови фінансування
<b>ПРОСУВАННЯ</b> Реклама «Паблікрілейшенз» Персональний продаж Стимулювання продажу Політика стосовно Торговельної марки	<b>ЗБУТ</b> Канали збуту Щільність мережі збуту Час від оформлення замовлення до поставки Запаси Транспорт

**Рис. 8. Комплекс маркетингу**

Використовуючи типову схему комплексу маркетингу, прийняту базову стратегію проекту і стратегію маркетингу, розробіть проектну схему комплексу маркетингу.

## **II. Розробка прогнозу програми продажів**

Завершуючи етап розробки бізнес-плану інвестиційного проекту, необхідно здійснити планування надходжень від можливих продажів, а також планування маркетингових витрат для кожного продукту окремо, або за проектом у цілому.

На основі вихідної інформації по проекту, даних табл.4 заповніть табл.5, виконуючи при цьому необхідні розрахунки

*Таблиця 5*

### Проектна програма продажів

Рік	Місцеві продажі			Експортні продажі			Повні надходження (грош.од.)
	Обсяг продажу	Ціна за 1т	Надходження (грош.од.)	Обсяг продажу	Ціна за 1т	Надходження (грош.од.)	
Продукт: Порошки харчові							
1.							
2.							
3.							
4.							
Продукт: Паста і пюре							
1.							
2.							
3.							
4.							
Продукт: Соки фруктові-ягідні							
1.							
2.							
3.							
4.							

Детальний аналіз маркетингових витрат слід проводити в розрізі змінної (прямих витрат) і постійної (непрямих витрат) складових. Витрати зручно структурувати за допомогою

*Таблиця 6*

#### Оцінка повних маркетингових витрат (прямі/ непрямі витрати продажу і збуту)

Витрати з комплексного вивчення ринку				
Витрати на рекламу				

Витрати на сертифікацію і збут продукції, включаючи експортне мито				
Витрати на проведення конференцій, виставок, ярмарків, ведення ділових переговорів				
Повні питомі витрати				
Загальний обсяг реалізації				
Повні витрати за період				
Повні маркетингові витрати				
Продукт: Порошки харчові				
У пакування, зберігання				
Витрати продажу				
Витрати збуту (транспорт, проміжне складування, страхування і т.д.)				
Витрати з комплексного вивчення ринку				
Витрати на рекламу				
Витрати на проведення конференцій, виставок, ярмарків, ведення ділових переговорів				
Витрати на сертифікацію і збут продукції				
Повні і питомі витрати				
Загальний обсяг реалізації				
Повні витрати за період				
Повні маркетингові витрати				
Продукт: Соки фруктові-ягідні				
1. У пакування, зберігання				
2. Витрати продажу				
3. Витрати збуту (транспорт, проміжне складування, страхування і т.д.)				
4. Витрати з комплексного вивчення ринку				
5. Витрати на рекламу				
6. Витрати на проведення конференцій, виставок, ярмарків, ведення ділових переговорів				
Витрати на сертифікацію і збут продукції				
Загальний обсяг реалізації				
Повні витрати за період				
Повні маркетингові витрати				

Таблиця 7

**Прогноз повних маркетингових витрат**

умовн. грош. од.

Рік	Повні витрати місцеві	Повні витрати по експорту	
-----	-----------------------	---------------------------	--



	Змінні	Постійні	Усього	Змінні	Постійні	Усього	Загальний підсумок
Продукт: Порошки харчові							
5.							
6.							
7.							
8.							
Продукт: Паста і пюре							
5.							
6.							
7.							
8.							
Продукт: Соки фруктов-ягідні							
5.							
6.							
7.							
8.							

\* Без врахування витрат на оплату праці персоналу, пов'язаного з маркетинговою діяльністю.

IV. Розрахунок споживання матеріальних ресурсів Четвертим етапом розробки бізнес-плану є розрахунок споживання матеріальних ресурсів.

Вибір сировини і матеріалів залежить, в першу чергу, від технічних вимог до проекту і аналізу ринку поставок. Визначальними факторами на цьому етапі є проблеми виснаженості ресурсів і забруднення середовища, а також критерії, які відносяться до стратегій проекту, наприклад, мінімізація витрат на матеріальні ресурси та ризиків стосовно поставок.

Для виробництва, де основним вихідним матеріалом є сільськогосподарська продукція, вирішальним у виборі варіантів постачання сировини є оптимізація співвідношення витрати -якість сировини.

Використовуючи наявну інформацію про можливі варіанти постачання сировини, її технологічність та рівні якості постачання, необхідно розрахувати фактичну потребу в сировині В розрахунку на 1т готової продукції її витрати, які пов'язані з нею.

### Розрахунок потреби в сировині

Таблиця 8

УМОВН.ГРОШ. ОД.

Варіанти	Основні характеристики			
Поставки	Потреба з врахуванням виходу готової продукції	Потреба з врахуванням якості поставки	Ціна за 1т сировини	Витрата на 1т готової продукції
Для виробництва порошків харчових				
I.				
II.				
III.				
Для виробництва паст і пюре				
I.				
II.				
III.				

Проаналізуйте одержані результати і обґрунтуйте вибір варіантів поставок для реалізації проекту.

На цьому ж етапі розробки бізнес-плану визначаються Витрати, пов'язані із споживанням покупних комплектуючих матеріалів і напівфабрикатів, інших видів допоміжних матеріалів і комунальних послуг (електроенергії, води, пари, стисненого повітря, палива, засобів відведення стічних вод і т.д.), що пов'язані безпосередньо з виробництвом.

На базі вихідної інформації, а також даних табл. 5 і 8 заповніть табл.9

*Таблиця 9*

**Оцінка прямих матеріальних витрат виробництва на рік**

**(прогноз)**

умовн.грош.од.

Статті витрат	Витрати місцеві		Повні витрати по експорту	
	Змінні на 1т	Постійні за період	Змінні	Постійні за період
Продукт: Порошки харчові				
Сировина А				
Покупні комплект. вироби і напівфабрикати				
Комунальні послуги				
Витрати у межах норм природного убутку				
Повні питомі витрати				
Усього одиниць за період				
Повні витрати за період				
Повні прямі матеріальні витрати				
Продукт: Паста і пюре				
Сировина А				
Покупні комплект. вироби і напівфабрикати				
Комунальні послуги				
Витрати у межах норм природного убутку				
Повні питомі витрати				
Повні прямі матеріальні витрати				
Продукт: Соки фруктові-ягідні				
Сировина А				
Покупні комплект. вироби і напівфабрикати				
Комунальні послуги				
Витрати у межах норм природного убутку				
Повні питомі витрати				
Повні прямі матеріальні витрати				
Технічне обслуговування і запасні частини				

Завершуючи другий етап розробки бізнес-плану інвестиційного проекту, узагальніть розрахункові дані цього етапу в табл.10.

Таблиця 10

**Прогноз повних прямих матеріальних витрат за проектом**

умов. грош. од.

Рік	Повні витрати місцеві			Повні витрати по експорту			Загальний підсумок
	Змінні	Постійні	Усього	Змінні	Постійні	Усього	
Продукт: Порошки харчові							
1.							
2.							
3.							
4.							
Продукт: Паста і пюре							
1.							
2.							
3.							
4.							
Продукт: Соки фруктові-ягідні							
1.							
2.							
3.							
4.							
Технічне обслуговування і запасні частини на весь обсяг виробленої продукції							
1.							
2.							
3.							
4.							

## V. Обґрунтування місця розташування і впливу на навколишнє середовище

П'ятим етапом розробки бізнес-плану інвестиційного проекту є обґрунтування місця розташування і впливу на навколишнє середовище наслідків проекту.

Обґрунтування місця розташування підприємства у зв'язку з інвестицією має проводитись із врахуванням таких вимог:

- сумісність природного навколишнього середовища, географічних умов і вимог проекту;
- оцінка екологічних впливів, здійснюваних проектом;
- врахування особливостей соціально - економічної політики, системи стимулювання і обмежень, які пов'язані з державною політикою в регіоні;

- наявність інфраструктури ( промислової, економічної і соціальної ), рівень освіченості населення.

Стратегічна орієнтація під час вибору місця розташування вимагає оцінки факторів ринку та маркетингу, наявності важливих для проекту ресурсів ( сировини, основних і допоміжних виробничих матеріалів ), технічних вимог, типу галузі, технології, характеристик продукції, розмірів підприємства, організаційних вимог і структури управління.

Одним із найважливіших факторів при обґрунтуванні місця розташування є фактори природного навколишнього середовища з точки зору взаємовпливу «середовище - проект», оскільки це певною мірою визначає вартість проекту ( необхідність осушення ґрунту, кондиціонування, інтенсифікації опалення або охолодження, пилоочищення, з одного боку, спорудження очисних споруд, переробка або ліквідація відходів і т.д., з іншого боку).

Використовуючи вихідну інформацію по проекту власні спостереження або досвід по аналогічних ситуаціях, заповніть табл.11, враховуючи рекомендації і пояснення, що наводяться у дужках.

*Таблиця 11*

**Елементи природного навколишнього середовища, які зазнають впливу в зв'язку з інвестицією і генерують їх**

<b>ЗЕМЛЯ</b> [топографія, структура ґрунту, осідання, сейсмічність, наявність зон, які охороняються особливості використання у зв'язку з проектом]	<b>АТМОСФЕРА</b> [хімічний склад повітря, повітряні течії, кліматичні зміни, видимість і т.д.]
<b>ВОДА (Поверхневі води)</b> [якість води, рельєф берегової лінії і дна, притоки, зона затоплення, меліоративні заходи, особливості використання у зв'язку з проектом і т.д.]	<b>ВОДА (Підземні води)</b> [рівень підземних вод, і мінливість течій, якість води, зони і темпи поповнення, характеристики водоносних пластів, особливості використання у зв'язку з проектом і т.д.]
<b>ФЛОРА</b> [рослинність, сільськогосподарські культури, наявність водяних рослин, а також видів, які знаходяться під загрозою знищення і т.д.]	<b>ФАУНА</b> [наявність тварин рідких видів і тварин, які знаходяться під загрозою знищення, наявність мігруючих видів і т.д.]
<b>Енергетичні РЕСУРСИ</b> [гідроенергетичні, паливні, ядерні та ін.]	<b>ЕКОЛОГІЧНІ СИСТЕМИ</b> [природне середовище і комплексні взаємозалежні екосистеми (річки, озера, болота, гирла річок, пустелі і т.д..]

Таким же чином, опишіть елементи соціального -економічного середовища (табл. 12), а також види впливу (табл.13 ), які включаються до аналізу при проектуванні і реалізації інвестиції.

