

Мукачівський державний університет
Факультет менеджменту та індустрії гостинності
Кафедра менеджменту, управління економічними процесами та туризму



Бізнес-планування в туристичній галузі: Збірник тестових та індивідуальних завдань з курсу

для здобувачів вищої освіти
другого (магістерського) рівня
спеціальності 242 Туризм
денної та заочної форм навчання

Мукачево
МДУ 2023

*Розглянуто та рекомендовано до друку науково-методичною радою Мукачівського державного університету
протокол № 9 від 24.04.2023 р.*

*Розглянуто та схвалено на засіданні кафедри менеджменту, управління економічними процесами та туризму
протокол № 9 від 20 березня 2023 р.*

Укладачі

Гоблик-Маркович Н.М. - к.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту, управління економічними процесами та туризму МДУ

Маслиган О.О. – д.е.н., професор кафедри менеджменту, управління економічними процесами та туризму МДУ

Хаустова К.М. - к.е.н., доцент кафедри менеджменту, управління економічними процесами та туризму МДУ

Рецензент

Мілашовська О.І. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри готельно-ресторанної та музейної справи МДУ

Б59

Бізнес-планування в туристичній галузі: збірник тестових та індивідуальних завдань для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня спеціальності 242 «Туризм» денної та заочнох форм навчання / укладачі Н.М.Гоблик-Маркович, О.О.Маслиган, К.М.Хаустова. - Мукачево: МДУ, 2023. - 48с. (1,95 д.а).

У методичних вказівках структуровано навчальні теми занять з дисципліни у відповідності до затвердженої програми та наведено завдання для самостійної та індивідуальної роботи, спрямовані на оволодіння здобувачами вищої освіти поглиблених теоретичних знань у сфері бізнес-планування в туристичній галузі.

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА.....	4
1. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.....	6
2. ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ.....	9
Тема 1. Сутність, види і об'єкти планування діяльності в галузі туризму.....	9
Тема 2. Стадії процесу бізнес-планування. Підготовча стадія бізнес-планування.....	10
Тема 3. Структура, розробка та оформлення бізнес-плану.....	12
Тема 4. Галузь, суб'єкт підприємницької діяльності та його продукція (послуги).....	13
Тема 5. Діагностика конкурентного середовища суб'єкта діяльності в галузі туризму.....	15
Тема 6. Маркетинговий розділ бізнес-плану.....	16
Тема 7. Виробничий розділ бізнес-плану.....	18
Тема 8. Організаційний розділ бізнес-плану.....	20
Тема 9. Фінансовий розділ та оцінка ризиків бізнес-плану.....	21
Тема 10. Презентація та експертиза бізнес-плану.....	23
Тема 11. Моделі управління реалізацією бізнес-плану.....	24
Тема 12. Розроблення та реалізація програм підвищення конкурентоспроможності бізнесу.....	26
3. ЗАГАЛЬНІ ВКАЗІВКИ ДО САМОСТІЙНОГО ВИВЧЕННЯ КУРСУ.....	29
4. ІНДИВІДУАЛЬНІ НАВЧАЛЬНО-ДОСЛІДНІ ЗАВДАННЯ.....	34
5. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА КОНТРОЛЬНІ ЗАХОДИ ТА ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ.....	37
6. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	40
7. ДОДАТКИ.....	42

Додаток А Пропоновані теми рефератів

Додаток В. Вимоги до написання реферату

ПЕРЕДМОВА

Бізнес-план є дієвим важелем управління підприємницькою діяльністю та засобом необхідного фінансування для започаткування нового або розширення діючого бізнесу. Він допомагає не упустити вигоди у практичній діяльності підприємця та підвищити ефективність діяльності на ринку.

Метою вивчення навчальної дисципліни «Бізнес-планування в туристичній галузі» є формування системи теоретичних знань та практичних навичок з методології розробки бізнес-плану, з врахуванням особливостей його структурних складових для підприємств галузі туризму.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Бізнес-планування в туристичній галузі» є теоретична та практична підготовка здобувачів вищої освіти зі засвоєнням питань: визначення місця бізнес-планування в підприємницькій діяльності; дослідження основних термінів та понять бізнес-планування на рівні їх відтворення та тлумачення; здобуття навичок та елементарних умінь застосовувати їх у практичній діяльності.

Програмні результати навчання. У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

знати:

- законодавчо-правову базу, що регулює господарську діяльність галузі туризму;
- чинники функціонування й розвитку організацій галузі туризму;
- основні терміни та поняття у сфері бізнес-планування;
- науково-теоретичні основи процесу складання бізнес-планів;
- методологію розробки бізнес-планів в туристичній галузі;
- основні структурні складові бізнес-плану, їх зміст та характеристики;
- планові показники, порядок їх визначення та розрахунку;
- різноманітні методи аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства галузі туризму.

вміти:

- формулювати мету та завдання бізнес-планування господарської діяльності в галузі туризму;
- досліджувати середовище діяльності підприємств галузі туризму;
- володіти навичками організації планування процесу господарювання та методами розробки бізнес-планів розвитку підприємницької діяльності;
- користуватися методикою складання бізнес-планів, проведення оцінки ефективності планів;
- планувати та розраховувати показники діяльності суб'єктів господарювання в галузі туризму;
- обґрунтовувати доцільність встановлення планових показників діяльності відповідно до структурних розділів бізнес-плану;
- розробляти стратегію та перспективний план розвитку підприємства галузі туризму;
- ефективно презентувати результати бізнес-планування.

В результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен набути таких компетентностей:

Інтегральна компетентність: Здатність розв'язувати складні задачі дослідницького та/або інноваційного характеру у сфері туризму і рекреації..

Загальні компетентності:

ЗК1. Здатність до організації, планування, прогнозування результатів діяльності.

ЗК2. Здатність вести професійну діяльність у міжнародному та вітчизняному середовищі.

ЗК4. Здатність розробляти проекти та управляти ними.

ЗК6. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК7. Здатність виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

Спеціальні (фахові) компетентності:

СК2. Здатність планувати і виконувати наукові та/або прикладні дослідження у сфері туризму та рекреації.

СК3. Здатність до управління туристичним процесом у публічному секторі в туристичній дестинації, туристичному підприємстві на різних ієрархічних рівнях.

СК5. Здатність оперувати інструментами збору, обробки інформації, аналізувати та управляти туристичною інформацією.

СК6. Здатність до аналізу, прогнозування, планування бізнес-процесів та геопросторового планування у сфері туризму та рекреації.

СК7. Здатність розробляти та впроваджувати інновації в діяльності суб'єктів туристичного ринку.

Результати навчання:

РН4 Проводити аналіз геопросторової організації туристичного процесу, проектувати його стратегічний розвиток на засадах сталості.

РН5 Здійснювати комплексний аналіз і оцінювання функціонування туристичного ринку різних ієрархічних рівнів, прогнозувати тенденції його розвитку.

РН6 Аналізувати та оцінювати діяльність суб'єктів туристичного ринку, планувати результати їх стратегічного розвитку.

РН9 Розробляти та реалізовувати проекти у сфері туризму та рекреації на засадах економічної, соціальної і екологічної ефективності.

РН10 Приймати ефективні рішення у сфері туризму та рекреації щодо розв'язання широкого кола проблем, зокрема безпеки і якості туристичного обслуговування.

РН11 Вільно спілкуватися державною та іноземною мовами усно і письмово для обговорення професійних проблем, презентації результатів досліджень та проектів у сфері туризму і рекреації.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ЗАГАЛЬНІ ЗАСАДИ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ

Тема 1. Бізнес-планування: сутність, цілі, інформаційне забезпечення

Сутність бізнес-планування та призначення бізнес-плану. Мета розробки та функції бізнес-плану. Цілі розробки бізнес-плану. Інформаційне забезпечення бізнес-планування. Загальна методологія розробки бізнес-плану.

Тема 2. Види і об'єкти планування діяльності в галузі туризму

Види бізнес-планів та їх класифікація. Види планів необхідних для ефективного управління діяльністю підприємства та їх класифікація. Характеристика підходів до планування діяльності підприємства. Причини, що викликають необхідність планування діяльності підприємства. Організація розроблення планів.

Тема 3. Стадії процесу бізнес-планування

Основні стадії та етапи розробки бізнес-плану та їх реалізація для різних бізнес-структур. Характеристика початкової стадії бізнес-планування. Характеристика підготовчої стадії бізнес-планування. Характеристика основної стадії бізнес-планування.

Тема 4. Підготовча стадія бізнес-планування

Підготовча стадія розробки бізнес-плану. Логіка процесу стратегічного планування на підготовчій стадії. Види аналізу та особливості їх застосування. SWOT-аналіз як засіб дослідження конкурентоспроможності підприємства. Оцінювання сприятливих зовнішніх можливостей та загроз реалізації бізнес-проекту. Виявлення сильних і слабких сторін суб'єкта підприємницької діяльності (бізнес-проекту). Визначення місії бізнес-проекту та формування його цілей. Аналіз стратегічних альтернатив та обрання стратегії.

Тема 5. Структура, розробка та оформлення бізнес-плану

Загальна структура бізнес-плану. Логіка розробки бізнес-плану. Характеристика розділів бізнес-плану: резюме; характеристика підприємства; характеристика туристичних (готельно-ресторанних) послуг; дослідження і аналіз ринку послуг; маркетинговий план; організаційний план; виробничий план; фінансовий план; оцінка ризиків і страхування; додатки. Вимоги до стилю написання та оформлення бізнес-плану. Технологія формування бізнес-плану.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. ТЕХНОЛОГІЯ РОЗРОБКИ ТА ПЛАНУВАННЯ СТРУКТУРНИХ СКЛАДОВИХ БІЗНЕС-ПЛАНУ

Тема 6. Галузь, суб'єкт підприємницької діяльності та його продукція (послуги)

Характеристика суб'єкта підприємницької діяльності. Опис базових галузевих параметрів. Місія, цілі та стратегія розвитку підприємства. Характеристика продукції (послуг), що виробляються підприємством. Дослідження та аналіз ринків реалізації продукції (послуг). Методи прогнозування обсягів продаж.

Тема 7. Діагностика конкурентного середовища суб'єкта діяльності в галузі туризму

Сутність конкурентного середовища та його складові. Характеристика конкурентного середовища та конкурентних переваг. Методика діагностики конкурентного середовища суб'єкта підприємницької діяльності. Оцінювання конкурентних сил та визначення типу ринку. Оцінювання інтенсивності конкуренції. Аналіз конкурентних позицій суб'єкта діяльності на ринку туризму.

Тема 8. Маркетинговий розділ бізнес-плану

Цілі та логіка розробки маркетинг-плану. Стратегія маркетингу: сутність, складові елементи та особливості застосування. Етапи процесу формулювання цілей маркетингової діяльності підприємства. Стратегії ціноутворення: сутність та особливості використання. Етапи формування політики ціноутворення. Стратегія збуту та реалізації продукції підприємства. Розробка рекламної компанії. Фінансові потреби на реалізацію плану маркетингу.

Тема 9. Виробничий розділ бізнес-плану

Головне завдання і складові виробничого плану. Зміст та структура виробничого плану. Розрахунок потреби в ресурсах та виробничих запасах. Формування матеріально-технічної бази. Визначення потреби в кадрах. Планування витрат на виробництво. Нормування ресурсного забезпечення бізнес-плану. Потреба в додаткових інвестиціях.

Тема 10. Організаційний розділ бізнес-плану

Цілі і завдання організаційного плану. Структура організаційного плану. Зміст основних розділів організаційного плану. Вибір організаційної структури та визначення потреби в управлінському персоналі. Календарний план-графік реалізації підприємницького проекту.

Тема 11. Фінансовий розділ бізнес-плану

Значення, зміст і технологія розробки фінансового плану. Визначення розміру необхідних додаткових фінансових ресурсів. Основні табличні форми фінансового плану. План доходів і видатків. План руху готівки. Плановий баланс. Очікувані фінансові коефіцієнти. Оцінка ефективності інвестицій за моделлю дисконтованих грошових потоків. Бюджетна та суспільна економічна ефективність бізнес-плану.

Тема 12. Оцінка ризиків у бізнес-плані

Сутність та види ризиків, які враховуються при бізнес-плануванні. Типи можливих ризиків. Цілі, логіка розробки та структура розділу «Оцінка комерційних ризиків». Способи реагування на загрози для бізнесу. Методи оцінювання впливу ризиків та напрями їх мінімізації.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. ПРЕДСТАВЛЕННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ

Тема 13. Презентація та експертиза бізнес-плану

Цілі та завдання презентації бізнес-плану. Організація проведення презентації бізнес-плану. Способи підвищення ефективності презентації бізнес-плану. Методологічні основи експертизи бізнес-плану.

Тема 14. Моделі управління реалізацією бізнес-плану

Інформаційно-методичні моделі управління конкурентоспроможністю суб'єкта діяльності в галузі туризму. Оцінювання конкурентних позицій суб'єктів підприємницької діяльності методом Бостонської консалтингової групи. Багатофакторна модель як засіб системного управління реалізацією бізнес-проектів. Моделі портфельного аналізу та проектування в системі управління конкурентоспроможністю суб'єкта підприємницької діяльності. SWOT-аналіз як інструмент управління конкурентоспроможністю суб'єкта підприємницької діяльності. Моделі системного підходу до управління реалізацією бізнес-проектів.

Тема 15. Розроблення та реалізація програм підвищення конкурентоспроможності бізнесу

Концепція розробки та основні елементи програми підвищення конкурентоспроможності бізнесу. Передумови, що визначають необхідність розробки програми підвищення конкурентоспроможності бізнесу. Етапи розробки програми підвищення конкурентоспроможності бізнесу. Програми підвищення якості продукції (послуг) та ефективності підприємницької діяльності як складові програми підвищення конкурентоспроможності бізнесу. Етапізація розробки і реалізації конкурентної стратегії суб'єкта бізнесу.

2. ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ

ТЕМА 1. СУТНІСТЬ, ВИДИ І ОБ'ЄКТИ ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

Тестові завдання

1. Бізнес-планування – це:

- а) процес написання обов'язкових розділів бізнес-плану та вибір оптимальних відповідей до критеріїв оптимальності
- б) розрахунок показників господарсько-фінансової діяльності на плановий період та обрання того варіанту, при якому досягається максимізація прибутку
- в) процес написання обов'язкових розділів бізнес-плану та оформлення їх згідно вимог
- г) систематизований розрахунок показників господарсько-фінансової діяльності на плановий період та вибір оптимальних відповідей до критеріїв оптимальності.

2. Бізнес-план – це:

- а) документ, який містить систему ув'язаних в часі та просторі та узгоджених з метою і ресурсами заходів і дій, спрямованих на отримання максимального прибутку внаслідок реалізації підприємницького проєкту
- б) це ретельно підготовлений плановий документ, який містить систему ув'язаних в часі та просторі та узгоджених з метою і ресурсами заходів і дій, спрямованих на отримання прибутку, внаслідок реалізації підприємницького проєкту
- в) документ, який містить систему розрахунків, які ув'язані в часі та просторі
- г) документ, який містить мету, цілі та завдання бізнес-плану.

3. Не відповідає цілям бізнес-планування наступна характеристика:

- а) промодельовати систему управління підприємством
- б) розвинути управлінські навички робітників підприємства
- в) передбачити ускладнення або ризики функціонування підприємства
- г) забезпечити процес «комунікації» між підприємством та інституціями зовнішнього середовища його функціонування.

4. Принципам бізнес-планування не відповідає принцип:

- а) максимізація прибутку
- б) постійність
- в) науковість
- г) адекватність.

5. При формуванні бізнес-плану суб'єктів малого підприємництва слід враховувати наступну характеристику їх діяльності:

- а) безмежність видів економічної діяльності
- б) високий ступінь конкуренції на ринку
- в) відносно короткий життєвий цикл функціонування підприємства
- г) відносно тривалий життєвий цикл функціонування підприємства

6. Маркетингова інформація, яка необхідна для розробки бізнес плану включає:

- а) інформацію про технічні, експлуатаційні та споживчі якості аналогів та ціни на них
- б) інформацію про характеристики необхідної технічної бази
- в) інформацію про рівні рентабельності аналогічної продукції
- г) інформацію про соціальні та політичні умови

7. Для внутрішніх даних розробки бізнес-плану не є характерним наступне джерело інформаційної бази:

- а) статистична звітність
- б) статистичні бюлетені
- в) власний досвід підприємця
- г) управлінський облік.

8. *Внутрішня функція бізнес-плану полягає в тому, щоб:*

- а) ознайомити заінтересованих інституцій фінансово-кредитної сфери, інвесторів із сутністю підприємницького проєкту
- б) опрацювати систему управління реалізацією підприємницького проєкту
- в) залучити необхідне фінансування для реалізації підприємницького проєкту
- г) ознайомити потенційного працівника з основними аспектами діяльності (реалізації підприємницького проєкту) підприємства.

9. *Зовнішня функція бізнес-плану полягає в тому, щоб:*

- а) ознайомити заінтересованих працівників з плановими термінами окупності інвестицій, вкладених у підприємницький проєкт підприємства
- б) опрацювати систему управління реалізацією підприємницького проєкту
- в) визначити обсяги необхідного фінансування для реалізації підприємницького проєкту
- г) ознайомити зацікавлених суб'єктів зовнішнього середовища із сутністю та основними аспектами підприємницького проєкту підприємства.

10. *При складанні бізнес-плану, орієнтованому на залучення інвесторів, необхідно більшість уваги зосередити на:*

- а) техніко-технологічних аспектах виробництва
- б) потенційних можливостях та загрозах
- в) фінансових потоках та активах
- г) унікальності продукції.

ТЕМА 2. СТАДІЇ ПРОЦЕСУ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ. ПІДГОТОВЧА СТАДІЯ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ

Тестові завдання

1. *Який з наведених нижче етапів не входить до логіки процесу стратегічного планування на підготовчій стадії розробки бізнес-плану?*

- а) проведення зовнішнього аналізу;
- б) проведення внутрішнього аналізу;
- в) оцінювання фінансових альтернатив;
- г) аналіз стратегічних альтернатив.

2. *Оберіть з наведених нижче характеристик ту, яка найбільш повною мірою відповідає змісту зовнішнього аналізу на підготовчій стадії розробки бізнес-плану:*

- а) визначення сильних і слабких сторін підприємницького проєкту, оцінювання конкурентоспроможності;
- б) визначення місії та стратегічних цілей суб'єкта підприємницької діяльності;
- в) розробка стратегії і тактики реалізації підприємницького проєкту;
- г) оцінювання загальноекономічних факторів зовнішнього середовища, аналіз галузевих факторів, оцінювання конкурентоспроможності.

3. *Що є метою зовнішнього аналізу в межах підготовчої стадії розробки бізнес-плану?*

- а) виявити сприятливі можливості та загрози для суб'єкта підприємницької діяльності, ідентифікувати ключові фактори успіху;
- б) провести оцінку загальноекономічних факторів впливу на реалізацію підприємницького проєкту;
- в) визначити рівень конкурентоспроможності суб'єкта підприємницької діяльності;
- г) визначити рівень інвестиційної привабливості галузі функціонування суб'єкта підприємницької діяльності.

4. Що є метою проведення внутрішнього аналізу в рамках підготовчої стадії розробки бізнес-плану суб'єкта підприємницької діяльності?

- а) виявити сприятливі можливості та загрози для суб'єкта підприємницької діяльності, ідентифікувати ключові фактори успіху;
- б) виявити сильні та слабкі сторони проекту;
- в) визначити рівень конкурентоспроможності суб'єкта підприємницької діяльності;
- г) скласти "дерево" цілей реалізації підприємницького проекту.

5. Матриця SWOT-аналіз передбачає набір факторів за такими чотирма напрямками:

- а) загальноекономічні фактори зовнішнього середовища, галузеві фактори, рівень конкурентоспроможності, можливості і загрози;
- б) фінанси, персонал, виробництво, маркетинг;
- в) місія, цілі, стратегія, тактика;
- г) зовнішні можливості, зовнішні загрози, внутрішні сильні сторони, внутрішні слабкі сторони.

6. Який з наведених нижче елементів не доцільно враховувати при формулюванні місії суб'єкта підприємницької діяльності?

- а) призначення суб'єкта підприємницької діяльності з точки зору задоволення певної потреби;
- б) конкурентні переваги суб'єкта підприємницької діяльності;
- в) ефективність суб'єкта підприємницької діяльності;
- г) на якому ринку суб'єкт бізнесу вестиме конкурентну боротьбу.

7. За яким з наведених нижче напрямів не доцільно формувати стратегічні цілі реалізації підприємницького проекту?

- а) становище суб'єкта підприємницької діяльності на ринку;
- б) інноваційність діяльності;
- в) споживачі;
- г) соціальна відповідальність бізнесу.

8. Яка з наведених дій не відповідає етапам обрання стратегії реалізації підприємницького проекту?

- а) формування загальної стратегії;
- б) визначення стратегій диверсифікації;
- в) визначення функціональних стратегій;
- г) формування ділової стратегії.

9. Які з перелічених нижче стратегій відповідають типам бізнес-стратегій забезпечення конкурентної переваги суб'єкта підприємницької діяльності за М. Портером?

- а) вдосконалення, спеціалізації, здешевлення, звуження;
- б) контролю над витратами, диференціації, фокус витрат, фокус диференціації;
- в) "вдосконалюй те, що робиш", розвитку ринку, розробки нових товарів, диверсифікації;
- г) інтенсивний ріст, інтеграційний ріст, диверсифікаційний ріст, контролю над затратами.

10. Який з наведених нижче заходів не відповідає наступальній тактиці суб'єкта підприємницької діяльності?

- а) злиття з іншими суб'єктами підприємницької діяльності;
- б) модернізація, реорганізація;
- в) активний маркетинг;
- г) вдосконалення управління.

ТЕМА 3. СТРУКТУРА, РОЗРОБКА ТА ОФОРМЛЕННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ

Тестові завдання

1. Яка з наведених характеристик найменшою мірою визначає зміст і структуру бізнес-плану?

- а) ціль розробки бізнес-плану;
- б) аудиторія, на яку розрахований бізнес-план;
- в) організаційно-правова форма та форма власності суб'єкта підприємницької діяльності;
- г) характеристика продукту бізнесу.

2. Який з наведених нижче розділів бізнес-плану не належить до переліку обов'язкових?

- а) юридичний план;
- б) маркетинг план;
- в) план ризиків;
- г) галузь, суб'єкт підприємницької діяльності, продукція.

3. Який з наведених нижче розділів бізнес-плану не відповідає внутрішній логіці розробки цього документа?

- а) маркетинг план;
- б) ризик план;
- в) виробничий план;
- г) фінансовий план.

4. Оберіть вірну послідовність розробки наведених нижче розділів бізнес-плану:

- а) маркетинг план; виробничий план; організаційний план; план ризиків; фінансовий план;
- б) виробничий план; маркетинг план; організаційний план; план ризиків; фінансовий план;
- в) організаційний план; маркетинг план; виробничий план; фінансовий план; план ризиків;
- г) маркетинг план; виробничий план; організаційний план; фінансовий план; план ризиків.

5. Яка з наведених характеристик не відповідає вимогам до оформлення бізнес-плану?

- а) легкість у сприйнятті;
- б) структурованість документа;
- в) повнота викладення усієї можливої інформації по проєкту та підприємству;
- г) рівність деталізації розрахунків у часі.

6. У чому полягає зміст такої вимоги до оформлення бізнес-плану як "науковість представлених результатів"?

- а) результати розрахунків основних показників мають бути розрахованими з дотриманням наукових підходів та методик;
- б) результати розрахунків основних показників слід порівняти з науково-обґрунтованими даними;
- в) проведені розрахунки повинні бути точними;
- г) проведені розрахунки повинні бути належною мірою деталізованими у часі.

7. Яку інформацію не обов'язково розміщувати на титульному аркуші бізнес-плану, призначеного для залучення зовнішнього фінансування?

- а) коротка назва проєкту;
- б) назва банку чи потенційного інвестора;
- в) дата початку реалізації проєкту;
- г) дата складання документа.