Таблиця 12

**Елементи соціального навколишнього середовища,  
які зазнають впливу в зв'язку з інвестицією і генерують їх**

<b>Культурні фактори</b> (стан і структура суспільства, традиційні культурні особливості та звичаї, наявність історичних місць, релігійних і Громадських установ, зон відпочинку)	<b>Соціальна інфраструктура</b> (щільність населення, рівень освіти, захворюваності)
<b>Соціальний розвиток</b> (можливість працевлаштування, рівень доходів, забезпеченість житлом, соціальні гарантії)	<b>Економічні фактори</b> (рівень економічного розвитку в регіоні, інфраструктури)

Таблиця 13

**Вплив і фактори пов'язані з навколишнім середовищем**

<b>Виділення, викиди</b> (рідкі та тверді відходи, повітряне забруднення, шум та вібрація, запахи, хімічні реагенти, небезпечні речовини)	<b>Небезпеки. Ризики для здоров'я</b> (ризик нещасних випадків, зростання ризиків, ризик втрати здоров'я робітниками і службовцями)
<b>Попущення і знецінення природних ресурсів та екосистем</b> (пряме і непряме заподіяння шкоди водним ресурсам, землі, неекономне використання невідновних природних ресурсів, нанесення шкоди рослинним популяціям, витіснення і вимирання видів)	<b>Погіршення і зниження існуючих соціальних структур</b> (міграція, витіснення середовища існування людей, витіснення існуючих економічної діяльності, погіршення життєвих умов руйнування конкретних соціально-культурних взаємовіносин і інфраструктур)

Впливи на навколишнє середовище для кожної стадії розробки проекту, як правило, різні. Наприклад, на стадії планування вони можуть носити тільки соціальний і економічний характер. На стадії будівництва – мають одночасний ефект, на стадії експлуатації проекту – ефект, який повторюється.

Практиці інвестиційного проектування відомі кілька методів та інструментів, які використовуються під час оцінки впливу проекту на

навколишнє середовище. У загальному випадку методика дослідження, що обираються повинна забезпечувати:

- всебічну ідентифікацію всіх відповідних впливів;
- причинне – наслідкові зв'язки між проектом, факторами навколишнього середовища та впливами;
- часовий розподіл впливів( по різних фазах проекту );
- критерії як для кількісної, так і: для якісної оцінки; урахування динамічного характеру впливу на навколишнє середовище, який створює первинні, вторинні і т.ін. впливи.

Виходячи із наявної інформації і пропозиції, вироблених у зв'язку із вчиненням проекту та аналогічних ситуацій, відомих із досвіду проектування, необхідно попередньо розрахувати можливі інвестиційні затрати і витратну зв'язку із заходами щодо нейтралізації наслідків інвестиції для навколишнього середовища.

*Таблиця 14*

**Розрахунок економічних показників в зв'язку із законами щодо охороні навколишнього середовища.**

умовн.грош.од.

Варіант	Суть заходу	Капітальні вкладення	Експлуатаційні витрати	Можливі доходи
Заходи щодо ліквідації				
I				
I				
Заходи щодо виведених стічних вод				
I				
I				
I				
I				

На основі розрахунків у табл. 14 зробіть обґрунтований висновок стосовно прийнятних варіантів-заходів щодо захисту навколишнього середовища і внесіть основні кількісні показники в узагальнюючі табл. 15 і 16 (з урахуванням вихідної інформації по проекту).

Таблиця 15

**Оцінка інвестиційних затрат, пов'язаних з підготовкою і освоєнням земельної ділянки і заходами по охороні навколишнього середовища умов.грош.од.**

Найменування статті	Роки			
	1-й	2-й	3-й	
Підготовка і освоєння ділянки				
Заходи щодо охорони навколишнього середовища				
Усього				

Таблиця 16

**Оцінка експлуатаційних витрат, які відносяться до підготовки ділянки і до заходів по захисту навколишнього середовища умовн.грош.од.**

Найменування статті	Роки											
	1-й		2-й		3-й		4-й		5-й		6-й	
	Змін.	Пост.	Змін.	Пост.	Змін.	Пост.	Змін.	Пост.	Змін.	Пост.	Змін.	Пост.
Заходи щодо охорони нав. середовища												
Усього змінної складової												
Повні витрати												



## VI. Обґрунтування технології виробництва

Шостим етапом розробки бізнес-плану інвестиційного проекту прийнято вважати етап обґрунтування технології виробництва.

Початкова інженерне - проектна робота полягає у розробці попередньої схеми виробництва, придатної для виготовлення продукції, визначеної згідно з концепцією маркетингу і вимогами кількості та якості.

Детальна виробнича програма розробляється безпосередньому зв'язку з конкретними прогнозами продажів.

У межах спільної потужності підприємств можуть бути різні рівні виробничої діяльності і на різних етапах освоєння. Для спрощення фінансового аналізу і аналізу безбитковості проектування виробництва здійснюються в припущенні, щоб обсяги виробництва рівні прогнозним обсягам продажів за проектом.

На основі прогнозу продажів (табл. 5), техніко –технологічних характеристик варіантів технологічного оснащення, наведених у вихідній інформації за проектом,

Слід враховувати, що вибір підходящої технології і її технічного наповнення Е важливим елементом бізнес-плану проекту. Такий вибір повинен базуватися на детальному розгляді і оцінці технологічних альтернатив та виборі найбільш придатного варіанту для даного проекту або стратегії інвестиції, а також соціально-економічних і екологічних умов інвестування. Наприклад, подібні інвестиції в регіонах з низьким рівнем оплати праці доцільно базувати на менш капіталомістких технологіях, які забезпечують необхідні якість і кількість вироблюваної продукції в умовах більшої трудомісткості технологічних операцій. В більш індустріалізованих регіонах, де рівень заробітної плати відносно високий, доцільно розглядати альтернативи на користь підвищення капіталомісткості проєктованих технологій і т.д.

Крім того, виробничий досвід показує, що персонал, зайнятий у виробничому процесі не одразу набуває достатнього рівня кваліфікації. У зв'язку

з цим більш капіталомісткі, а значить технічно більш складні технології, вимагають більших коштів для підготовки персоналу, ніж менш складні.

У зв'язку з викладеним проаналізуйте вихідну інформацію про запропоновані варіанти технологій і обґрунтуйте свій вибір з кожного виду продукції. У табл. 18 розрахуйте необхідний розмір капітальних вкладень у зв'язку з придбанням необхідного обладнання і технологій з обраних Вами варіантів.

Таблиця 18

**Розрахунок капітальних вкладень у зв'язку з придбанням  
обладнання і технологій**

Продукт	Обраний варіант	Вихідна капіталомісткість грош.од.	Номінальна максимальна потужність т/рік	Необхідні капітальні вкладення за проектом умови грош.од.	Із них вартість технології умови. грош.од	Трудовитрати на 1 т вип.прод, умови. грош.од	Витрати на підготовку кадрів умовн.грош.он.
Порошки харчові							
Пасти і п'юре							
Соки фруктові							

Наведені розрахунки не враховують витрат, які пов'язані із заходами по охороні навколишнього середовища, що розраховані раніше на третьому етапі розробки бізнес-плану.

Потреба в запасних частинах і інструменті для устаткування, яке закуповується, при поточній експлуатації проекту розраховується при обґрунтуванні розміру обігового капіталу ( таблиця 11 і 12). Початкове їх придбання відбувається з основним устаткуванням і вартість ЗИПа входить в повну вартість закупки.

На цьому ж етапі слід оцінити витрати, пов'язані з виконанням будівельних робіт. Оскільки запропоновані варіанти місця розташування підприємства мають частину будов і споруді без них, то оцінку Затрат по проекту необхідно провести по обраному Вами варіанту з урахуванням вихідних даних по проекту.

При завершенні етапу проводиться узагальнення раніше проведених розрахунків у зведеній таблиці (табл. 19). Причому, враховуючи ідею реалізації проекту з участю іноземного капіталу, необхідно розділити в прогнозованому співвідношенні витрати, які зв'язані з інвестицією, по джерелах залучення фінансових коштів.

**Зведена оцінка інвестиційних витрат у зв'язку з будівництвом,  
придбанням устаткування, технології відповідно до проекту**

*Таблиця 19*

Найменування статті	Загальний обсяг вкладень	в т.ч. по періодах інвестування			
		1 рік	2 рік	3 рік	4 рік
1. Будівництво, будівлі, споруди					
2. Придбання обладнання					
3. Технологія					
4. Капіталізовані затрати на підготовку кадрів					
5. Накладні витрати у зв'язку з освоєнням капіталовкладень					

\*j – матеріальний потік від місцевого інвестора

~\*} - грошові кошти іноземного інвестора

\*)- матеріальний потік від місцевого інвестора

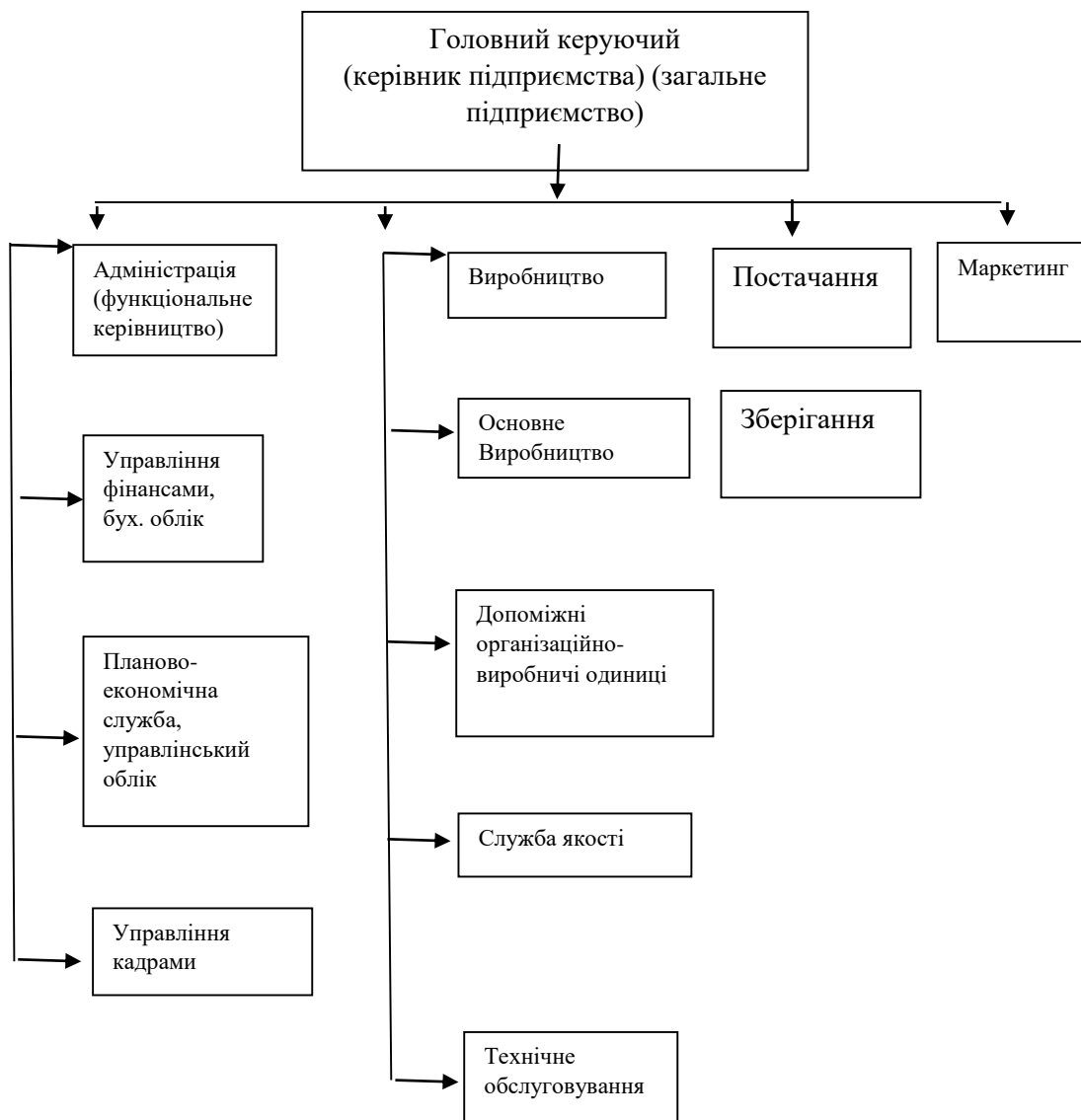
\*\*\*\*) - нематеріальні активи - вклад від місцевого інвестора

**VII. Обґрунтування організаційної структури підприємства**

Наступний (7 етап) розробки бізнес-плану проекту прямих інвестицій в більшості спрямований на обґрунтування організаційної структури, необхідній для експлуатації проекту, і пов'язаних з її функціонуванням накладних витрат.

Організаційна структура реалізації проекту залежать від стратегії і політики підприємства, з одного боку, і від соціального середовища та техніко-економічних потреб підприємства, з іншого боку.

Робочі функції і види діяльності структуруються і поручаються організаційним одиницям на основі організаційної схеми.



**Рис. 9. Приклад організаційної схеми виробничого підприємства**

В основу організаційної структури можуть бути покладені три організаційні рівні, які найчастіше застосовуються в практиці проектування:

- вище керівництво, на яке звичайно покладається довгострокове стратегічне планування, складання бюджету, координація і контроль;
- керівництво середнього рівня з функціями планування і контролі? діяльності функціональних структур, здійснюючих виробництво, продаж, постачання, фінанси;
- контролююче керівництво, яке планує і контролює поточну роботу і діяльність всередині організаційних одиниць, які знаходяться у його підприємства.

Організаційні функції групуються в організаційні одиниці відповідно до конкретних потреб підприємства, В загальному вигляді організаційна сема може бути подана таким чином:

Накладні витрати необхідно групувати таким чином: .

- загальнозаводські накладні витрати;
- адміністративні накладні витрати;
- накладні витрати маркетингу; .
- амортизація позаобігових активів.

На цьому етапі пропонується на основі вихідної інформації по проекту розрахувати адміністративні накладні витрати, а також загальнозаводські накладні витрати без врахування оплати адміністративне - управлінського персоналу і персоналу(робітників і службовців), не зайнятого безпосереднього у виробництві. Накладні витрати з маркетингу розраховані на першому етапі розробки бізнес-плану (табл.7).

Всі витрати, пов'язані з оплатою персоналу, пропонується розрахувати на наступному етапі розробки бізнес-плану. Всі розрахункові дані узагальнить за формою табл.20.

**Оцінка накладних витрат в розрахунку на 1 рік (прогноз)**  
**умовн.грош.од**

Статті витрат	Прогноз витрат на рік	
	Змінні та період	Постійні за період
I.Заводські накладні витрати		
1.Кантроль якості продукції. 2.Внутрішній транспорт 3.Повернення бракованої продукції. 4.Зберігання продукції. 5. Обов'язкові платежі, в т.ч. 6.Обов'язкове страхування майна. 7.Страхування іноземних інвестицій і ризиків зовнішньоторговельних операцій. 8.Плата за охорону. 9. Обов'язкові відрахування на будівництво,ремонт і утримання автомобільних доріг 10.Відрахування в інноваційні фонди		
Усього		
II.Адміністративні накладні витрати		
1 .Оплата послуг зв'язку, обчислювальних центрів, банків 2.Оплата аудиторських послуг 3.Оплата комунальних послуг невиробничого характеру 4.Оплата ремонтно-сервісних послуг 5.Офісно-господарські витрати 6.Представницькі витрати 7.Канцелярські витрати 8.Витрати на службові відрядження. 9. Орендні платежі за землю		
Усього		
Експлуатаційні витрати [1 +11] (без матер. витрат і амортизаційних відрахувань)		
III. Маркетингові витрати (по 4-му року експлуатації ремонту)		
Усього накладних витрат на реалізовану продукцію (без врахування амортизації і оплати персоналу)		

У зв'язку з тим, що амортизаційні відрахування в подальшому беруть участь у формуванні сукупного чистого грошового потоку, їх виділяють із складу загальнозаводських накладних витрат і розраховують окремим рядком

відповідно до первісної вартості інвестицій в основний капітал, застосовуваними методами нарахування амортизації, ставками, встановленими основними положеннями амортизаційної політики держави і законодавства про оподаткування. Теж саме стосується і нематеріальних активів, а також і капіталізованих виробничих витрат, які підлягають амортизації.

Нарахування амортизації буде проводитися з 1 -го року експлуатації проекту ( в досліджуваному проекті - 3-й рік інвестиції ).

Таблиця 21

Рік інвес-т.	Вид активу	Норма амарт., %	Первісна вартість тис.умовн.гро ш.од.	Аморт. відрахування умовн.гроц.од.	Усього аморт.відрахувань за рік
1	Будівлі і споруди Машини і устаткування (з основного виробництва) Машини і устаткування (пов'язані із заходами щодо захисту навколишнього середовища) Нематеріальні активи				
2	Будівлі і споруди Машини і устаткування (з основного виробництва) Машини і устаткування (пов'язані із заходами щодо захисту навколишнього середовища) Нематеріальні активи				
3	Будівлі і споруди Машини і устаткування (з основного виробництва) Машини і устаткування (пов'язані із заходами щодо захисту навколишнього середовища) Нематеріальні активи				
4	Будівлі і споруди Машини і устаткування (з основного виробництва) Машини і устаткування (пов'язані із заходами щодо захисту навколишнього середовища) Нематеріальні активи				

Оскільки фінансові витрати також відіграють особливу роль в розрахунку фінансових показників по проекту, при прогнозуванні накладних витрат вони також будуть розраховуватися окремо.

## **VIII Проектування використання трудових ресурсів**

Восьмий етап розробки бізнес-плану присвячений плануванню трудових ресурсів, тобто потребі в них і витратах, пов'язаних з їх використанням.

Визначення потреби в персоналі по категоріях і функціях необхідно для розробки детального штатного розкладу, а також для розрахунку загальних витрат для утримання керівників, службовців і робітників.

Оцінюючи потреби в робочій силі обов'язково враховуються: вибрана технологія, наявність робочої сили в районі діяльності, змінні рівні продуктивності праці, а також розроблена організаційна структура.

Штатний розклад доцільно складати диференційовано по підрозділах. Тоді по проекту в цілому штатний розклад можна отримати простим сумуванням окремих штатних розкладів.

Щоб спростити саму розробку штатного розкладу по проекту, а також майбутню оцінку експлуатаційних витрат, які відносяться до цих ресурсів, доцільно розділити перелік потреб в трудових ресурсах на ті, що мають відношення до змін у виробництві (тобто ті, що породжують змінні витрати), і потреби постійного характеру.

Використовуючи вихідну інформацію 110 проекту, а також розроблені на 5-му етапі організаційну схему структуру підприємства, складіть штатний розклад по адміністративно-управлінському персоналу, оплату якого слід умовно віднести до постійних витрат, а потім по виробничому персоналу, оплата якого формує ( умовно ) змінну і постійну складову витрат.

*Таблиця 22*

### **Штатний розклад адміністративно-управлінському персоналу (прогноз на рік)**

УМОВН.ГРОШ.ОД.

Функція (посада)	Кількість працівників	Оклад на місяць	Усього витрати по посадових укладах
Усього по			



**Штатний розклад по виробничому персоналу  
(прогноз на 1-й рік реалізації проекту)**

Функція (посада)	Кількість працівників	Оклад на місяць, середня зарплата	Усього витрат
Усього			

Оцінюючи витрати на заробітну плату і оклади, слід відповідно до діючого законодавства передбачити обов'язкові платежі, пов'язані з оплатою персоналу, а також додаткові виплати, які передбачаються із фонду оплати праці ( див. вихідну інформацію по проекту).

Зважаючи на розподіл названих витрат на прямі і непрямі, рекомендується повні витрати по оплаті і персоналу розраховувати також диференційовано з додатковим їх розмежуванням на постійні і змінні складові.

Таблиця 24

**Оцінка витрат на персонал  
(прогноз на непрямі витрати, пов'язані з утриманням адміністративне -  
управлінського персоналу)**

Умовн. грош. од.

Показник	Величина показник на місяць	Величина показника по рік	Ут.ч.	
			змінна частина	постійна частина
1 .Витрати на посадові оклади				
2.Відрахування на державне пенсійне і соціальне страхування				
3.Відрахування в державний фонд сприяння зайнятості				
4.Відрахування у фонд ліквідації наслідків аварії на ЧАЕС				
5. До даткові виплати із фонду оплати праці				
Усього				

Оцінка витрат на виробничий персонал ( прямих трудових витрат )також здійснюється диференційовано за змінними і постійними складовими і окрема по 3 року реалізації проекту і 4-го.

Таблиця 25

**Оцінка витрат на виробничий персонал (прямих трудових витрат )**

Показник	Величина показника в місяць	у т.ч.			Величина показника на рік	у т.ч.	
		змінна частина	постійна частина			змінна частина	постійна частина
Прогноз на 3-й рік реалізації проекту							
1. Втрата на посадові оклади.							
2. Відрахування на державне пенсійне і соціальне страхування							
3. Відрахування до фонду сприяння зайнятості							
4. Відрахування до фонду ліквідації наслідків аварії на ЧАЕС							
Усього							
Прогноз на 4-й, 5-й, 6-й рік реалізації проекту							
1. Витрати на посадові оклади							
2. Відрахування на державне пенсійне і соціальне страхування							
3. Відрахування до фонду сприяння зайнятості							
4. Відрахування							
Усього							

Маючи отримані розрахунки з оцінки витрат, пов'язаних з утриманням персоналу (табл.25) і прогнозними показниками виробничої програми (табл.17), можна здійснити перевірочний розрахунок на спроможність обґрунтування залучення трудових ресурсів з точки зору досягнення нормативних вимог обраної технології і її технологічного наповнення ( табл. 18).