8. Яку інформацію найбільш доцільно перенести у “Додатки”?

- а) опис місії та стратегічних цілей суб’єкта підприємницької діяльності;
- б) матрицю аналізу рівня конкурентоспроможності суб’єкта підприємницької діяльності;
- в) матрицю SWOT-аналіз;
- г) організаційну структуру управління реалізацією підприємницького проєкту.

9. Яку інформацію не доцільно представити у “Резюме бізнес-плану”?

- а) характеристика цільового ринку; форма участі суб’єкта (на кого розрахований документ) бізнес-плану;
- б) конкретні показники соціальної та економічної ефективності проєкту з деталізацією у часі;
- в) основні економічні показники ефективності бізнес-проєкту; загальні фінансові потреби по проєкту;
- г) можливості суб’єкта підприємницької діяльності та стратегія реалізації бізнес-проєкту.

10. Яка інформація представляється у “Додатку бізнес-плану”?

- а) характеристика цільового ринку; форма участі суб’єкта (на кого розрахований документ) бізнес-плану;
- б) конкретні показники соціальної та економічної ефективності проєкту з деталізацією у часі;
- в) основні економічні показники ефективності бізнес-проєкту; загальні фінансові потреби по проєкту;
- г) можливості суб’єкта підприємницької діяльності та стратегія реалізації бізнес-проєкту.

ТЕМА 4. ГАЛУЗЬ, ПІДПРИЄМСТВО ТА ЙОГО ПРОДУКЦІЯ (ПОСЛУГИ)

Тестові завдання

1. Які з наведених характеристик найбільш повно відображають питання, які слід висвітлити при наведенні характеристики суб’єкта підприємницької діяльності у розділі “Галузь, суб’єкт підприємницької діяльності та його продукція”?

- а) форма власності; наявність приміщень та виробничих потужностей; розмір потреби у інвестиціях;
- б) організаційно-правова форма; організаційна структура управління;
- в) розмір сформованого статутного капіталу; склад та структура персоналу;
- г) розмір статутного капіталу; асортиментна структура виробництва і реалізації продукції; система ціноутворення;
- д) форма власності; організаційно-правова форма; розмір статутного капіталу; життєвий (діловий) цикл функціонування суб’єкта підприємницької діяльності.

2. Яку з наведених характеристик не доцільно включати до питань, які слід висвітлити при наведенні характеристики продукції (послуг) суб’єкта підприємницької діяльності у розділі “Галузь, суб’єкт підприємницької діяльності та його продукція”?

- а) етапи життєвого циклу;
- б) показники якості;
- в) собівартість виробництва і збуту;

г) економічні показники.

3. Яку з наведених характеристик не доцільно включати до питань, які слід висвітлити при наведенні опису галузевих параметрів у розділі “Галузь, суб’єкт підприємницької діяльності та його продукція”?

- а) складання матриці “аналіз загальноекономічних галузевих факторів”;
- б) прогноз тенденцій розвитку галузі;
- в) розкриття поведінки суб’єкта підприємницької діяльності у галузі;
- г) динаміка обсягів продаж у галузі.

4. Матриця інвестиційної привабливості галузі складається за такими двома параметрами:

- а) рівень конкуренції в галузі та стадія розвитку галузі;
- б) рівень конкуренції в галузі та кількість конкурентів;
- в) стадія розвитку галузі та обсяг інвестицій у галузь;
- г) стадія розвитку галузі та валові питомі капіталовкладення у розрахунку на одне підприємство.

5. Індекс Херфіндаля-Хершмана розраховують як:

- а) суму ринкових часток конкурентів;
- б) добуток ринкових часток конкурентів;
- в) різницю квадратів ринкових часток конкурентів;
- г) суму квадратів ринкових часток конкурентів.

6. На ринку присутні конкуренти з такими ринковими частками: 1-ший – 25%; 2-гий та 3-тій – по 20%; ще 5-ть суб’єктів діяльності – по 7%. Зробіть висновок щодо рівня конкуренції на ринку.

- а) ринок монополізований;
- б) ринок нормальної конкуренції;
- в) ринок з низьким рівнем конкуренції;
- г) ринок олігополізований.

7. Який етап завершує внутрішню логіку розробки розділу “Дослідження ринку”?

- а) визначення місткості ринку;
- б) ідентифікація потенційних споживачів продукції (послуг);
- в) оцінювання конкурентної позиції суб’єкта бізнесу;
- г) прогнозне оцінювання обсягів продаж.

8. У чому полягає принципова відмінність якісних методів прогнозування обсягів продаж продукції (надання послуг) порівняно з кількісними методами?

- а) якісні методи базуються на інформації, отриманій внаслідок досвіду, знань та інтуїції дослідника;
- б) якісні методи дозволяють врахувати не лише обсяги продаж, але і рівень якості обслуговування покупців;
- в) якісні методи базуються на математичних розрахунках;
- г) якісні методи використовуються у ситуаціях, коли прийняті в певний момент часу управлінські рішення залежать від рішень, прийнятих раніше, і у свою чергу визначають сценарії подальшого розвитку подій.

9. Метод рівня споживання, який використовується для прогнозування обсягів продаж продукції (надання послуг) базується на:

- а) прийнятті за еталон фактичних даних одного ринку для іншого;
- б) використанні інформації про норми та нормативи споживання населенням товарів (послуг);
- в) змінах у попиті залежно від зміни доходів споживачів чи цін на товари (послуги);
- г) експертному оцінюванні найбільш ймовірних обсягів продаж.

10. Метод аналізу часових рядів для прогнозування обсягів продаж продукції (надання послуг) базується на:

- а) прийнятті за еталон фактичних даних одного ринку для іншого;
- б) змінах у попиті залежно від зміни доходів споживачів чи цін на товари (послуги);
- в) стратегічному спостереженні закономірностей розвитку обсягів продаж, визначенні тенденцій цих змін та продовження цієї тенденції на плановий період;
- г) використанні інформації про норми та нормативи споживання населенням товарів (послуг).

ТЕМА 5. ДІАГНОСТИКА КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА СУБ'ЄКТА ДІЯЛЬНОСТІ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

Тестові завдання

1. *Оберіть правильне визначення поняття “конкурентне середовище”:*

- а) найбільш популярний узагальнюючий показник, який враховує як чисельність суб'єктів підприємницької діяльності, так і нерівність їх положення на ринку, характеризує рівень монополізації;
- б) спосіб оцінювання рівня конкурентоспроможності суб'єкта підприємницької діяльності з урахуванням дії зовнішніх і внутрішніх чинників, що базується на динаміці результуючих показників діяльності;
- в) результат і умови взаємодії великої кількості суб'єктів ринку, що визначають відповідний рівень економічного суперництва і можливість впливу окремих економічних агентів на загальну ринкову ситуацію;
- г) середня частка суб'єктів підприємницької діяльності, що існують на ринку, яка характеризує, наскільки ефективно використовують наявні в їх розпорядженні засоби конкурентної боротьби.

2. *До характерних ознак конкурентного середовища не належить:*

- а) цілісність, спрямованість;
- б) ієрархічна структура;
- в) взаємодія, взаємозалежність;
- г) нормативно-правове регулювання ринку.

3. *Оберіть види конкурентного середовища залежно від об'єкта купівлі:*

- а) конкурентне середовище товарів, послуг, капіталів, трудових ресурсів;
- б) світове, міжнародне, регіональне, локальне конкурентне середовище;
- в) конкурентне середовище досконалої конкуренції, монополії, монополістичної конкуренції, олігополії;
- г) конкурентне середовище науково-технічних розробок, грошей та цінних паперів, біларальної монополії та відкритої монополії.

4. *До конкурентних сил мезорівня конкурентного середовища не належить:*

- а) загроза появи нових конкурентів;
- б) конкуренція серед існуючих суб'єктів підприємницької діяльності усередині галузі;
- в) ринкова влада покупців;
- г) частка ринку фінансово-промислових груп.

5. *Оберіть форми діагностики конкурентного середовища суб'єкта підприємницької діяльності:*

- а) збалансування кон'юнктури ринку, поєднання економічних інтересів споживачів, розвиток конкурентного середовища;
- б) точкове моделювання, дослідницьке імплектування, соціальні дослідження, екзит-поли;

- в) аналітична діагностика, експертна діагностика, імітаційна (модельна) діагностика;
- г) графічне ілюстрування, математична підстанова, історичний генезис, інституціональне моделювання.

6. З якого етапу розпочинається діагностика конкурентного середовища суб'єкта підприємницької діяльності?

- а) аналіз конкурентних позицій суб'єкта підприємницької діяльності на ринку;
- б) оцінювання інтенсивності конкуренції та ступеня монополізації ринку;
- в) виявлення переліку суб'єктів підприємницької діяльності, що існують на цільовому або новому ринках;
- г) побудова конкурентної карти ринку, виявлення стратегічних положень суб'єкта підприємницької діяльності.

7. На якому етапі здійснюється характеристика конкурентних сил експертним шляхом на основі моделі п'яти сил М. Портера?

- а) побудови конкурентної карти ринку та виявлення стратегічних положень суб'єкта підприємницької діяльності;
- б) збору вихідної інформації та зведення економічних показників до зіставного вигляду;
- в) визначення типу ринку та оцінювання конкурентних сил його суб'єктів;
- г) аналізу конкурентних позицій суб'єкта підприємницької діяльності на ринку.

8. Який показник розраховують за результатами експертного оцінювання конкурентних сил на ринку?

- а) індекс Герфіндаля-Гіршмана;
- б) коефіцієнт відносної концентрації;
- в) коефіцієнт загального впливу конкурентного середовища на діяльність суб'єкта підприємницької діяльності;
- г) узагальнений показник інтенсивності конкуренції.

9. Який показник відображає відхилення ціни від граничних витрат, пов'язаних з неефективним розміщенням ресурсів за умов монополії?

- а) коефіцієнт Джині;
- б) індекс Герфіндаля-Гіршмана;
- в) коефіцієнт Розенблюта (Холла-Тайдмана);
- г) коефіцієнт Лернера.

10. Який етап є завершальним у загальній послідовності діагностики конкурентного середовища суб'єкта підприємницької діяльності?

- а) побудова конкурентної карти ринку, виявлення стратегічних положень суб'єкта підприємницької діяльності;
- б) визначення типу ринку та оцінювання конкурентних сил його суб'єктів;
- в) оцінювання інтенсивності конкуренції та ступеня монополізації ринку;
- г) аналіз конкурентних позицій суб'єкта підприємницької діяльності на ринку.

ТЕМА 6. МАРКЕТИНГОВИЙ РОЗДІЛ БІЗНЕС-ПЛАНУ

Тестові завдання

1. Оберіть вірну та повну мету розробки розділу "Маркетинг-план":

- а) розрахувати обсяг витрат на маркетинг;
- б) визначити ціну на продукцію (послуги) суб'єкта підприємницької діяльності;
- в) обґрунтувати стратегію виходу суб'єкта підприємницької діяльності на ринок та успішного функціонування на ньому;

- г) визначити чи продукція (послуги) суб'єкта підприємницької діяльності будуть користуватись попитом на ринку.

2. Який з наведених нижче етапів не доцільно включати до внутрішньої логіки розробки розділу "Маркетинг-план"?

- а) опис цільового ринкового сегмента;
- б) вибір каналів збуту продукції;
- в) проведення сегментації споживачів;
- г) опис заходів з підтримки просування продукції (послуг) суб'єкта підприємницької діяльності на ринок.

3. Визначте, яка з наведених нижче стратегій не належить до типів маркетингових стратегій суб'єкта підприємницької діяльності:

- а) неконцентрованого (масового) маркетингу;
- б) недиференційованого (масового) маркетингу;
- в) диференційованого маркетингу;
- г) концентрованого маркетингу.

4. Стратегію цінових ліній використовують у випадку:

- а) впровадження на ринок нової продукції (послуг) з унікальними властивостями;
- б) встановлення ціни на нові види продукції (послуг);
- в) встановлення ціни на продукцію (послуги), яка є аналогічною до представлених на ринку;
- г) встановлення ціни із урахуванням витрат на доставку продукції (послуг).