*Таблиця 26*

**Порівняльний розрахунок прогнозної трудоемності обраної технології виробництва (по 3 і 4 рокам реалізації проекту)**

Трудомісткість нормативна	Основна зарплата у год/рік	Обсяг вир-ва, т/рік	Трудомісткість прогнозована год, тонн	Відхилення
3-й рік реалізації проекту				
Цех виробництва порошків харчових				
Цех виробництва паст і пюре				
Цех виробництва соків				
4-й рік реалізації проекту				
Цех виробництва порошків харчовик				
Цех виробництва паст і пюре				

Зробіть висновки по одержаних в табл.26 розрахунках, при необхідності.

## **ІХ. Розробка графіка реалізації проекту**

Етап реалізації проекту (9-й етап) охоплює період від прийняття рішення про інвестування до початку комерційного виробництва.

Основна мета етапу - визначення технічних і фінансових наслідків різних стадій реалізації проекту для забезпечення достатньої фінансової підтримки до і після початку виробництва. По суті, на цьому етапі здійснюється планування і складання бюджету реалізації проекту, описуються основні робочі завдання і основні обмеження, які впливають на виконання проекту.

Між моментом прийняття інвестиційного рішення і початком виробничої діяльності необхідно здійснити перед експлуатаційні заходи, такі як: створення виконавче -координуючої структури проекту, юридичне створення підприємства, фінансове планування, організаційна робота, придбання і передача технології, основне проектування, визначення підрядників, ведення ділових переговорів, укладення контрактів і договорів, орендування землі і підготовка ділянки, будівельні роботи, установка обладнання, придбання матеріалів та інших предметів постачання, перед виробничий маркетинг, задача підприємства в експлуатацію, пуск і початкове виробництво. В логічній послідовності заходів, пов'язаних з реалізацію проекту, слід знайти місце навчанню спеціалістів виробничих цехів, служби технічного обслуговування, адміністративно-управлінського апарату, які плануються до здійснення виробничої діяльності.

Найбільш критичною стадією на період здійснення проекту є задача підприємства в експлуатацію, яка охоплює такі види робіт:

- перед експлуатаційні перевірки;
- пробні пуски;
- експлуатаційні випробовування;
- приймання.

Як у графіку реалізації проекту, так і в бюджеті реалізації для цієї стадії слід залишати особливе місце, оскільки недооцінка названих робіт може поставити під загрозу зриву проект і суттєво вплинути на економічні і фінансові показники інвестицій. Виходячи із даних інформаційного забезпечення, а також табл. 15 і 19,

далі по формі табл.27, проведіть оцінку повних інвестиційних витрат з врахуванням планованих джерел їх фінансування (місцевих та іноземних ) по укрупнених групах.

Таблиця 27

**Схема здійснення інвестиційних витрат в часі і по потоках**

тис.умов.грош.од.

Показники	Роки					усього	у т.ч. інвест. грош. потік
	1-Й			2-Й	3-Й		
	грош. потік	мат., потік	немат. потік	грош. потік	грош. потік		
1.Перед інвестиційні дослідження і підготовчі роботи							
2.Освоєння ділянки							
3.Будівлі і споруди							
4.Будівельно-монтажні роботи							
5.Технологія							
6. Машини, обладнання							
7.Оснащення заходів щодо захисту навколишнього середовища							
8. Підготовка кадрів							
9. Накладні витрати, пов'язані з освоєнням капітальних							
10.Обігові кошти							
Усього							

## **Х. Фінансовий аналіз. Вибір джерел фінансування. Оцінка ефективності інвестицій**

На 10-му етапі розробки бізнес-плану проекту прямих інвестицій проводиться фінансовий аналіз, вибір джерел фінансування і оцінка інвестиції, що проектується.

З фінансової і економічної точок зору інвестування може бути визначено як довгострокове вкладення економічних ресурсів з метою створення і отримання у майбутньому чистого прибутку (в сукупності перевищуючий загальну початкову величину інвестицій за термін експлуатації проекту). Головний аспект цього вкладення – перетворення фінансових ресурсів у

виробничі активи, які представляються інвестиціями в основний капітал і чистим обіговим капіталом.

Фінансовий аналіз органічно вписується у процеси розробки стратегії проекту, технічні дослідження і проекти пропозиції, по суті визначаючи економічні межі проекту, визначенні наслідками стратегічних чи тактичних рішень.

Технологічно фінансовий аналіз на стадії проектування передбачає аналіз фінансового стану підприємства, що прогнозується, доходів і витрат, оцінки ефективності.

Основою для оцінки інвестиційного проекту є оцінка витрат. Підготовка оцінки витрат вже виконана на попередніх етапах як за центрами витрат, так і за фазами проекту: передінвестиційній, інвестиційній частинах (табл.27), і експлуатаційній (табл. 7,10,16,20,1,24,25).

Для оцінки повних витрат, наприклад, на реалізовану продукцію необхідно визначити витрати фінансування, які відносяться до непрямих витрат. З цією метою передусім необхідно на основі вихідної інформації по проекту скласти таблицю можливих джерел фінансування проекту.

## Джерела фінансування

Джерела фінансування	Сума, тис.ум.од	Умови фінансування
1.Акціонерний капітал ( місцевий інвестор)		у вигляді матеріальних активів нематеріальних активів грошових коштів дивіденди на вкладений капітал з ..року
2. Акціонерний капітал (іноземний інвестор )		дивідендина вкладений капітал з року інвестиції
3.Кредитні ресурси Кредит банку		На 10 років під річних з виплатою з року і поверненням кредиту на суму році з додатковою виплатою





Використовуючи інформацію табл. 30 слід скласти схему повернення вкладених грошових коштів у межах горизонту планування (табл.29), яка дозволяє оцінити шанси як місцевого, так і іноземного інвестора повернути вкладено грошові кошти і отримати певний дохід за умови успішної реалізації проекту.

У цій же табл. 29 розраховується, виходячи із умово тримання кредиту, розмір щорічного платежу по відсотках за кредит і сум, які повертаються банку згідно з кредитним зобов'язанням.

По запропонованих формах табл. 30 узагальніть всю попередньо розраховану інформацію про елементи витрат на реалізовану продукцію і розділіть їх за змінною і постійною складовими.

*Таблиця 29*

**Схема повернення вкладених грошових коштів в межах горизонту проектування**

Показники	Роки						Усього
	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й	6-й	
1. Повернення вкладень грошових коштів місцевого інвестора(умовно)							
2. Дивіденди місцевого інвестора							
Усього повернення грошових коштів місцевого інвестора							
3. Повернення вкладень грошових коштів вів іноземного інвестора(потенційно)							
4. Дивіденди іноземного інвестора							
Всього повернення грошових коштів іноземного інвестора							
5. Кредит місцевому банку							
6. Відсотки по кредиту							
7. Кредиторська заборгованість постачальнику							
Всього повернення грошових коштів місцевому банку							

## Повні річні витрати на реалізовану продукцію

тис.умовн.грош.од.

Статті витрат	Викор. виробн. потужност. Взято із табл.	Виробництво по роках		
		3-й	4-й і 5-й	
		Використ..виробу потужності		
1.Сировина А 2.Сировина В 3.Сировина С 4.Допоміжні виробничі матеріали 5 .Покупні комплектуючі вироби і напівфабрикати 6.Витрачені запчастини 7.Втрати у межах норм природного убутку	№9			
Усього матеріальних затрат				
8.Оплата праці ( прямі витрати ) 9.Обов'язкові платежі по зарплаті 10.Додаткові виплати із фонду оплати праці	№25 №25			
Усього заводських затрат	№20 №20 №24			
11 .Загальнозаводські накладні витрати заводські витрати 12. Адміністративні накладні витрати				
Експлуатаційні витрати	№20			
13 .Амортизація 14.Фінансові витрати	№ 29			
Повні виробничі витрати				
15.Маркетингові витрати витрати на реалізовану продукцію	№7 №20			

При аналізі інвестиційних витрат слід ретельно перевіряти чи враховані належним чином в оцінках витрат потреби в первісному обіговому капіталі, а також зміни, які можуть виникнути під час експлуатації підприємства, оскільки недооцінка цієї обставини може стати причиною кризи платіжності з одного боку, і необ'єктивної оцінки ефективності інвестицій, з іншого боку.

На цьому ж етапі розрахунків визначається розмір «чистого обігового ( або «чистого» робочого ) капіталу», який являє собою різницю між потребою в обіговому капіталі і короткостроковими зобов'язаннями.

Потреба в обіговому капіталі розраховується за елементами на основі вихідних даних по проекту і табл. 30. При цьому слід враховувати, що аналітичне величина потреби обраховуються як частка від ділення повних витрат по відповідній статті на обіговість активу в разях, яку звичайно розраховують діленням періоду часу ( відповідно 360, 180, 90 днів) на кількість днів покриття, наведених в інформаційному забезпеченні.

Необхідно враховувати, що потреба в обіговому капіталі під незавершене виробництва розраховується на основі заводських витрат, а під запас готової продукції - на основі експлуатаційних витрат.

В фінансовій практиці часто для цілей бізнес - планування потреба в касовій готівці визначається на основі витрат на оплату робочої сили, загальнозаводських і адміністративних заводських витрат, а також прямих маркетингових витрат за період ( або експлуатаційних витрат мінус матеріальні витрати (непрямі маркетингові витрати).

Таблиця 31

**Повна потреба в чистому обіговому капіталі**

Вид активу	Взято з таблиці	Обіговість, разів	Будівництво 1 р. 2 р.	Виробництво по роках			
				3-й	4-й	5-й	6-й
1. Товарно-матеріальні	13						
1.1 Сировина А							
1.2 Сировина В							
1.3 Сировина а С							
1.4 Допоміжні виробничі матеріали	28						
1.5 Запчастини	28						
1.6 Незавершене виробництво	28						
1.7 Готова продукція	28						
2. Дебіторська заборгованість	28						
3. Грошові кошти на р/р	28						
4. Чистий обіговий капітал							
5. Кредиторська заборгованість							

Головним інструментом оцінки ефективності інвестиційних проектів є аналіз сукупного чистого грошового потоку в зв'язку з реалізацією інвестицій, який базується на графіках потоків реальних грошей за досліджуваний період.

Однак попередньо необхідно скласти прогнозний звіт про фінансові результати від діяльності підприємства - реципієнта, тобто підприємства, в діяльність якого вкладаються інвестиційні кошти. Даний звіт відрізняється від звіту про потік реальних грошей, оскільки він відображає доходи і витрати підприємства (а не надходження і виплати) за певний час.

Звіт про фінансові результати пов'язаний з проєктованим балансовим звітом, оскільки обрахований річний чистий прибуток ( або збиток ), відображений у звіті, підвищує (або знижує) добробут підприємства.

Керуючись посиланнями на інформацію в раніше заповнених таблицях, а також запропонованій формі табл. 32, розрахуйте необхідні показники і проаналізуйте їх.

Таблиця 32

**Звіт про фінансові результати  
від діяльності підприємства реципієнта.( прогноз )**

тис.умовн.грош.од.