5. Стратегію закріплення на ринку використовують у випадку:

- а) впровадження на ринок нової продукції (послуг) з унікальними властивостями;
- б) встановлення ціни на нові види продукції (послуг);
- в) встановлення ціни на продукцію (послуги), яка є аналогічною до представлених на ринку;
- г) встановлення ціни із урахуванням витрат на доставку продукції (послуг).

6. Метод вартості виготовлення для визначення ціни на товари (послуги) суб'єкта підприємницької діяльності передбачає:

- а) розрахунок загальної суми витрат та додавання до неї певної норми прибутку;
- б) додавання до повної суми витрат норми прибутку, яка відповідає вкладу суб'єкта підприємницької діяльності у формування вартості виробу (послуги);
- в) встановлення ціни, яка забезпечує планову рентабельність суб'єкта підприємницької діяльності;
- г) додавання до суми змінних витрат на одиницю продукції суми, яка покриває витрати та забезпечує достатню норму прибутку.

7. Метод маржинальних витрат для встановлення ціни на товари (послуги) суб'єкта підприємницької діяльності передбачає:

- а) додавання до суми змінних витрат на одиницю продукції суми, яка покриває витрати та забезпечує достатню норму прибутку.
- б) розрахунок загальної суми витрат та додавання до неї певної норми прибутку;
- в) додавання до повної суми витрат норми прибутку, яка відповідає вкладу суб'єкта підприємницької діяльності у формування вартості виробу (послуги);
- г) встановлення ціни, яка забезпечує планову рентабельність суб'єкта підприємницької діяльності.

8. Таблична форма бюджету витрат на рекламу не дає відповіді на питання:

- а) які засоби реклами передбачається використовувати;
- б) якими є витрати на рекламу суб'єкта підприємницької діяльності станом на початок реалізації підприємницького проекту;

- в) якими є загальні витрати суб'єкта підприємницької діяльності на організацію рекламної кампанії;
- г) як витрати на рекламу будуть розподілені протягом планового періоду.

9. Найбільш доцільним є такий поділ витрат на маркетинг:

- а) 75% – витрати на рекламу; 20% – витрати на стимулювання збуту; 5% – витрати на проведення маркетингових досліджень;
- б) 65% – витрати на рекламу; 25% – витрати на стимулювання збуту; 10% – витрати на проведення маркетингових досліджень;
- в) 70% – витрати на рекламу; 25% – витрати на стимулювання збуту; 5% – витрати на проведення маркетингових досліджень;
- г) 75% – витрати на рекламу; 15% – витрати на стимулювання збуту; 10% – витрати на проведення маркетингових досліджень.

10. Оберіть відповідь, яка правильно та найбільш повно відображає інформацію, яку наводять у табличній формі прогнозу продаж продукції (надання послуг) суб'єкта підприємницької діяльності:

- а) вид продукції (послуг) та обсяг реалізації у натуральному вираженні; ціна продукції (послуг); обсяг продаж у вартісному вираженні; загальний прогноз продаж за періодами планування;
- б) обсяг реалізації у натуральному вираженні; ціна продукції (послуг); обсяг продаж у вартісному вираженні; загальний прогноз продаж за періодами планування;
- в) обсяг продаж у вартісному вираженні за сегментами ринку суб'єкта підприємницької діяльності; загальний прогноз продаж за періодами планування;
- г) ринок; вид продукції (послуг) та обсяг реалізації у натуральному вираженні; ціна продукції (послуг); обсяг продаж у вартісному вираженні; загальний прогноз продаж.

ТЕМА 7. ВИРОБНИЧИЙ РОЗДІЛ БІЗНЕС-ПЛАНУ

Тестові завдання

1. Оберіть вірну та повну мету розробки розділу “Виробничий план”:

- а) здійснити розрахунок витрат на виробництво продукції (надання послуг) та собівартості одиниці продукції (послуги);
- б) визначити ефективність використання ресурсного забезпечення суб'єкта підприємницької діяльності;
- в) обґрунтувати можливості суб'єкта підприємницької діяльності щодо залучення ресурсів та організації виробництва обсягів продукції (надання послуг) згідно плану, якості та у відповідний час;
- г) обґрунтувати максимальну кількість продукції (послуг), яку може виготовити (надати) суб'єкт підприємницької діяльності.

2. Який з наведених нижче етапів не доцільно включати до внутрішньої логіки розробки розділу “Виробничий план”?

- а) обґрунтування потреби у матеріально-технічній базі;
- б) планування виробничої потужності;
- в) розподіл витрат на умовно-постійні та умовно-змінні;
- г) встановлення ціни на продукцію (послуги).

3. Що є основним ресурсним обмеженням у “Виробничому плані”?

- а) виробнича потужність суб'єкта підприємницької діяльності;
- б) кількість виробничих операцій;
- в) ресурсне забезпечення;

г) матеріально-технічна база.

4. Потребу суб'єкта підприємницької діяльності (проекту) в основних виробничих засобах розраховують:

- а) діленням планового обсягу діяльності на фактичну фондомісткість;
- б) множенням планового обсягу діяльності на фактичну фондомісткість;
- в) множенням фондівдачі на плановий обсяг діяльності;
- г) множенням фондівдачі на фактичну суму його основних засобів.

5. Норматив оборотних активів у виробничих запасах розраховують:

- а) діленням середньодобового споживання матеріалів на норму запасу їх споживання;
- б) множенням середньодобового споживання матеріалів на норму запасу їх споживання;
- в) як різницю між середньодобовим споживанням матеріалів та нормою запасу їх споживання;
- г) як суму середньодобового споживання матеріалів та норми запасу їх споживання.

6. Визначте потребу суб'єкта підприємницької діяльності (проекту) у працівниках за такими даними: для працівників передбачено 4 робочих місця; час роботи суб'єкта підприємницької діяльності – 12 год. на день; норма підготовчо-заклучного часу – 1 год.; нормативний робочий час одного працівника – 8 год. на день; суб'єкт підприємницької діяльності працює без вихідних та святкових; кількість днів відпустки – 24; кількість святкових днів у році – 10; коефіцієнт, який враховує планові неявки складає 0,96.

- а) 8 осіб;
- б) 12 осіб;
- в) 4 особи;
- г) 10 осіб.

7. Товарооборот суб'єкта підприємницької діяльності за умови ефективного використання його торгової площі визначають:

- а) множенням фактичної торгової площі на найбільше значення (серед конкурентів) обсягу товарообороту, який припадає на один м² торгової площі;
- б) діленням обсягу товарообороту на його торгову площу;
- в) діленням загального товарообороту в галузі на загальну торгову площу галузі;
- г) множенням фактичної торгової площі галузі на середні по галузі обсяги товарообороту, який припадає на один м² торгової площі та діленням отриманого значення на кількість суб'єктів бізнесу в галузі.

8. За якими складовими слід визначати потребу у матеріально-технічній базі суб'єкта підприємницької діяльності в межах розділу "Виробничий план"?

- а) будинки, споруди, транспортні засоби, ЕОМ, інші основні засоби;
- б) виробничі, складські, громадські, офісні та технологічні приміщення;
- в) будинки, споруди, машини і обладнання, сировина та матеріали;
- г) основні засоби та оборотні активи.

9. Яким буде беззбитковий обсяг виробництва продукції за таких умов: дохід від реалізації продукції (послуг) – 2160 тис. грн; змінні витрати – 1600 тис. грн; постійні витрати – 400 тис. грн; ціна одиниці продукції – 15 грн (розрахувати)?

- а) 140 828 грн;
- б) 180 828 грн;
- в) 144 828 грн;
- г) 102 828 грн.

10. Якою буде сума цільового прибутку суб'єкта підприємницької діяльності, якщо показники рентабельності конкурентів у зоні діяльності складають 8%; собівартість

виробництва – 2 млн грн. Потреба у капіталізації складає 50 тис. грн. Частка чистого прибутку для виробничого розвитку – 50%?

- а) 950 тис. грн;
- б) 500 тис. грн;
- в) 60 тис. грн;
- г) 30 тис. грн.

ТЕМА 8. ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ РОЗДІЛ БІЗНЕС-ПЛАНУ

Тестові завдання

1. *Оберіть вірну та повну мету розробки розділу “Організаційний план”:*

- а) обґрунтувати вибір форми організації підприємницького проєкту та довести, що управлінський персонал спроможний його реалізувати;
- б) обґрунтування витрати суб’єкта бізнесу на систему організації управління ним;
- в) обґрунтувати потребу підприємницького проєкту у його комплексній та системній організації;
- г) обґрунтувати, яка організація здійснюватиме реалізацію підприємницького проєкту.

2. *Який з наведених нижче етапів не доцільно включати до внутрішньої логіки розробки розділу “Організаційний план”?*

- а) обґрунтування потреби в організаційно-правовій формі;
- б) обґрунтування потреби в управлінському персоналі;
- в) обрання організаційної структури управління;
- г) розробка календарного плану-графіка реалізації проєкту.

3. *Яку з наведених нижче типів організаційних структур управління найбільш доцільно обрати для суб’єкта підприємницької діяльності, яке матиме представництва у всіх регіонах України?*

- а) матрична;
- б) дивізіональна;
- в) лінійно-функціональна;
- г) лінійна.

4. *Фактором, який визначає характер організаційної структури управління є:*

- а) стиль керівництва;
- б) наявність фінансових ресурсів;
- в) характер виробництва;
- г) рівень ризикованості бізнесу.

5. *Розрахуйте узагальнюючий показник оцінки організаційної структури управління суб’єктом підприємницької діяльності за такими даними: питомі витрати на управління складають 100 грн/ос.; загальна чисельність персоналу – 25 ос.; частка управлінського персоналу – 20%; фондовіддача основних засобів – 1 тис. грн; фондоозброєність персоналу – 40 грн/ос.:*

- а) 1,00;
- б) 1,09;
- в) 0,99;
- г) 0,09.

6. *Яку з організаційно-правових форм суб’єкта підприємницької діяльності найбільш доцільно обрати за умови необхідності розмежування рівня відповідальності засновників за результати функціонування суб’єкта підприємницької діяльності?*

- а) акціонерне товариство;
- б) товариство з повною відповідальністю;

- в) товариство з обмеженою відповідальністю;
- г) командитне товариство.

7. *Оберіть відповідь, яка найбільш повно характеризує потребу у складанні матриці управлінських можливостей для суб'єкта підприємницької діяльності:*

- а) існує потреба у залученні зовнішніх консультантів;
- б) існує потреба визначити рівень ефективності управління;
- в) існує потреба розробки організаційної структури управління;
- г) існує потреба навести професійно-кваліфікаційну характеристику управлінського персоналу.

8. *Важливим інструментом “Організаційного плану”, який ув'язує основні етапи реалізації бізнес-проєкту з капіталовкладеннями є:*

- а) організаційно-методична карта;
- б) сценарний план проєкту;
- в) алгоритм етапів бізнес-проєкту;
- г) календарний план-графік реалізації проєкту.

9. *Оберіть відповідь, яка найбільш повно характеризує питання, на які дає відповідь складання матриці “Календарний план-графік реалізації проєкту (до моменту початку його реалізації)”:*

- а) зміст етапів основних робіт по проєкту; план реалізації кожного етапу; термін від початку реалізації проєкту до його завершення;
- б) зміст етапів основних робіт по проєкту; терміни та період реалізації етапів; загальна тривалість робіт з підготовки проєкту; вартість кожного етапу; необхідні капіталовкладення за місяцями реалізації проєкту;
- в) перелік етапів основних робіт по проєкту та їх вартість;
- г) зміст етапів основних робіт по проєкту та місяці, в яких вони повинні бути виконані.

10. *Яка інформація з “Організаційного плану” переноситься у розділ бізнес-плану, який розробляється наступним згідно логіки розробки обов'язкових розділів цього документа?*

- а) загальна вартість робіт з таблиці “Календарний план-графік реалізації проєкту (до моменту початку його реалізації)”;
- б) загальна сума витрат на оплату праці управлінського персоналу;
- в) ризики реалізації проєкту, пов'язані з процесами організації управління;
- г) форма власності та організаційно-правова форма суб'єкта підприємницької діяльності.

ТЕМА 9. ФІНАНСОВИЙ РОЗДІЛ ТА ОЦІНКА РИЗИКІВ БІЗНЕС-ПЛАНУ

Тестові завдання

1. *Оберіть визначення, яке найбільш повною мірою відображає визначення суті поняття ризик:*

- а) можливість одержання фінансових втрат через низькі показники ефективності підприємницької діяльності;
- б) втрата майна та грошових коштів підприємства внаслідок настання форс-мажорних обставин;
- в) відхилення результатів підприємницької діяльності від планових показників через умови ринкової конкуренції, державного регулювання та інші фактори внутрішнього та зовнішнього середовища;

- г) відхилення показників підприємницької діяльності від запланованих через не врахування вимог державного регулювання та факторів внутрішнього і зовнішнього по відношенню до підприємства характеру.

2. Серед наведених нижче ризиків оберіть, який не відповідає групі ризиків, пов'язаних із відносинами з контрагентами:

- а) податковий ризик;
- б) ризик не сплати заборгованості;
- в) ризик не завершення будівництва;
- г) ризик недосконалої маркетингової політики.

3. У найбільш загальному вираженні кількісно ймовірність виникнення ризику можна розрахувати:

- а) як добуток кількості випадків настання втрат фінансових результатів на кількість подій, які досліджувались;
- б) як відношення суми добутків можливих фінансових результатів на ймовірність їх настання до кількості подій;
- в) як середньоквадратичне відхилення максимальних та мінімальних значень фінансових результатів підприємства;
- г) шляхом ділення максимально можливого фінансового результату підприємства до найгіршого результату.

4. Ризик, обумовлений зовнішніми по відношенню до суб'єкта підприємництва факторами та який залежить від виду діяльності чи галузі називають:

- а) суб'єктивним;
- б) об'єктивним;
- в) систематичним;
- г) макроекономічним.

5. Яка з перелічених нижче дій не відноситься до етапів системи управління ризиками суб'єкта підприємництва?

- а) проектування альтернативних стратегій ризик-менеджменту;
- б) моніторинг ризиків;
- в) вибір оптимальної стратегії ризик-менеджменту;
- г) метод Монте-Карло.

6. Оберіть вірну та повну мету розробки розділу "Фінансовий план":

- а) визначити суму чистого прибутку суб'єкта підприємництва на кінець планового періоду;
- б) скласти баланс суб'єкта підприємництва на увесь період реалізації підприємницького проєкту;
- в) визначити суму фінансових ресурсів, необхідних для реалізації проєкту;
- г) визначити термін окупності інвестицій по проєкту та обґрунтувати основні показники його ефективності.

7. Який з наведених нижче етапів не доцільно включати до внутрішньої логіки розробки розділу "Фінансовий план"?

- а) розробка плану руху грошових коштів;
- б) розрахунок плану витрат по проєкту;
- в) розрахунок показників-індикаторів обсягів підприємницької діяльності;
- г) розробка планового балансу.

8. Дисконтування використовують для:

- а) приведення вартості теперішніх доходів до майбутнього часу;
- б) приведення вартості майбутніх доходів до теперішнього часу;
- в) покращення показників фінансової ефективності проєкту;

г) визначення термінів реалізації проекту.

9. Якою буде внутрішня норма окупності проекту за такими даними: нормативний термін окупності – 1 рік; капіталовкладення по проекту – 1 млн грн; річний чистий прибуток – 1,1 млн грн?

- а) 0,1;
- б) 0,12;
- в) 0,8;
- г) 0,11.

10. Точці мінімальної рентабельності відповідає значення товарообороту, при якому суб'єкт бізнесу:

- а) забезпечує мінімальну рентабельність власної підприємницької діяльності;
- б) забезпечує мінімальну рентабельність продукції;
- в) покриває загальні витрати та забезпечує віддачу на вкладений капітал;
- г) покриває усі умовно-постійні витрати та забезпечує віддачу на вкладений капітал.

11. Точці ресурсозабезпеченого прибутку відповідає значення доходу, при якому підприємство:

- а) ефективно використовує ресурсне забезпечення;
- б) має прибуток та належний рівень забезпеченості прибутком;
- в) має прибуток, який є достатнім для залучення необхідних ресурсів;
- г) має позитивний рівень рентабельності основних засобів та оборотних активів.

12. З використанням якої з формул можна розрахувати обсяг реалізації продукції, при якому досягається безбитковість діяльності?

- а) $\text{Прибуток} / (\text{Ціна} - \text{Постійні витрати} - \text{Змінні витрати})$;
- б) $\text{Постійні витрати} / (\text{Ціна} - \text{Змінні витрати})$;
- в) $\text{Постійні витрати на одиницю продукції} / (\text{Ціна} - \text{Змінні витрати})$;
- г) $\text{Ціна} - \text{Постійні витрати} - \text{Змінні витрати на одиницю продукції} = 0$.

ТЕМА 10. ПРЕЗЕНТАЦІЯ ТА ЕКСПЕРТИЗА БІЗНЕС-ПЛАНУ

Тестові завдання

1. Оберіть відповідь, яка найбільш повно характеризує роботу з перевірки бізнес-плану:

- а) експертиза обов'язкових розділів бізнес-плану та його оформлення;
- б) експертиза проекту щодо його новизни та перспективності бізнес-ідеї;
- в) експертиза планового документа та експертиза бізнес-ідеї;
- г) експертиза усіх розрахунків на предмет їх точності та науковості, експертиза документа на предмет відповідності вимогам банків та фінансово-кредитних установ.

2. До питань, які охоплює презентація бізнес-плану, не належать:

- а) підприємство та його продукція;
- б) власники підприємства;
- в) умови і терміни повернення коштів кредиторам та інвесторам;
- г) маркетингова стратегія підприємства.

3. Що з переліченого не відносять до способів підвищення ефективності презентації бізнес-плану?

- а) попереднє ознайомлення з бізнес-планом учасників презентації;
- б) вдаліший вибір форми проведення презентації та методів встановлення контактів з учасниками презентації;
- в) незначне використання наочного матеріалу;

- г) наголошування на ключових питаннях пропонованого бізнесу та компетенції команди менеджерів.

4. Презентація бізнес-плану спрямована на:

- а) кредиторів; інвесторів;
- б) страхові компанії; органи державної влади;
- в) бізнес-центри; фонди зайнятості;
- г) всі відповіді правильні.

5. Експертиза бізнес-плану - це:

- а) публічна його оцінка з метою представлення зацікавленим особам;
- б) діагностика досягнення поставлених стратегічних цілей;
- в) представлення бізнес-плану для ділових партнерів;
- г) розрахунок витрат на реалізацію бізнес-плану.

7. Проводити презентацію бізнес-плану повинен:

- а) керівник (підприємець) особисто;
- б) будь-хто з менеджерів підприємства;
- в) секретар референт керівника підприємства;
- г) будь-який працівник підприємства.

8. До ключових моментів, які варто розглянути на презентації бізнес-плану, можна віднести:

- а) відомості про основні техніко-експлуатаційні параметри необхідного устаткування;
- б) характеристику команди, яка буде реалізовувати бізнес-план;
- в) розгляд складу операційних витрат підприємства;
- г) пояснення способів повернення кредиторам та інвесторам вкладених коштів.

9. Яке з нище наведених питань має найменш важливе значення для інвесторів-акціонерів у бізнес-плані:

- а) ризикованості фінансування;
- б) спроможності підприємства регулярно сплачувати проценти за користування позиками;
- в) фізичних параметрів продукту бізнесу.
- г) перспектив прибутковості даного бізнесу-проєкту.

10. Кредитори, вивчаючи бізнес-план, перш за все цікавляться:

- а) регулярністю виплати процентів за користування позикою;
- б) можливістю зміцнення позиції підприємства на ринку;
- в) перспективами прибутковості цього бізнес-проєкту;
- г) спроможністю підприємства повернути свої борги.

ТЕМА 11. МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ РЕАЛІЗАЦІЄЮ БІЗНЕС-ПЛАНУ

Тестові завдання

1. Які моделі не використовуються у системі управління конкурентоспроможністю суб'єкта підприємницької діяльності?

- а) модель конкурентних переваг М. Портера, SWOT-аналіз, PEST-аналіз, GAP-аналіз, PIMS-аналіз, SPACE-аналіз, LOTS-аналіз;
- б) модель BCG, модель GE/McKinsey, модель SHELL/DPM, модель Хофера-Шенделя, модель "життєвого циклу" (ADL/LC);
- в) модель екологічного контролю, модель ініціал Дюпона, модель демографічного зростання, антидемпінгова модель;
- г) метод експертного оцінювання, метод рангів, метод радара, таксономічний аналіз, метод інтегрального критерію, модель накопиченого досвіду.

2. Які переваги властиві інформаційно-методичним моделям управління конкурентоспроможністю суб'єкта підприємницької діяльності?

- а) неповне врахування функціональної скерованості підприємницької системи;
- б) низький рівень суб'єктивного оцінювання, висока адекватність результатів, простота, зрозумілість, низька трудомісткість;
- в) труднощі систематизації інформаційної бази дослідження; складність та трудомісткість розрахунків;
- г) необхідність використання висококваліфікованих спеціалістів з економічної діагностики.

3. *Оберіть характерні ознаки моделі Бостонської консалтингової групи:*

- а) фінансово-економічна самостійність, виробничо-технічна єдність, єдність з конкурентами у боротьбі за споживача;
- б) техніко-економічна структура, організаційно-соціальна єдність, просторово-структурна неупередженість;
- в) суб'єктивна складність, інноваційна обмеженість, просторово-ресурсна наповненість, низька практичність застосування;
- г) простота у застосуванні, диференційованість та висока придатність до розробки стратегії.

4. На які групи поділяють вибірку підприємств-конкурентів залежно від частки ринку окремого підприємства і її середнього значення?

- а) сильна та слабка конкурентна позиція;
- б) ефективне та неефективне використання конкурентного потенціалу;
- в) високий та низький рівні конкурентного статусу;
- г) добросовісне та недобросовісне конкурентні середовища.

5. За якими параметрами формується матриця "конкурентоспроможність / частка товарного ринку суб'єктів підприємницької діяльності" (карта "портфеля конкурентних переваг")?

- а) обсяг реалізованої продукції, кількість підприємств-конкурентів;
- б) відносна частка ринку, рівень конкурентоспроможності;
- в) конкурентна позиція, привабливість напрямку діяльності (бізнесу);
- г) ліквідність, рівень концентрації конкурентного середовища.

6. За якими критеріями формується система координат моделі "Дженерал Електрик Мак-Кінсі"?

- а) обсяг реалізованої продукції, кількість підприємств-конкурентів;
- б) відносна частка ринку, рівень конкурентоспроможності;
- в) конкурентна позиція, привабливість напрямку діяльності;
- г) ліквідність, рівень концентрації конкурентного середовища.

7. На які рівні структурують конкурентну позицію суб'єкта підприємницької діяльності у матриці "балансу життєвого циклу" (моделі ADL/LC)?

- а) "зірки", "важкі діти", "дійні корови", "собаки";
- б) збиткова, слабка, сприятлива (середня), сильна (висока), переважна (дуже висока);
- в) зародження, зростання, зрілість, старіння;
- г) лідер, послідовник лідера, ринковий учасник, аутсайдер.

8. Якими методичними механізмами уточнюють SWOT-аналіз у системі управління конкурентоспроможністю продукції?

- а) матрицями загроз та можливостей суб'єкта бізнесу;
- б) матрицею послідовності вибору загальних стратегій залежно від конкурентної позиції та параметрів ринку;
- в) матрицею аналізу прихильності;

г) матрицею консалтингової компанії “Скандстрат”.

9. Які в системні критерії використовують у SPACE-аналізі системи управління конкурентоспроможністю суб'єкта бізнесу?

- а) відносна частка ринку, рівень конкурентоспроможності;
- б) обсяг реалізованої продукції, кількість підприємств-конкурентів;
- в) конкурентна позиція, привабливість напрямку діяльності (бізнесу);
- г) економічний потенціал (або “фінансова сила”), конкурентні переваги, привабливість бізнес-напрямку, стабільність середовища.