Показники	Взято із табл	Виробницт. по роках			
		3-й	4-й	5-й	6-й
1. Валовий дохід ( повний дохід)	№3				
1.1 Надходжень від продажів	№12				
1.2 Інші доходи (у зв'язку із заходами щодо охорони навколишнього середовища)	№30				
2. Валовий дохід (повний дохід) без ПДВ	№12				
1.1. Надходження від продажів					
1.2. Інші доходи					
3. Змінні витрати (вир-во)					
5. Зміщений прибуток 2-3-4					
6. Постійні витрати (без фінансових витрат)					
7. Операційний прибуток					
8. Фінансові витрати	№28				
9. Оподатований прибуток					
10. Податок на прибуток	№28				
11. Чистий прибуток 9-10					
12. Виплата дивідендів ( з податками)					
13. Нерозподілений чистий прибуток					
14. Показники рентабельності:					
14.1 Рентабельність продажу					
[ЧП/продаж]					
14.2 Фінансова рентабельність					
[ЧП/АК]					
14.3 Рентабельність інвестиції					
[(ЧП+ФВУВ)]					
14.4 Рентабельність витрат					
[ЧП\ повні витрати]					

В табл. 33 наведено інтегрований потік реальних грошових коштів, пов'язаний з інвестицією і складається з інвестиційних і фінансових потоків в передінвестиційний, інвестиційний і експлуатаційний періоди реалізації проекту.

Таблиця 33

**Платіжний календар інвестиційного проекту (прогноз)**

Показники	Роки					
	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й	6-й
Операційна діяльність						
1.Надходження (притік коштів)						
1.1 Від продажу						
1.2 Інші доходи						
Усього надходжень						
2-Виплати (відтік коштів)						
2.1 Витрати на реалізовану продукцію(без фінансових витрат)						
Інші витрати (по охороні навколишнього середовища)						
2.3 Приріст поточних активів						
3.Приток інвестиційних коштів Інвестиційні грошові вкладення						
4.Відтік (інвестиційні витрати)						
Показники	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й	6-й
Операційна діяльність						
5.Приток грошових коштів						
5.1 Кредит банку (довгостр.)						
5.2 Короткостр. заборгованість						
6.Відтік грошових коштів						
6.1 Повернення кредиту						
6.2 Погашення КЗ						
6.3 Повернення ГК іноз.інвестора						
6.4 Повернення ГК місц.інвестора						
6.5 Виплата відсотків за кредит						
Грошові кошти на початок року						
Грошові кошти на кінець						

Використовуючи запропоновану форму табл.33, складіть платіжний календар інвестиційного проекту, зробіть висновки про стан платоспроможності підприємства за досліджуваний період.

Вирішальним критерієм прийняття інвестиційного рішення, що має перевагу над усіма іншими, пов'язаними з проектом діловими цілями, є фінансова здійсненність проекту, тобто гарантія того, що фінансовий прибуток на сукупний інвестований і оплачений акціонерний капітал досить високий.

Концептуально оцінка фінансової здійсненності інвестиційного проекту полягає у порівнянні вкладених інвестиційних фінансових коштів і сукупних чистих грошових потоків від інвестиції з врахуванням фактора зміни ціни грошей у часі.

Найчастіше у практиці оцінки ефективності інвестиційних проектів використовуються метод чистої теперішньої вартості (метод чистого дисконтованого доходу - метод NPV) і метод ставки внутрішньої норми доходності (метод дисконтованого потоку реальних грошей - метод IRR).

Методично показник NPV обраховується як різниця між дисконтованою вартістю сукупних грошових потоків від інвестиції у межах горизонту планування і дисконтованою вартістю повних інвестиційних витрат, а саме:

$$NPV = \sum_{t=1}^T \frac{mZ_t(t)}{r \cdot (1+q)^t} - \sum_{j=1}^n \frac{I_j(t)}{(1+q)^j}$$

де ДГП; (t) - чистий грошовий потік від інвестиції в і-му періоді; ІЗ (t)

- інвестиційні витрати в j-му періоді;

T- період життя інвестиції;

n - період інвестування;

q - норма дисконту.

Норма дисконту q по суті повинна відображати можливу вартість капіталу, яка відповідає можливому прибутку інвестора при альтернативних вкладеннях капіталу, якщо припустити, що фінансові ризики у порівнюваних інвестиціях однакові. Тобто є мінімальною нормою прибутку, нижче якої підприємець вважав би інвестиції не вигідними для себе.

Якщо це співвідношення розраховуються не як різниця, а як частка від ділення

$$I = \frac{NPV(+) + NPV(-)}{\frac{\sum_{t=1}^T \frac{ДП_t(t)}{(1+q)^t}}{\sum_{j=1}^n \frac{ІЗ_j(t)}{(1+q)^j}}}$$

то може бути отриманий показник індексу доходності(прибутковості, якщо в оцінку включається лише чистий прибуток).

Природно, що проект може бути прийнятним, якщо NPV має найбільше позитивне значення із розглянутих альтернатив, а ІД - найбільше значення, яке перевищує одиницю.

Незважаючи на деякі недоліки, метод IRR використовується при оцінці ефективності проекту, але найчастіше у фінансовій практиці він використовується у спряженому плануванні інвестиційних потреб і фінансових можливостей при формуванні інвестиційної програми.

По суті справи показник IRR являє собою норму дисконту, для якої дисконтова на вартість чистих надходжень від інвестицій дорівнює дисконтованій вартості інвестицій і NPV=0. Звичайно розрахунок IRR проводиться методом ітерації, розраховуючи NPV при різних значеннях дисконтної ставки, наближаючи NPV до нуля.

Якщо позитивні і негативні значення NPV близькі до нуля, то можна отримати цілком прийнятну апроксимацію величини ІКК за допомогою такої формули лінійної інтерполяції:

$$IRR = q(+) +$$

де NPV(+) позитивне значення NPV при меншій нормі дисконту q(+)

NPV(-) - негативне значення NPV при більшій нормі дисконту q(-).

Проект умовно можна вважати як прийнятний, якщо його IRR. перевищує мінімальну за уявленням інвестора норму прибутку на вкладений капітал.

Як попередній можна використовувати при фінансовій оцінці інвестицій метод періоду окупності, який передбачає оцінку періоду часу, необхідного для

повернення інвестору початкових інвестиційних затрат шляхом накопичених чистих потоків реальних коштів від реалізації проекту.

$$I_k - \sum_{i=1}^k \frac{C_i}{(1+q)^i} - K^f \Delta \Pi, (f \text{ де } K - \text{ кількість періодів})$$

Використовуючи розраховані показники повної інвестиційної і експлуатаційної діяльності по проекту, розрахуйте показники ефективності проекту у довільній формі або по запропонованій в табл. 39 і 40), складіть узагальнюючу таблицю оцінки, зробіть висновки по розрахованих показниках і внесіть відповідні пропозиції щодо поліпшення показників, якщо одержані не задовольняють Вашому уявленню про необхідний рівень ефективності проекту.

Таблиця 34

**Розрахунок ефективності інвестиційного проекту (метод NPV)**

тис.умовн.грош.од.

Показники	Роки					
	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й	6-й
1. Інвестиційні витрати						
Норма дисконту						
Дисконтний множник						
Теперішня вартість інвест.витрат						
2. Чистий прибуток						
Амортизаційні відрахування						
Сукупний чистий грошовий потік						
Норма дисконту						
Теперішня вартість сукупного чистого грошового потоку						
3. Дисконтгована сума інвестиційних затрат						
4. Дисконтгована сума сукупного чистого грошового потоку						
5. №У (п.4 - п.3)						

Таблиця 35

**Розрахунок ставки внутрішньої норми**



## доходності інвестиційного проекту

тис.умовн.грош.од.

Показники	Роки					
	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й	6-й
1. Інвестиційні витрати						
Норма дисконту						
Дисконтний множник						
Теперішня вартість інвест.витрат						
2. Чистий прибуток						
Амортизаційні відрахування						
Сукупний чистий грошовий потік						
Норма дисконту						
Теперішня вартість сукупного чистого грошового потоку						
3. Дисконтгована сума інвестиційних затрат						
3. Дисконтгована сума сукупного чистого грошового потоку						
4. №У (п.4 - п.3)						

Використовуючи вихідну інформацію з проекту розраховані показники, визначте вартість капіталу, передбачуваного до використання для інвестиції, зважаючи на те, що його значення визначається як сума вартостей джерел фінансування проекту, зважених на їх питому вагу в сукупному інвестиційному капіталі. На розглянутому етапі, як правило, проводиться розрахунок основних фінансових і економічних показників, які характеризують інвестиційну привабливість підприємства - реципієнта.

За формою табл.36 розрахуйте необхідні показники і проаналізуйте їх зміни у межах горизонту планування. Опишіть можливі причини їх змін і внесіть пропозиції щодо їх поліпшення, якщо виявляться негативні тенденції.

*Таблиця 36*

**Розрахунок прогнозованих значень фінансових показників по проекту**

Показники	Роки											
	1-й		2-й		3-й		4-й		5-й		6-й	
	Значення	Відхилення	Значення	Відхилення	Значення	Відхилення	Значення	Відхилення	Значення	Відхилення	Значення	Відхилення
1. Коефіцієнт співвідношення довгострокових залучених коштів і акціонерного капіталу 2. Коефіцієнт співвідношення довгострокових залучених коштів і власного капіталу 3. Коефіцієнт покриття (поточна ліквідність) 4. Коефіцієнт співвідношення між з та Кз 5. Показники економічної ефективності 5.1 6. Рентабельність продажу 5.2 7. Рентабельність інвестицій 8. Коефіцієнт ділової активності												

Завершуючи останній етап і розробку бізнес-плану інвестиційного проекту в цілому, необхідно здійснити аналіз беззбитковості, метою якого є визначення точки рівноваги між надходженням від продажу і витратами на реалізовану продукцію.

При розрахунку названої точки рівноваги необхідна дотримуватися таких умов і припущень:

- витрати виробництва і маркетингу є функцією обсягу виробництва або продажу;
- обсяг виробництва дорівнює обсягу продажу;
- постійні експлуатаційні витрати однакові для будь-якого обсягу виробництва в релевантному періоді;

- питомої зміні витрати в релевантному періоді постійні, отже, повні витрати виробництва змінюються пропорційною його обсягу;
- ціни продажу ка реалізовану продукцію (групу) незмінні в релевантному періоді, отже, загальна вартість продажів лінійною функцією від цін і кількості реалізованої продукції;
- точка беззбитковості розраховується для одного продукту або для номенклатури з постійними кількісними співвідношеннями випущених продуктів. Використовуючи табл.42, розрахуйте точки беззбитковості за сукупним продажам по проекту і по окремих продуктах. Дайте оцінку отриманим показникам, порівняйте з прогнозними обсягами продажу і виробництва, зробіть висновки і при необхідності внесіть корегуючі пропозиції.

Таблиця 37

**Аналіз беззбиткової діяльності підприємства**

Рік	Місцеві продажі			Експортні продажі			Повні надходження (грош.од.)
	Обсяг продажу	Ціна за 1т	Надходження (грош.од.)	Обсяг продажу	Ціна за 1т	Надходження (грош.од.)	
Продукт: Порошки харчові							
1.							
2.							
3.							
4.							
Продукт: Паста і пюре							
1.							
2.							
3.							
4.							
Продукт: Соки фруктові-ягідні							
1.							
2.							
3.							

## ГЛОСАРІЙ

**Амортизаційна вартість облігацій** – залишкова номінальна вартість облігацій на поточну дату, яка утворилась у результаті поступового зменшення (амортизації) номінальної вартості облігацій відповідно до умов їх випуску.

**Амортизаційне погашення кредиту** – це поступове повернення кредиту однаковими внесками, які включають сплату частки боргу та відсотки за кредит, упродовж усього терміну дії кредитної угоди.

**Амортизаційні відрахування** – поступове віднесення витрат на придбання, виготовлення, поліпшення необоротних та нематеріальних активів.

**Амортизація** – поступове віднесення витрат на придбання, виготовлення або поліпшення основних фондів і нематеріальних активів.

**Амортизована собівартість фінансової інвестиції** – собівартість фінансової інвестиції з урахуванням часткового її списання внаслідок зменшення корисності, яка збільшена (зменшена) на суму накопиченої амортизації дисконту (премії).

**Аналіз беззбитковості проекту** – це аналіз, у якому визначаються точки рівноваги, в яких надходження від продаж дорівнюють витратам на продану продукцію.

**Аналіз ділової активності** – це аналіз, який дає змогу проаналізувати ефективність основної діяльності підприємства, що характеризується швидкістю обертання фінансових ресурсів підприємства.

**Аналіз інвестиційної діяльності** – це зіставлення витрат на здійснення інвестиційної діяльності та вигод, які будуть отримані від її реалізації.

**Аналіз ліквідності підприємства** – це аналіз за даними балансу, який дає змогу визначити спроможність підприємства сплачувати свої поточні зобов'язання.

**Аналіз платоспроможності (фінансової стійкості) підприємства** – це аналіз, який здійснюється за даними балансу підприємства та характеризує структуру джерел фінансування ресурсів підприємства, ступінь фінансової стійкості та незалежності підприємства від зовнішніх джерел фінансування діяльності.

**Аналіз рентабельності підприємства** – аналіз, який дає змогу визначити ефективність вкладання коштів у підприємство та раціональність їх використання.

**Аналіз сценаріїв розвитку проекту** – аналіз, який дає змогу оцінити вплив на проект можливої одночасної зміни декількох змінних через вірогідність кожного сценарію.

**Аналіз фінансових результатів діяльності підприємства** – це дослідження динаміки та структури фінансових результатів його діяльності, дає змогу визначити фактори, що вплинули на формування величини чистого прибутку (збитку) підприємства.

**Аналіз чутливості проекту** – це аналіз, за допомогою якого можна показати: як змінюється чистий прибуток або прибутковість інвестицій при різних значень заданих перемінних (питомої ціни продажу, питомих витрат, обсягу продаж та ін.).

**Ануїтет (фінансова рента)** — це однакові грошові потоки, що здійснюються з однаковою періодичністю.

**Бюджет інвестиційного проекту (капітальний бюджет)** – це бюджет (план) придбання, заміщення або створення необоротних активів та джерел їх фінансування.

**Бюджетування інвестиційного проекту** – процес складання та управління фінансовим планом інвестиційного проекту.

**Валові реальні інвестиції** – інвестиції, які відрізняються від «чистих» на величину одноразових витрат, які забезпечують просте відтворення.

**Вартість інвестиційна** – це ціна інвестованого капіталу, обчислена за очікуваними інвестором доходами та конкретною ставкою їх капіталізації.

**Вартість інвестиційних ресурсів (капіталу)** – це необхідна ставка доходу, яку має мати фірма, щоб покривати витрати для залучення капіталів на ринку.

**Вартість капіталу** – витрати на залучення капіталу з різних джерел, тобто сума коштів, які підприємство має регулярно виплачувати.

**Вартість капіталу від залучення боргових ресурсів** – вартість, яка визначається з урахуванням: терміну користування позичкою; заходу, що кредитується; забезпечення своєчасності розрахунків позичальника за раніше одержаними позиками та ступеня ризику та ін.

**Внутрішня норма дохідності** – це ставка дисконту, використання якої забезпечило б рівність поточної вартості очікуваних грошових відтоків та поточної вартості очікуваних грошових припливів від реалізації інвестиційного проекту.

**Внутрішня норма дохідності проекту** – це ставка дисконту, використання якої забезпечило б рівність поточної вартості очікуваних грошових відтоків та поточної вартості очікуваних грошових припливів.

**Державний інвестиційний кредит** – це кредит, який надається на фінансування капітальних вкладень виробничого призначення шляхом надання бюджетних позик безпосередньо міністерствам та відомствам, іншим державним органам виконавчої влади для фінансування підприємствами, організаціями та об'єднаннями через банківські установи об'єктів на конкурсній основі за пріоритетними напрямками економіки України.

**Державні капітальні вкладення** – інвестиції, спрямовані на створення і відновлення основних фондів, джерелом фінансування яких є кошти державного бюджету, державних підприємств та організацій, а також місцевих бюджетів.

**Дериватив** – це стандартний документ, що засвідчує право та/або зобов'язання на придбання або на продаж базового активу (цінні папери) на визначених ним умовах у майбутньому.

**Дисконтні облігації** – облігації, що розміщуються за ціною, нижчою ніж їх номінальна вартість.

**Дисконтування** – це рух вартості від майбутньої до поточної.

**Довгострокові зобов'язання** – це зобов'язання, які не виникають під час нормального операційного циклу та будуть погашені після 12 місяців з дати зарахування на баланс.

**Ефект виробничого левериджу (або ефект операційного важеля)** – це явище, за якого зміна виручки від реалізації продукції та послуг істотно впливає на зміну прибутку.

**Ефект фінансового левериджу** – показник, що характеризує рівень додатково генерованого прибутку на власний капітал за різної частки використання боргових коштів.

**Знос (знецінення)** – це втрата вартості майна порівняно з вартістю нового майна.

**Знос фізичний** – знос, зумовлений частковою або цілковитою втратою первісних технічних та технологічних якостей об'єкта оцінки.

**Знос функціональний** – знос, зумовлений частковою або повною втратою первісних функціональних (споживчих) характеристик об'єкта оцінки.

**Інвестиції** – грошові, майнові та інтелектуальні цінності, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності з метою отримання прибутку від цієї діяльності (у вигляді відсотків, роялті, дивідендів та орендних доходів або приросту капіталу) або досягнення соціальної вигоди.

**Інвестиційна вартість** – це конкретна вартість об'єкта, що оцінюється, для конкретного інвестору, виходячи з його особистих інвестиційних цілей.

**Інвестиційна діяльність (інвестування)** – це сукупність практичних дій громадян, юридичних осіб та держави щодо реалізації інвестицій.

**Інвестиційна діяльність банку** – це операції, в яких банк виступає ініціатором вкладання власних коштів у фінансові інструменти та необоротні активи з метою диверсифікації активних операцій, розширення джерел отримання додаткового доходу та підтримки ліквідності балансу.

**Інвестиційна кредитоспроможність позичальника** – це можливість погашення інвестиційного кредиту в результаті успішної реалізації інвестиційного проекту.

**Інвестиційна привабливість галузей** – це інтегральна характеристика окремих галузей економіки з позицій перспективності розвитку, дохідності інвестицій та рівня галузевих інвестиційних ризиків.

**Інвестиційна стратегія** – це процес формування інвестором системи довгострокових цілей інвестиційної діяльності та вибір найефективніших шляхів їх досягнення.

**Інвестиційне кредитування** – це кредитування прямих інвестиційних заходів або реальних інвестицій (вкладень в основний капітал та на приріст матеріально-виробничих запасів).

**Інвестиційне проектування** – це розробка комплексу технічної документації, яка включає в себе техніко-економічне обґрунтування (креслення, пояснювальні записки, бізнес-план та інші потрібні документи) проектів.

**Інвестиційний аналіз, або аналіз інвестиційного проекту** – зіставлення витрат на здійснення інвестиційного проекту та вигод, які будуть отримані від його реалізації.

**Інвестиційний клімат** – це сукупність політичних, правових, економічних та соціальних умов, що забезпечують та сприяють інвестиційній діяльності вітчизняних та іноземних інвесторів.



**Інвестиційний кредит** – економічні відносини між кредитором і позичальником стосовно фінансування інвестиційних заходів на засадах повернення і, зазвичай, з виплатою відсотка.

**Інвестиційний менеджмент** – це система принципів та методів розробки та реалізації управлінських рішень, пов'язаних зі здійсненням різних аспектів інвестиційної діяльності.

**Інвестиційний проект** – це системно обмежений і довершений комплекс заходів, документів і робіт, фінансовим результатом якого є дохід, матеріально-речовим результатом – нові або реконструйовані основні фонди (комплекси об'єктів), або придбання та використання фінансових інструментів чи нематеріальних активів з наступним отриманням доходу чи соціального ефекту.

**Інвестиційний ринок** (ринок інвестицій та ринок інвестиційних товарів) – це сукупність економічних відносин, які складаються між продавцями та споживачами інвестиційних товарів та послуг, а також об'єктів інвестування в усіх його формах.

**Інвестиційний цикл** – це період часу від ідеї до випуску продукції, який включає розробку та реалізацію інвестиційного проекту, і який охоплює три фази: передінвестиційну (попередні дослідження до остаточного прийняття інвестиційного рішення); інвестиційну (проектування, укладання договорів, підяду, будівництво); виробничу (етап експлуатації знову створених об'єктів).

**Інвестиційні ресурси** – це ресурси суб'єкта інвестиційної діяльності у фінансовій, матеріальній, нематеріальній або трудовій формах, що формуються для реалізації їх інвестиційної діяльності.

**Інвестор** – юридична (фізична) особа, яка приймає рішення про вкладення власних, позикових або залучених коштів у формі капіталовкладень в об'єкти будівництва.

**Індекс рентабельності інвестицій** – це відносна величина, яка характеризує дохідність інвестицій.

**Інновації** – це новостворені або вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і соціальної сфери.

**Інноваційна діяльність** – це діяльність, спрямована на використання та комерціалізацію результатів наукових досліджень і розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів та послуг.

**Інноваційна продукція** – це нові конкурентоспроможні товари чи послуги.

**Інноваційне підприємство** – це підприємство (об'єднання підприємств) будь-якої форми власності, якщо більш ніж 70 відсотків обсягу його продукції (у грошовому вимірі) за звітний податковий період є інноваційні продукти і (або) інноваційна продукція.