10. Оберіть критерії матриці консалтингової компанії “Скандстрат”:

- а) “оптимальний стратегічний вибір”, “пастка для споживача”, “приманка для споживача”, “країна дурнів”;
- б) “зірки”, “важкі діти”, “дійні корови”, “собаки”;
- в) конкурентна позиція, привабливість напрямку діяльності (бізнесу);
- г) лідер, послідовник лідера, ринковий учасник, аутсайдер.

ТЕМА 12. РОЗРОБКА ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОГРАМ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БІЗНЕСУ

Тестові завдання

1. Оберіть визначення, яке найбільш повно характеризує сутність поняття “програма підвищення конкурентоспроможності бізнесу”:

- а) сукупність властивостей та характеристик продукту, котрі надають йому здатність задовольняти встановлені або передбачувані потреби;
- б) обов'язок індивіда виконувати відповідні політичні, юридичні та моральні вимоги, які встановлюються суспільством, державою чи колективом;
- в) організований комплекс робіт, спрямований на вирішення завдання щодо підвищення конкурентоспроможності бізнесу, виконання котрого обмежено в часі, а також пов'язано зі споживанням конкретних фінансових, матеріальних і трудових ресурсів;
- г) зовнішня негативна реакція з боку суспільства на нормопорушуючі дії суб'єкта, що руйнують соціальну комунікацію, і легітимна соціальна відповідь на неприпустиму поведінку через реалізацію принципу покарання.

2. Яка характерна ознака не властива програмі підвищення конкурентоспроможності бізнесу?

- а) складна організаційна структура (залучення великої кількості виконавців і організація їх кооперації);
- б) невиконання керівництвом правових норм із забезпечення належних умов праці;
- в) складна динаміка функціонування та великі терміни розробки;
- г) суттєві ризики успішного виконання.

3. Оберіть визначення, яке найбільш повно характеризує сутність поняття “управління програмою підвищення конкурентоспроможності бізнесу”:

- а) підготовка інвестиційних проєктів для державних і відомчих структур щодо спільного розвитку соціального та інтелектуального капіталу на територіях функціонування;
- б) зовнішня негативна реакція з боку суспільства на нормопорушуючі дії суб'єкта, що руйнують соціальну комунікацію, і легітимна соціальна відповідь на неприпустиму поведінку через реалізацію принципу покарання;
- в) мистецтво координації людських і матеріальних ресурсів протягом розробки та реалізації програми підвищення конкурентоспроможності для досягнення

визначених у програмі результатів щодо складу та об'єму робіт, вартості, часу, якості, цільового рівня конкурентоспроможності та рівня задоволення учасників програми;

- г) характеристика, яка відображає відповідність певної продукції конкретним потребам споживача, що охоплюють переваги й вимоги до споживчих властивостей продукції та витрати на її придбання порівняно з конкурентною продукцією, представленою на ринку в певний момент часу.

4. Які організаційні форми не можуть бути впроваджені суб'єктом підприємницької діяльності для підвищення конкурентоспроможності?

- а) інституалізація соціального партнерства та перехід до тарифної системи колективно-договірного регулювання зайнятості та оплати праці;
- б) запровадження організаційно-стратегічного підходу до управління розвитком трудових відносин;
- в) повна безвідповідальність функціональних підрозділів перед керівництвом суб'єкта підприємницької діяльності у бізнес-процесах;
- г) удосконалення та узгодження організаційно-правових форм бізнесу і зайнятості.

5. У якій сфері не може бути забезпечене підвищення конкурентоспроможності бізнесу?

- а) управління людськими ресурсами;
- б) застосування населенням громадських об'єднань;
- в) управління інноваціями та технологіями;
- г) використання інформації.

6. Завдяки яким економічним зовнішнім передумовам розпочинається розробка програми підвищення конкурентоспроможності бізнесу?

- а) швидкий науково-технічний розвиток, виникнення нових технологій і товарів-замінників, підвищення вимог до сертифікації продукції в галузі;
- б) сприятлива для розвитку галузі політика органів влади, захист вітчизняного виробника, законодавчі обмеження;
- в) демографічна ситуація, зміна потреб і купівельної спроможності споживачів, наявність кваліфікованої робочої сили;
- г) виникнення нових товарних ринків, підвищення вимог до якості продукції, загострення конкуренції, завершення життєвого циклу продукції, активна інвестиційна політика.

7. Який з етапів є першим у розробці програми підвищення конкурентоспроможності бізнесу?

- а) формулювання стратегій реалізації програми;
- б) визначення та впорядкування пріоритетності цілей;
- в) оцінювання очікуваної ефективності запропонованих заходів;
- г) планування дій і визначення фаз програми.

8. На якому етапі здійснюється поетапна декомпозиція процесу реалізації програми підвищення конкурентоспроможності бізнесу?

- а) формулювання стратегій реалізації програми;
- б) визначення та впорядкування пріоритетності цілей;
- в) оцінювання очікуваної ефективності запропонованих заходів;
- г) планування дій і визначення фаз програми.

9. Оберіть інструмент, який не використовується у структуруванні програми підвищення конкурентоспроможності бізнесу:

- а) дерево ризиків;
- б) SWOT-аналіз;

- в) дерево вартості;
- г) матриця відповідальності.

10. Які фактори не слід враховувати при розробленні і впровадженні програми підвищення якості продукції суб'єкта бізнесу?

- а) досвід вітчизняних та зарубіжних підприємств з управління якістю продукції і підвищення ефективності виробництва;
- б) останні досягнення науки і техніки;
- в) вибори в органи виконавчої влади та місцевого самоврядування;
- г) можливість широкої автоматизації та механізації всіх процесів і використання обчислювальної техніки.

3. ЗАГАЛЬНІ ВКАЗІВКИ ДО САМОСТІЙНОГО ВИВЧЕННЯ КУРСУ

Для кращого засвоєння та закріплення матеріалу з дисципліни «Бізнес-планування в туристичній галузі» передбачається самостійна робота здобувачів вищої освіти, яка є однією з форм навчально-виховного процесу, що охоплює як аудиторну, так і позааудиторну роботу. Правильна її організація сприяє активізації мислення, розвитку ініціативи, виробленню стійких навичок самостійної творчої діяльності.

Призначення самостійної роботи здобувачів освіти є поглиблення та розширення розуміння змісту теоретичних положень дисципліни. Студенти поглиблено вивчають матеріал, викладений у лекційному курсі, займаються самопідготовкою до практичних занять.

Самостійна робота здобувачів в межах, визначених тематичним планом дисципліни «Бізнес-планування в туристичній галузі», проводиться у наступних формах:

№ п/п	Назва теми	Форми контролю
1.	Опрацювання основних тем курсу на основі лекційного матеріалу за допомогою поглибленого вивчення літератури та пошуку додаткової інформації	Опитування, експрес-контроль, письмовий контроль
2.	Підготовка доповідей і виступів на семінарських (практичних) заняттях, самостійний пошук додаткових інформаційно-довідкових джерел з метою посилення відповідної аргументації	Виступи, доповіді, дискусії
3.	Опрацювання окремих питань та тем, винесених на самостійне вивчення, відповідно до рекомендованої навчально-методичної літератури	Підготовка доповіді, письмовий контроль
4.	Підготовка до різних форм проміжного (поточного і модульного) контролю (контрольних робіт, тестових завдань, тощо)	Контрольна робота, тестування
5	Підготовка і виконання індивідуального завдання	Презентація (захист) індивідуального завдання, реферату

Самостійній роботі передують лекції, на яких розглядаються базові та проблемні теми курсу. Після цього здобувачі повинні самостійно ознайомитися з основними питаннями кожної теми відповідно до навчальної програми, рекомендованими підручниками, навчально-методичною літературою, нормативною базою, періодичними виданнями.

Кожне завдання передбачає самостійне вивчення частини програмового матеріалу, систематизацію, поглиблення, узагальнення, закріплення та практичне застосування знань, отриманих з навчального курсу.

Важливою формою самостійної навчальної діяльності студентів є написання та захист реферату. Написання реферату сприяє поглибленню знань з навчальної дисципліни, подальшій систематизації, розширенню та закріпленню набутих знань.

Для підготовки реферату необхідно:

- ✓ поглибити, упорядкувати та закріпити теоретичні знання з дисципліни;
- ✓ відпрацювати навички самостійної роботи з елементами творчого пошуку та ініціативи;
- ✓ викласти теоретичний матеріал, проаналізувати практичну інформацію, літературу, довідкові видання тощо;
- ✓ застосовувати сучасні наукові методи дослідження економічних процесів;
- ✓ аналізувати конкретні економічні факти, робити наукові узагальнення та висновки.

Обов'язковим етапом роботи над рефератом є його захист, який включає викладення основних положень роботи для громадськості. Захист есе включає:

Коротке повідомлення про актуальність теми реферату, визначення мети та завдання роботи, отримані результати, висновки та пропозиції.

Відповіді на запитання викладача та однокурсників.

Відгук наукового керівника-консультанта про написаний реферат (самостійність, своєчасність, актуальність змісту теми, повнота його розкриття, відповідність вимогам до оформлення тощо).

Тематику рефератів з дисципліни наведено в *додатку А*, вимоги до його написання - в *додатку В*.

Самостійна (індивідуальна) робота здобувачів, яка передбачена в темі поряд з аудиторною, оцінюється під час поточного контролю теми на відповідному занятті.

Засвоєння тем (завдань), які виносяться лише на самостійну роботу виділені як окремих елемент навчального модуля із встановленням для нього вагового коефіцієнта.

Контроль і облік поточної успішності на аудиторних заняттях самостійної (індивідуальної) роботи здійснюється шляхом виставлення в журналі обліку роботи викладача оцінок за чотирибальною (національною) шкалою.

ПИТАННЯ САМОСТІЙНОГО ВИВЧЕННЯ З ДИСЦИПЛІНИ

Назва теми, окремі питання з якої виносяться на самостійне вивчення з курсу «Бізнес-планування в туристичній галузі»
Бізнес-планування в туристичній галузі: сутність, цілі, інформаційне забезпечення Структура та складові туристичної галузі. Розвиток туристичної галузі як складової економіки регіону. Напрями бізнес-планування в туристичній галузі. Особливості поняття «туристичний бізнес-проект». Роль планування в умовах сучасного господарювання.
Види і об'єкти планування діяльності в галузі туризму Планування на підприємстві галузі туризму як складова менеджменту підприємства. Прогресивне планування (спосіб “знизу-вгору”). Ретроградний метод планування (“зверху-донизу”). Круговий метод (“зустрічне планування”).
Стадії процесу бізнес-планування Інноваційні підходи до бізнес-планування. Зміст робіт на початковій стадії бізнес-планування.
Підготовча стадія бізнес-планування Аналіз діяльності підприємства галузі туризму. Наукові підходи до визначення альтернативних стратегій діяльності суб'єктів підприємництва.

Структура, розробка та оформлення бізнес-плану

Послідовність розділів при розробці бізнес-плану.

Оформлення титульного аркушу бізнес-плану.

Внутрішня логіка розробки бізнес-плану.

Правила до оформлення бізнес-плану.

Галузь, суб'єкт підприємницької діяльності та його продукція (послуги)

Етапи життєвого циклу продукції (послуги) суб'єкта підприємницької діяльності.

Прогнозування місткості ринку.

Товарна політика підприємства.

Характеристика матриці «Рівень інвестиційної привабливості галузі».

Побудови матриці «Географічне покриття – портфель продуктів» розташування суб'єктів бізнесу-конкурентів за стратегічними сегментами.

Кількісні та якісні методи прогнозування обсягів доходу.

Діагностика конкурентного середовища суб'єкта діяльності в галузі туризму

Сегментація цільового ринку.

Характеристика моделі 5 сил конкуренції М.Портера.

Експертна діагностика конкурентного середовища за методикою А. Томпсона і А. Стрікланда.

Порівняльна характеристика окремих видів конкуренції.

Характеристика типів ринків за ступенем концентрації.

Аналіз конкурентних позицій суб'єкта діяльності на ринку туризму.

Карта стратегічних груп як інструмент аналізу внутрішньогалузевої конкуренції.

Маркетинговий розділ бізнес-плану

Процес планування та формування маркетингової стратегії.

Методичні засади сегментування і позиціонування суб'єкта підприємницької діяльності та його продукції на ринку.

Управління інструментами маркетингу.

Стратегія розподілу продукції суб'єкта підприємницької діяльності та управління каналами збуту.

Виробничий розділ бізнес-плану

Система матеріально-технічного забезпечення суб'єкта бізнесу.

Виробнича потужність та виробнича програма суб'єкта бізнесу.

Теоретико-методичні засади організації виробництва.

Методика нормування ресурсного забезпечення суб'єкта бізнесу.

Організаційний розділ бізнес-плану

Теоретичні засади управління суб'єктом підприємницької діяльності.

Основи підприємницької діяльності в галузі туризму: створення суб'єкта підприємницької діяльності та започаткування бізнесу.

Види суб'єктів підприємницької діяльності в Україні.

Нормативно-правова база ведення підприємницької діяльності в галузі туризму в Україні.

Календарний план-графік реалізації підприємницького проєкту.

Фінансовий розділ бізнес-плану

Графічна інтерпретація планування обсягу діяльності суб'єкта підприємництва.

Особливості фінансового планування в галузі туризму.

Методичні засади розробки стратегії та фінансового плану.

Методичні засади розрахунку фінансових показників інвестиційного проєкту.

Джерела залучення та види інвестицій.

Оцінка ризиків у бізнес-плані

Типи можливих ризиків при реалізації бізнес-проектів в галузі туризму.

Інвестиційні ризики в туристичній галузі.

Страхові та нестрахові ризики туристичної діяльності.

Методика оцінки ризикованості інвестиційних проектів у рамках бізнес-планування.

Методика та показники моніторингу зовнішнього середовища функціонування суб'єкта бізнесу як напрям недопущення ризикових ситуацій.

Шляхи та заходи щодо мінімізації та профілактики комерційного ризику

Презентація та експертиза бізнес-плану

Сучасні форми презентації бізнес-плану.

Використання графічних засобів при презентації бізнес-плану.

Спеціальні комп'ютерні програми, що використовуються для презентації бізнес-плану.

Експертиза змістовного розділу бізнес-проекту та підготовка аналітичної записки.

Моделі управління реалізацією бізнес-плану

Розподіл ймовірностей досягнення запланованих обсягів реалізації продукції у матриці “продукт ринок”.

Матриця “значущість ресурсудоступність ресурсу” як інструмент стратегічного управління конкурентоспроможністю суб'єкта підприємницької діяльності.

Необхідність формування стратегічного мислення для системи управління конкурентоспроможністю суб'єкта підприємницької діяльності.

Фактори, що формують стратегічний рівень суб'єкта підприємницької діяльності у конкурентному середовищі.

Модель ієрархічної структури середовища, запропонована У. Діллом та розвинена А. Томпсоном.

Переваги та недоліки моделей стратегічного аналізу конкурентоспроможності суб'єкта підприємницької діяльності (GAP-аналіз, PIMS-аналіз, LOTS-аналіз, модель SHELL/DPM, модель Хофера-Шенделя).

Портфельний аналіз системи управління конкурентоспроможністю суб'єкта підприємницької діяльності.

Формування системи управління конкурентоспроможністю на основі моделі конкурентних рішень К. Омае.

Інформаційні системи управління конкурентоспроможністю суб'єкта підприємницької діяльності.

Моделі формування стратегічної поведінки персоналу суб'єкта підприємницької діяльності у середовищі досконалої конкуренції.

Поточне та стратегічне бюджетування конкурентоспроможності суб'єкта підприємницької діяльності.

Концептуальні основи формування організаційної системи управління конкурентоспроможністю стратегічного типу.

Розроблення та реалізація програм підвищення конкурентоспроможності бізнесу

Програми підвищення якості продукції (послуг) та ефективності підприємницької діяльності як складові програми підвищення конкурентоспроможності бізнесу.

Етапізація розробки і реалізації конкурентної стратегії суб'єкта бізнесу.

Учасники програми підвищення конкурентоспроможності бізнесу.

Групові форми підвищення конкурентоспроможності бізнесу.

Напрями дій при розробленні та виконанні програми підвищення конкурентоспроможності бізнесу.

Фактори успіху програми підвищення конкурентоспроможності бізнесу.
Постадійна декомпозиція процесу розробки програми підвищення конкурентоспроможності бізнесу.
Організаційна структура управління програмою підвищення конкурентоспроможності бізнесу.
Характеристика інструментів структурування програми підвищення конкурентоспроможності бізнесу.
Складові процесу структурування програми підвищення конкурентоспроможності бізнесу.
Взаємозв'язки програм підвищення конкурентоспроможності бізнесу, галузі та країни.
Характеристика методів та інструментів системи управління якістю продукції як складової підвищення конкурентоспроможності бізнесу.
Міжнародний досвід реалізації програм підвищення конкурентоспроможності бізнесу.

4. ІНДИВІДУАЛЬНЕ НАВЧАЛЬНО-ДОСЛІДНЕ ЗАВДАННЯ

Індивідуальна робота студента є формою організації навчального процесу, яка передбачає створення умов для як найповнішої реалізації творчих можливостей студентів через індивідуально-спрямований розвиток їхніх здібностей, науково-дослідну роботу й творчу діяльність.

Індивідуальне завдання – форма організації навчання, яка має на меті поглиблення, узагальнення та закріплення знань, які студенти отримують у процесі навчання, а також застосування цих знань на практиці.

Індивідуальне завдання студенти виконують самостійно під керівництвом викладача. Індивідуальні завдання виконуються окремо кожним студентом.

ЗАВДАННЯ ТА ВИМОГИ ДО ВИКОНАННЯ

ІНДЗ включає наступні елементи наукового дослідження:

- практична значущість;
- комплексний і системний підходи до вирішення поставленого завдання;
- використання сучасних теоретичних методологій і наукових розробок та досліджень за даним напрямом;
- застосування творчого підходу й відбиття власного бачення вирішення поставленого завдання.

Зміст виконання індивідуального завдання з дисципліни «Бізнес-планування в туристичній галузі» полягає у тому, кожен здобувач вищої освіти повинен розробити власний бізнес-план діяльності суб'єкта підприємницької діяльності в галузі туризму.

Загальні положення по складанню бізнес – планів

1.Короткий опис підприємницького проекту (резюме)

Резюме пишуть після виконання всіх інших розділів бізнес-плану. Його зміст та форма викладу повинні вже при першому ознайомленні зацікавити і переконати потенційних засновників або кредиторів в тому, що пропозиція є гарним товаром для бізнесу. Іншими словами – резюме є рекламою вашої розробки.

Обґрунтування повинно бути простим, лаконічним і зрозумілим. В ньому необхідно висвітлити такі положення:

- назва підприємницького проекту;
- назва підприємства;
- адреса підприємства;
- ціль підприємницького проекту;
- характеристику розробки, послуги, а саме чим вони відрізняються від аналогічних на ринку;
- фінансові результати, які очікуються від впровадження розробки, собівартість виробництва, обсяги реалізації, ціни, очікуваний прибуток, рівень рентабельності та термін окупності капіталовкладень;
- потрібну суму коштів, суму інвестицій або кредиту для реалізації розробки і термін його повернення;
- оцінка ризику втрати коштів.

2. Опис суб'єкта підприємницької діяльності в галузі туризму (підприємства) - організаційно-економічні основи підприємства;

- місцезнаходження;
- виробничий напрямок;
- чисельність працюючих, в тому числі апарат управління;
- ресурсне забезпечення.

3. Характеристика розробки

В даному розділі необхідно обґрунтувати наступні питання:

1) яку нову розробку, послугу чи продукцію буде постачати на ринок ваше підприємство ?

2) відобразити характеристику розробки, послуги чи продукції як товару, тобто виділити особливості та переваги, за якими споживачі будуть віддавати йому перевагу

3) чи є Ваш товар новинкою на ринку?

4) для якого загалу споживачів Ваша розробка розрахована?

5) чи має Ваш товар патенти, авторські свідоцтва і т.д.

4. Маркетинговий план

Виходячи з замовлення господарства на розробку та кон'юнктури ринку необхідно дати вичерпну характеристику ринку збуту нового виду продукції чи послуг. Необхідно вказати хто буде покупцем товару та кількість, яку Ви зможете постачати на ринки збуту. Також необхідно відобразити прогноз збуту продукції на найближчу перспективу (3 роки).

5. Виробничий план

- доцільність впровадження проекту;
- стислий опис технології виробництва;
- умови придбання обладнання, його ціни, затрати на транспортування, дані про їх виробників;
- умови придбання сировини, матеріалів і комплектуючих та затрати на них
- вказати методи економічного обґрунтування технології.

6. Фінансовий план

Це ключовий розділ бізнес-плану, головна мета якого - узагальнити основні положення попередніх розділів та звести їх в одне ціле у вартісному вигляді. Він обґрунтовує економічну доцільність діяльності сільськогосподарського підприємства. Потенційний інвестор чи кредитор своє рішення щодо фінансування господарства приймає на основі результатів цього розділу. Термін фінансового планування повинен співпадати з термінами планування інших розділів.

Насамперед потрібно подати детальну інформацію про фінансові ресурси, які необхідні підприємству для подальшого розвитку свого бізнесу, а саме:

- необхідна кількість грошових коштів;
- джерела фінансування;
- умови та термін використання грошових коштів;
- надходження грошових коштів;
- призначення грошових коштів;

➤ забезпечення заставою (якщо мова йде про отримання кредиту).

Якщо для придбання техніки, обладнання береться кредит, то вказується в якому банку, розмір відсотків, застава.

Суть ІНДЗ студент доповідає на семінарі. Він готує презентацію і протягом 5-7 хв. коротко викладає основні положення своєї роботи й відповідає на запитання.

5. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ, ЩО ВІНОСЯТЬСЯ НА КОНТРОЛЬНІ ЗАХОДИ ТА ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ

1. Поняття та зміст туристичної галузі.
2. Сутність бізнес-планування та призначення бізнес-плану в туристичній галузі.
3. Мета розробки та функції бізнес-плану в галузі туризму.
4. Цілі розробки бізнес-плану.
5. Інформаційне забезпечення бізнес-планування.
6. Загальна методологія розробки бізнес-плану.
7. Види бізнес-планів та їх класифікація.
8. Види планів необхідних для ефективного управління діяльністю підприємства та їх класифікація.
9. Характеристика підходів до планування діяльності суб'єктів туристичної галузі.
10. Причини, що викликають необхідність планування діяльності суб'єктів туристичної галузі.
11. Організація розробки планів.
12. Основні стадії та етапи розробки бізнес-плану та їх реалізація для різних бізнес-структур.
13. Характеристика початкової стадії бізнес-планування.
14. Характеристика підготовчої стадії бізнес-планування.
15. Характеристика основної стадії бізнес-планування.
16. Підготовча стадія розробки бізнес-плану.
17. Логіка процесу стратегічного планування на підготовчій стадії.
18. Види аналізу та особливості їх застосування при бізнес-плануванні в галузі туризму.
19. SWOT-аналіз як засіб дослідження конкурентоспроможності суб'єкта туристичної галузі.
20. Оцінювання сприятливих зовнішніх можливостей та загроз реалізації бізнес-проекту.
21. Виявлення сильних і слабких сторін суб'єкта підприємницької діяльності (бізнес-проекту).
22. Визначення місії бізнес-проекту та формування його цілей.
23. Аналіз стратегічних альтернатив та обрання стратегії.
24. Загальна структура бізнес-плану.
25. Логіка розробки бізнес-плану.
26. Загальна характеристика розділів бізнес-плану: резюме; характеристика підприємства; характеристика туристичних (готельно-ресторанних) послуг; дослідження і аналіз ринку послуг; маркетинговий план; організаційний план; виробничий план; фінансовий план; оцінка ризиків і страхування; додатки.
27. Вимоги до стилю написання та оформлення бізнес-плану.
28. Технологія формування бізнес-плану.
29. Характеристика підприємства – суб'єкта діяльності в туристичній галузі.
30. Опис базових галузевих параметрів.
31. Місія, цілі та стратегія розвитку суб'єкта діяльності в туристичній галузі.
32. Характеристика продукції (послуг), що виробляються суб'єктом діяльності в туристичній галузі.
33. Дослідження та аналіз ринків реалізації продукції (послуг) туристичної галузі.
34. Методи прогнозування обсягів продаж.
35. Сутність конкурентного середовища та його складові.
36. Характеристика конкурентного середовища та конкурентних переваг.