**Інноваційний продукт** – результат виконання інноваційного проекту і науково-дослідної та дослідно-конструкторської розробки нової технології чи продукції з виготовленням експериментального зразка чи дослідної партії.

**Інноваційний проект** – це комплекс документів, що визначає процедуру і комплекс усіх необхідних заходів (у тому числі інвестиційних) щодо створення і реалізації інноваційного продукту або інноваційної продукції.

**Іноземний інвестиційний кредит** – це економічні відносини між державами, іноземними банками і фірмами з приводу фінансування інвестиційної діяльності на засадах повернення у певні строки та, зазвичай, з виплатою відсотка.

**Іноземні інвестиції** – це цінності, що вкладаються іноземними інвесторами в об'єкти інвестиційної діяльності відповідно до законодавства України з метою отримання прибутку або досягнення соціального ефекту.

**Інститути спільного інвестування** – суб'єкти інвестиційної діяльності, до яких відносять корпоративний інвестиційний фонд або пайовий

інвестиційний фонд, які провадять діяльність, пов'язану з об'єднанням (залученням) грошових коштів інвесторів з метою отримання прибутку від вкладання їх у цінні папери інших емітентів, корпоративні права та нерухомість.

**Інтелектуальна власність** – право особи на результат інтелектуальної чи творчої діяльності або на інший об'єкт права.

**Капітал** – сукупні фінансові, матеріальні та нематеріальні ресурси, що використовуються на підприємстві.

**Капітал вилучений** – собівартість акцій власної емісії або часток, викуплених товариством у його учасників, та зміни неоплаченого капіталу в результаті збільшення або зменшення дебіторської заборгованості учасників за внесками до статутного капіталу підприємства. Вилучений капітал зменшує величину власного капіталу.

**Капітал вкладений** – кошти, вкладені в активи підприємства в обмін на акції, що становлять частину власного капіталу акціонерного товариства; кошти, вкладені засновниками (учасниками) в активи підприємства.

**Капітал власний** – власні ресурси, що використовуються на підприємстві.

**Капітал залучений** – кошти, залучені підприємством зі сторони.

**Капітал оборотний** – частина продуктивного капіталу, яка переносить свою вартість на новостворену продукцію та повертається до виробника у грошовій формі наприкінці кожного обороту капіталу.

**Капітал позиковий** – грошовий капітал, що надається в позику на умовах повернення та виплати відсотків.

**Капітал резервний** – капітал підприємства, створений відповідно до чинного законодавства та установчих документів за рахунок чистого прибутку.

**Капітал статутний** – зафіксована в установчих документах загальна величина внесків засновників і учасників у майно суб'єкта господарювання (підприємства, організації, установи), необхідна для його заснування та

забезпечення його функціонування. Статутний капітал є джерелом власних коштів підприємства, призначених для формування вагової частки необоротних і оборотних активів.

**Капіталізація** – це визначення величини поточної вартості майбутнього потоку доходів та вигод, одержаних у результаті володіння об'єктами нерухомості.

**Капітальні вкладення** – це витрати на будівництво нових, розширення, реконструкцію та технічне переобладнання наявних основних фондів виробничого та невиробничого призначення.

**Капітальні інвестиції** – це інвестиції, що спрямовуються у будівництво, виготовлення, реконструкцію, модернізацію, придбання, створення необоротних активів (включаючи необоротні матеріальні активи, призначені для заміни діючих, і устаткування для здійснення монтажу), а також авансові платежі для фінансування капітального будівництва.

**Капітальні трансферти** – інвестування капітальних вкладень шляхом переведення іноземної валюти в Україну та передачі права володіння іноземними цінними паперами.

**Коефіцієнт зносу** – це показник, що характеризує частку вартості основних засобів, що її списано на витрати виробництва у попередні періоди.

**Коефіцієнт капіталізації** – це показник, що характеризує відшкодування інвестованого капіталу, яке можливе або шляхом перепродажу об'єкта нерухомості, або шляхом одержання доходу, величина якого забезпечує одержання не тільки відсоткового доходу на капітал, а й поступове його відшкодування за певний період часу.

**Коефіцієнт оновлення основних засобів** – це показник, який характеризує інтенсивність уведення в дію нових основних засобів.

**Коефіцієнт платоспроможності** – співвідношення платіжних засобів включають всі можливі оборотні активи, які перебувають у виробничому процесі

(грошові кошти, дебіторську заборгованість, товари, готову продукцію), до поточних зобов'язань.

**Коефіцієнт фінансового левериджу** – це відношення довгострокових пасивів до власного капіталу.

**Коефіцієнт фінансової стабільності** дорівнює відношенню власного капіталу до залученого.

**Кон'юнктура інвестиційного ринку** – це форма виявлення на інвестиційному ринку загалом, або на окремих його сегментах системи чинників (умов), які визначають співвідношення попиту, пропозиції, цін та конкуренції.

**Кредитний ризик**, або ризик неповернення боргу – це невпевненість кредитора в спроможності боржника при інвестиційному кредитуванні виконати свої зобов'язання за умовами кредитної угоди.

**Ліквідаційна вартість** – становить чисту суму, яка може бути виручена у разі ліквідації цієї фірми.

**Лінійна структура управління проектом** передбачає прямий вплив на виконавців з боку лінійного керівника, який зосереджує в одних руках усі функції керівництва.

**Майбутня вартість грошей** – це вартість грошових коштів, яка буде отримана від їх інвестування через визначений період з урахуванням певної відсоткової ставки.

**Матеріально-технічне забезпечення інвестиційного проекту** – це процес, який включає: систему матеріально-технічного забезпечення проекту; визначення потреби в ресурсах, організацію збалансованості їх обсягів з виробництвом, розміщення замовлень на поставки та здійснення їх у строки, відповідно до вимог безперервності та ритмічності інвестиційного процесу.

**Механізм інвестиційного кредитування** – це сукупність прийомів як конкретних дій з організації кредитного процесу та його регулювання відповідно до принципів банківського інвестиційного кредитування.

**Міжнародна інвестиційна діяльність** – це сукупність практичних дій суб'єктів із вкладання інвестицій за кордон та іноземних інвестицій.

**Моніторинг інвестиційних проектів** – це механізм проведення постійного нагляду та контролю за процесом освоєння інвестицій.

**Об'єкти інвестиційної діяльності** – будь-яке майно, в тому числі основні фонди й оборотні кошти в усіх галузях та сферах народного господарства, цінні папери, цільові грошові вклади, науково-технічна продукція, інтелектуальні цінності, інші об'єкти власності, а також майнові права.

**Обґрунтована ринкова вартість** – це ціна, за якою власність може переходити з рук продавця, який бажає її продати до рук покупця, який бажає її купити, тобто це стартова початкова ціна на ринку.

**Облігація** – цінний папір, що посвідчує внесення його власником грошей, визначає відносини позики між власником облігації та емітентом, підтверджує зобов'язання емітента повернути власникові облігації її номінальну вартість у передбачений умовами розміщення облігацій строк та виплатити дохід за облігацією, якщо інше не передбачено умовами розміщення.

**Оборотні кошти** – це грошові кошти та їх еквіваленти, не обмежені у використанні, а також інші активи, призначені для реалізації чи споживання впродовж операційного циклу чи впродовж дванадцяти місяців з дати балансу.

**Оборотні фонди** – це сировина, конструкції, деталі, виробничі запаси, паливо, МБП, незавершені будівельно-монтажні роботи, витрати майбутніх періодів та ін.

**Паралельний кредит** – це різновид консорціумного кредиту, в якому беруть участь два або більше банків, які самостійно ведуть переговори з позичальником.

**Період використання інвестиційного кредиту** – це строк будівництва або реконструкції об'єкта кредитування.

**Період погашення інвестиційного кредиту** – це період часу, упродовж якого, починаючи із дня введення об'єкту будівництва в дію, позичальник цілком розраховується з банком за кредит за рахунок усіх джерел сплати.

**Пільговий період інвестиційного кредиту** – це строк освоєння виробничих потужностей – період часу з моменту введення підприємства (об'єкта) в експлуатацію до дня досягнення проектних техніко-економічних показників.

**Повна вартість відтворення** – це вартість будівництва, у поточних цінах, точної копії будівлі із використанням таких самих матеріалів, будівельних стандартів, дизайну і такої самої якості робіт (які містять у собі усі недоліки, «невідповідності» та старіння), що й об'єкт оцінки.

**Повна вартість заміщення** – це вартість будівництва у поточних цінах будівлі, яка має еквівалентну користь з об'єктом оцінки, але побудованої із нових матеріалів та відповідно до сучасних стандартів, дизайну та планування.

**Податковий інвестиційний кредит** – це відстрочка сплати податку на прибуток, що надається суб'єкту підприємницької діяльності на визначений строк з метою збільшення його фінансових ресурсів для здійснення інвестиційних (інноваційних) програм із наступною компенсацією відстрочених сум у вигляді додаткових надходжень податку через загальне зростання прибутку, що буде отриманий згідно з чинним законодавством в результаті реалізації інвестиційних програм.

**Портфель інвестиційний** – це сукупність найефективніших та найбезпечніших об'єктів інвестування, що формується відповідно до цілей попередньо розробленої стратегії інвестора.

**Портфель реальних інвестицій** – це сукупність зібраних воедино реальних інвестиційних проектів, яку формують стратегічні інвестори у складі

інвестиційних консорціумів, корпорацій, холдингів, промислово-фінансових груп тощо.

**Портфельний аналіз** – аналіз стану сукупності активів, які слугують інструментом збереження капіталу інвестора та/або отримання ним доходу.

**Портфельні інвестиції** – операції, які передбачають придбання цінних паперів, деривативів та інших фінансових активів за грошові кошти на фондовому ринку, за винятком випадків, коли ці операції належать до прямих інвестицій чи резервних активів.

**Поточна вартість** – вартість, приведена у відповідність із цінами на дату оцінки шляхом дисконтування або використання фактичних цін на дату оцінки.

**Поточні зобов'язання** – короткострокові фінансові зобов'язання, які мають бути погашені упродовж поточного операційного циклу підприємств чи протягом року з дати складання бухгалтерського балансу.

**Постнумерандо** – це грошові потоки, що відбуваються наприкінці кожного періоду.

**Пренумерандо** – це грошові потоки, що відбуваються на початку кожного періоду.

**Проект** – це окремий захід з визначеними цілями, що часто включають вимоги часу, вартості й якості результатів, що досягаються.

**Проекти альтернативні (взаємовиключні)** – це два або більше проекти, які не можуть бути реалізовані одночасно, тобто прийняття рішення по одному з них автоматично означає, що проекти, що залишилися, мають бути відхилені.

**Проекти незалежні** – це проекти, якщо рішення про прийняття одного не впливає на рішення про прийняття другого.

**Проектний ризик** – це сукупність ризиків, які передбачають загрозу економічній ефективності проекту, що виражається в негативному впливі чинників на потоки грошових коштів.



**Відсотковий ризик** – це ризик, який зумовлений тим, що середня вартість залучених коштів банку (депозитів та взятих у борг грошей) може упродовж дії строку кредиту перевищити середню відсоткову ставку за кредит.

**Пряма інвестиція** – це господарська операція, яка передбачає внесення коштів або майна до статутного капіталу (фонду) юридичної особи в обмін на корпоративні права, емітовані такою юридичною особою.

**Реальні інвестиції** – це вкладання коштів у реальний (основний та оборотний) капітал, спрямоване на приріст виробничих фондів та матеріально-технічних запасів.

**Реінвестиції** – це знову вивільнені інвестиційні ресурси, які використовуються на придбання нових засобів виробництва.

**Рентабельність основних засобів** – це відносний показник ефективності використання основних засобів.

**Ризик** – це відхилення сподіваних результатів від середньої або сподіваної величини.

**Ринки капіталу** – це група взаємопов'язаних ринків, на яких формуються попит, пропозиція та ціни на фінансові інструменти, зокрема ті, базовим активом яких є енергетичні та товарно-сировинні ресурси, а також відбувається перерозподіл вільних коштів інвесторів на користь тих суб'єктів, що мають у них потребу.

**Ринкова вартість** – вартість, за яку можливе відчуження об'єкта оцінки на ринку подібного майна на дату оцінки за угодою, укладеною між покупцем та продавцем, після проведення відповідного маркетингу за умови, що кожна із сторін діяла із знанням справи, розсудливо і без примусу.

**Ринок цінних паперів** – це складний механізм, за допомогою якого встановлюються відповідні правові та економічні взаємовідносини між підприємцями, корпораціями та іншими структурами, яким необхідні фінансові

кошти для свого розвитку, та організаціями, громадянами, які їх можуть позичити (надати) на певних умовах.

**Самофінансування** – це метод фінансування інвестиційних проектів за рахунок власних внутрішніх коштів підприємства, до яких відносять: чистий прибуток; амортизаційні відрахування; страхові суми відшкодування збитків; іммобілізовані надлишки основних та оборотних коштів, нематеріальних активів та ін.

**Середньозважена вартість капіталу** – це рівень дохідності, який повинен мати інвестиційний проект, щоб можна було забезпечити одержання усіма інвесторами доходу, аналогічного тому, який їм забезпечували б інші об'єкти інвестування з подібним ступенем ризику.

**Ставка дисконту** – це відсоткова ставка, яка використовується для перерахунку майбутніх потоків доходів у єдину величину теперішньої (поточної) вартості.

**Ставка капіталізації** – це коефіцієнт, що застосовується для визначення вартості об'єкта виходячи з очікуваного доходу від його використання за умови, що дохід передбачається незмінним упродовж визначеного періоду у майбутньому.

**Строк окупності інвестицій** – це тривалість часу, упродовж якого прогнози надходження грошових коштів перевищують суму інвестицій, тобто це число років, необхідних для відшкодування інвестицій.

**Суб'єкти інноваційної діяльності** – фізичні та юридичні особи України, фізичні і юридичні особи іноземних держав, особи без громадянства, об'єднання цих осіб, які провадять в Україні інноваційну діяльність і (або) залучають майнові та інтелектуальні цінності, вкладають власні чи запозичені кошти в реалізацію в Україні інноваційних проектів.

**Сукупна вартість кредиту** – це вартість усіх супутніх послуг та інших фінансових зобов'язань споживача, пов'язаних з отриманням, обслуговуванням і

погашенням кредиту (на користь третіх осіб – страховиків, оцінювачів, реєстраторів, нотаріусів тощо), яка точно дисконтує всі майбутні грошові платежі споживача за кредитом до чистої суми виданого кредиту.

**Тривалість обороту матеріально-виробничих запасів** дорівнює відношенню 365 (360) днів у звітний період до коефіцієнта оборотності матеріально-виробничих запасів.

**Тривалість операційного циклу** – це час, упродовж якого фінансові ресурси втілені в запасах і дебіторській заборгованості.

**Управління проектами** – це мистецтво керівництва координувати людські, матеріальні та фінансові ресурси упродовж усього життєвого циклу проекту шляхом застосування системи сучасних методів та техніки управління для досягнення певних результатів стосовно складу та обсягу робіт, вартості та якості з метою задоволення потреб та вимог усіх учасників проекту.

**Учасники інвестиційної діяльності** – громадяни та юридичні особи України, інших держав, які забезпечують реалізацію інвестицій як виконавці замовлень або на підставі доручення інвестора.

**Факторний аналіз** – це вплив фінансового ризику, який виникає під впливом низки чинників на рентабельність інвестиційного проекту.

**Фінансовий леверидж (важіль)** – це ефект, за якого виникає можливість використовувати капітал, взятий у борг під фіксований відсоток, для інвестицій, які приносять прибуток, більший за відсоток за кредит.

**Фінансовий лізинг** – це господарська операція фізичної або юридичної особи, яка передбачає відповідно до договору фінансового лізингу (оренди) передання орендарю майна, придбаного або виготовленого орендодавцем, а також усіх ризиків та винагород, пов'язаних з правом користування та володіння об'єктом лізингу.

**Фінансові активи** – це активи, які включають: грошові кошти, не обмежені для використання, та їх еквіваленти; дебіторську заборгованість, не

призначену для перепродажу; фінансові інвестиції, що утримуються до погашення; фінансові активи, призначені для перепродажу; інші фінансові активи.

**Фінансові зобов'язання** – це зобов'язання, призначені для перепродажу, та інші фінансові зобов'язання.

**Фінансові інвестиції** – господарська операція, яка передбачає придбання корпоративних прав, цінних паперів, деривативів та інших фінансових інструментів.

**Фінансові інструменти** – контракти, які одночасно приводять до виникнення (збільшення) фінансового активу в одного підприємства та фінансового зобов'язання або інструмента власного капіталу в другого.

**Фінансові ресурси** є сукупністю доходів і надходжень, які перебувають у розпорядженні населення, підприємств, організацій та держави та спрямовуються на задоволення суспільних потреб з метою розширеного відтворення та зростання матеріального добробуту.

**Фінансові установи** – банки, кредитні установи, лізингові компанії, довірчі товариства, страхові компанії, установи накопичувального пенсійного забезпечення, інститути спільного інвестування та інші юридичні особи, виключним видом діяльності яких є виняткове надання фінансових послуг.

**Фондова біржа** – професійний учасник фондового ринку зі створення організаційних, технологічних, інформаційних, правових та інших умов для збирання та поширення інформації стосовно попиту та пропозицій, проведення регулярних торгів фінансовими інструментами за встановленими правилами, централізованого укладання та виконання договорів щодо фінансових інструментів, у тому числі здійснення клірингу та розрахунків за ними, та розв'язання спорів між членами біржі.

**Фондовий індекс** – це відношення усередненого (за певною групою підприємств) значення вартості акцій, проданих за поточний період, до усередненого значення вартості акцій, проданих за минулий період.

**Фондовий ринок** – це сукупність учасників фондового ринку та правовідносин між ними щодо розміщення, обігу та обліку цінних паперів і похідних (деривативів).

**Фондомісткість** – показник, що характеризує вартість основних засобів, що припадають на одиницю виготовленої продукції (наданих послуг) або на одиницю прибутку.

**Фондоозброєність** – показник, що показує величину основних засобів на одного працівника.

**Форма забезпечення повернення банківської інвестиційної позики** – це конкретне джерело погашення боргу, юридичне оформлення права кредитора на його використання та організація контролю банку за достатністю даного джерела.

**Франчайзинг** – це угода, за якою власник продукту, технологічного процесу, послуги або навіть торговельної марки надає право на користування своїм ім'ям (ліцензію) за певну нагороду.

**Функціональна структура управління проектом** – базується на диференціації управлінської праці за окремими функціями, кожна з яких виконується одним спеціалістом, групою або відділом.

**Хеджування** – це сукупність заходів зі страхування ризиків, зміни ціни товару, що реалізується, курсів валют та відсотків.

**Холдингова компанія** – це компанія, суть діяльності якої полягає в придбанні юридичними особами контрольних пакетів акцій різних компаній та здійснення контролю над такими юридичними особами, як пов'язані особи.

**Ціна інвестиційного кредиту** – це відсоткова ставка, яка передбачається у кредитному договорі з урахуванням: терміну користування позикою; заходу,

що кредитується; забезпечення своєчасності розрахунків позичальника за раніше одержаними позиками та ступеня ризику.

**Чиста приведена вартість проекту** – це грошова вартість майбутніх надходжень чи доходів, яку визначають як суму поточних ефектів за весь розрахунковий період, приведених до початку першого року шляхом дисконтування окремо за кожен рік різниці всіх витрат і надходжень коштів за період функціонування проекту за фіксованої попередньо визначеної норми дисконту.

**Чисті реальні інвестиції** – інвестиції, які спрямовуються на збільшення основного капіталу та утворення нових основних та частини оборотних фондів і виробничого, і невиробничого призначення.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Бланк І.О. Інвестиційний менеджмент : підручник. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2003. 397 с.
2. Василик О. Д. Теорія фінансів : навч. посібник. К. : ЦНЛ, 2005. 480 с.
3. Виленский П.И. Оценка эффективности инвестиционных проектов М. : Альпина-Бизнес, 2002. 888 с.
4. Загородній А. Г. Менеджмент реальних інвестицій: підручник. К. : Знання, 2000. – 210 с.
5. Інвестиційний аналіз : підручник. 2-ге вид., перероб. та доп. К. : КНЕУ, 2008. – 544 с.
6. Інвестування : практикум. К. : КНЕУ, 2012. 577 с.
7. Ковалев В.В. Введение в финансовый менеджмент М. : научное пособие. Финансы и статистика, 2003. 768 с.
8. Маслова С. Фінансовий ринок : навч. посібник. К. : Каравела, 2004. 302 с.
9. Петухова О.М. Інвестування: навч. посіб. К. : «Центр учбової літератури», 2014. 336 с.
10. Реверчук С. Інституційна інвестологія: посібник. К. : Атіка, 2004. 208 с.
11. Савчук В.П. Практическая энциклопедия. Финансовый менеджмент: научное пособие. 3-е изд. К. : Companion Group, 2008. 880 с.
12. Савчук В.П. Анализ и разработка инвестиционных проектов: учебное пособие. К. : Абсолют-В, Эльга, 1999. 302 с.
13. Федоренко В.Г. Инвестознавство : підручник. К. : МАУП, 2000. 480 с.
14. Федоренко В.Г. Інвестиційний менеджмент : навчальний посібник. К. : МАУП, 2001. 307 с.
15. Череп А.В. Инвестознавство : підручник. К. : Кондор, 2006. 398 с.
16. Шелудько В.М. Фінансовий ринок : навчальний посібник К. : Знання-прес, 2002. 535 с.
17. Шинкарук Л.В. Іноземні інвестиції, їх роль у становленні та розвитку економіки (регіональний аспект). Чернівці : Рута, 2000. 174 с.