37. Методика діагностики конкурентного середовища суб'єкта підприємницької діяльності.
38. Оцінювання конкурентних сил та визначення типу ринку.
39. Оцінювання інтенсивності конкуренції.
40. Аналіз конкурентних позицій суб'єкта діяльності на ринку туризму.
41. Цілі та логіка розробки маркетинг-плану.
42. Стратегія маркетингу: сутність, складові елементи та особливості застосування.
43. Етапи процесу формулювання цілей маркетингової діяльності підприємства.
44. Стратегії ціноутворення: сутність та особливості використання.
45. Етапи формування політики ціноутворення.
46. Стратегія збуту та реалізації продукції (послуг) підприємства.
47. Розробка рекламної компанії.
48. Фінансові потреби на реалізацію плану маркетингу.
49. Головне завдання і складові виробничого плану.
50. Зміст та структура виробничого плану.
51. Розрахунок потреби в ресурсах та виробничих запасах.
52. Формування матеріально-технічної бази.
53. Визначення потреби в кадрах.
54. Планування витрат на виробництво.
55. Нормування ресурсного забезпечення бізнес-плану.
56. Потреба в додаткових інвестиціях.
57. Цілі і завдання організаційного плану.
58. Структура організаційного плану.
59. Зміст основних розділів організаційного плану.
60. Вибір організаційної структури та визначення потреби в управлінському персоналі.
61. Календарний план-графік реалізації підприємницького проєкту.
62. Значення, зміст і технологія розробки фінансового плану.
63. Визначення розміру необхідних додаткових фінансових ресурсів.
64. Основні табличні форми фінансового плану.
65. План доходів і видатків.
66. План руху готівки.
67. Плановий баланс.
68. Очікувані фінансові коефіцієнти.
69. Оцінка ефективності інвестицій за моделлю дисконтованих грошових потоків.
70. Бюджетна та суспільна економічна ефективність бізнес-плану.
71. Сутність та види ризиків, які враховуються при бізнес-плануванні.
72. Типи можливих ризиків.
73. Цілі, логіка розробки та структура розділу «Оцінка комерційних ризиків».
74. Способи реагування на загрози для бізнесу.
75. Методи оцінювання впливу ризиків та напрями їх мінімізації.
76. Цілі та завдання презентації бізнес-плану.
77. Організація проведення презентації бізнес-плану.
78. Способи підвищення ефективності презентації бізнес-плану.
79. Методологічні основи експертизи бізнес-плану.
80. Інформаційно-методичні моделі управління конкурентоспроможністю суб'єкта діяльності в галузі туризму.
81. Оцінювання конкурентних позицій суб'єктів підприємницької діяльності методом Бостонської консалтингової групи.
82. Багатофакторна модель як засіб системного управління реалізацією бізнес-проєктів.

83. Моделі портфельного аналізу та проєктування в системі управління конкурентоспроможністю суб'єкта підприємницької діяльності.
84. SWOT-аналіз як інструмент управління конкурентоспроможністю суб'єкта підприємницької діяльності.
85. Моделі системного підходу до управління реалізацією бізнес-проєктів.
86. Концепція розробки та основні елементи програми підвищення конкурентоспроможності бізнесу.
87. Передумови, що визначають необхідність розробки програми підвищення конкурентоспроможності бізнесу.
88. Етапи розробки програми підвищення конкурентоспроможності бізнесу.
89. Програми підвищення якості продукції (послуг) та ефективності підприємницької діяльності як складові програми підвищення конкурентоспроможності бізнесу.
90. Етапізація розробки і реалізації конкурентної стратегії суб'єкта бізнесу.

6. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ

Базова

1. Агафонова Л. Підготовка бізнес-плану : практикум / Л. Агафонова. – К. : Знання, 2013. – 158с.
2. Бізнес-планування підприємницької діяльності: навч. посіб. / З. С. Варналій, Т. Г. Васильців, Р. Л. Лупак, Р. Р. Білик. Чернівці: Технодрук, 2019. -264 с.
3. Волошина, С.В. Бізнес-планування : курс лекцій для студентів ступеня «бакалавр» / Мво освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. економіки; С.В. Волошина. – Кривий Ріг : [ДонНУЕТ], 2017. – 71с.
4. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу. Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с
5. Должанський І.З., Загорна Т.О. Бізнес-план: технологія розробки. Навчальний посібник. 2-ге вид. – К.: Центр учбової літератури. – 2009 р. – 384 с.
6. Мальська М.П., Бордун О.Ю. Планування діяльності туристичних підприємств: Навч. посіб. – К.: Знання, 2005. – 241 с.
7. Положення про типовий бізнес-план: Затв. наказом Фонду державного майна України від 26.05.94 № 301 // Підприємництво і ринок України. – 1994. – № 11.

Допоміжна

8. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний і ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання / Навч. посібник. – К.: Вид-во “Знання України”, 2002. – 358 с.
9. Балабанова, Л.В. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій: навч. посіб. / За ред. Л.В.Балабанової. – К.: Знання, 2005. – 301с.
10. Барроу К. Бізнес-план : практ. посіб. / К. Барроу, П. Барроу, Р. Браун. – К. : Знання, 2001. – 285 с.
11. Бігус М.М. Бізнес-планування в туризмі. – Опорний конспект лекцій для студентів денної та заочної форми навчання. – ЛІЕТ, 2015. 112 с
12. Бізнес-планування у готельно-ресторанній справі [Текст]: навч. посіб. для студ. спец. 6.140101 "Готельно-ресторанна справа" ден. та заочн. форм навч. / А. О. Аветісова, Н.С. Палій, Ю.Ю. Юрченка; Донецька нац. ун-т економіки та торгівлі ім. М. Туган-Барановського, Каф. економіки та упр. інновац. діяльністю. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2011. – 125 с
13. Білоусько Т. Ю. Вибір матричних методів в обґрунтуванні стратегії розвитку підприємства [Електронний ресурс] / Т. Ю. Білоусько. – Режим доступу: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?
14. Варналій З. С. Конкуренція і підприємництво : монографія / З. С. Варналій. – К. : Знання України, 2015. – 463 с.
15. Васильців Т. Г. Економічна безпека підприємництва України: стратегія та механізми зміцнення : монографія / Т. Г. Васильців. – Львів : Арал, 2008. – 386с.
16. Економічна діагностика: практикум / О. О. Адлер. – Вінниця: ВНТУ, 2012. – 91с.
17. Кіндрацька Г. І. Економічний аналіз : підруч. / Г. І. Кіндрацька, М. С. Білик, А. Г. Загородній. – [3-ге вид., перероб. і доп.]. – К. : Знання, 2008. – 487 с.
18. Козловський В. О. Бізнес-планування : навч. посіб. / В. О. Козловський, О. Й. Лесько. – Вінниця : ВНТУ, 2006. – 190 с. 10.
19. Кучеренко В. Р. Бізнес-планування фірми: навч. посіб. / В. Р. Кучеренко, В. А. Карпов, О. С. Маркітан. – К.: Знання, 2006. – 423 с.

20. Македон В. В. Бізнес-планування: навч. посіб. / В. В. Македон. – К. : ЦУЛ, 2009. – 236с.
21. Мальська М.П., Пандяк І.Г. Готельний бізнес: теорія та практика. Підручник. 2-ге вид. перероб. Та доп. – К.: Центр учбової літератури, 2012. -472 с.
22. Навчально-методичний відділ. Розроблення бізнес-плану підприємств. Методичні рекомандації. – Львів, ЛІЕТ, 2006. – 20 с.
23. Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 348 с.
24. Планування діяльності підприємства: навч. посіб. / [за ред. Свінцицької О. М.]. – К. : Кондор, 2009. – 264 с.
25. Покропивний С. Ф. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування: навч. посіб. / С. Ф. Покропивний, С. М. Соболь, Г. О. Швиданенко. – К.: КНЕУ, 2002. – 379 с.
26. Покропивний С. Ф., Соболь С. М., Швиданенко Г. О. Бізнес-план: технологія розробки і обґрунтування: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. – К.: КНЕУ, 2011.
27. П'ятницька Г.Т., П'ятницька Н.О. Менеджмент громадського харчування: Підр. для вузів. – К.: Київський національний торгово-економічний ун-т, 2001. – 655с.
28. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства : навч. посіб. / Г. В. Савицька. – [2-ге вид., випр. і доп.]. – К. : Знання, 2005. – 662 с.
29. Тарасюк Г.М. Бізнес-план: розробка, обґрунтування та аналіз. Навч. посібник. К.: Каравела, 2008.- 280с
30. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. / [С. М. Клименко, Д. О. Барабась та ін.]. – К. : КНЕУ, 2006. – 527 с.
31. Швайка Л. А. Планування діяльності підприємства : навч. посіб. / Л. А. Швайка. – [вид. 4-те., стер.]. – Львів: “Новий світ-2000”, 2010. – 268 с.
32. Ясинський В. В. Бізнес-планування: теорія і практика : навч. посіб. / В. В. Ясинський, О. О. Гайдай. – К. : Каравела, 2004. – 232 с.
33. Shay J. P. Dynamic Competitive Strategy: Towards a Multi-perspective Conceptual Framework [Electronic resource]. – Access mode: <http://scheller.gatech.edu/directory/faculty/rothaermel/pubs/99LRP.pdf>.
34. Vasylytsiv T. G., Lupak R. L., Kynytska-Iliash M. V. Strategic approaches to the effective use of intangible assets as a condition for strengthening the competitiveness of enterprises. Scientific Bulletin of Polissia. – 2018. – № 2 (14), P. 2. – P. 8-15.
35. Vasylytsiv T., Lupak R., Osadchuk Yu. Assessment of the level of penetration of import dependence in the context of the import substitution policy in Ukraine. Economic Annals-XXI. – 2017. – № 167 (9-10). – P. 13-17.

Інформаційні ресурси

- Бізнес-план: приклади, структура та як його скласти [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://ua.weblium.com/blog/biznes-plan-sho-ce-yak-sklasti-prikladi>
- Все про відпочинок в Закарпатті [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://tourinform.org.ua>
- Офіційний туристично-інформаційний портал Закарпаття [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.transcarpathiatour.com.ua>
- Розвиток туризму [Електронний ресурс] / Сайт Всесвітньої організації туризму – Режим доступу: <http://sdt.unwto.org>
- marketing-ua.com
- Як скласти бізнес-план [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://seo-marketing.com.ua/biznes-plan-iak-ioho-sklasty-ta-chomu-vin-vazhlyvyi-rozdily-ta-struktura>

ПРОПОНОВАНА ТЕМАТИКА РЕФЕРАТІВ

1. Аналіз факторів мікросередовища підприємства туристичної галузі.
2. Взаємозв'язок об'єкта та типів управлінських рішень процесу бізнес планування.
3. Використання основних економічних законів розвитку в прогнозуванні.
4. Внутрішнє середовище туристичного підприємства.
5. Життєвий цикл туристичного продукту.
6. Загальна характеристика виробничого плану підприємства туристичної галузі.
7. Загальна характеристика маркетингового плану туристичного підприємства.
8. Зміст та структура бізнес-плану залежно від цілей його розробки та аудиторії, на яку він розрахований.
9. Мета, значення та доцільність розробки бізнес-плану на кожному з етапів життєвого циклу підприємства
10. Метод цільового прибутку як метод планування: суть, переваги та недоліки.
11. Методи вибору стратегії в умовах диференційованого виробництва.
12. Методи вибору стратегії в умовах монопрофільної діяльності.
13. Методика нормування ресурсного забезпечення підприємства туристичної галузі.
14. Методика проведення SWOT-аналізу туристичної фірми.
15. Методичні засади сегментування і позиціонування підприємства та його продукції на ринку.
16. Методологія проведення маркетингового дослідження (етапи проведення).
17. Моніторинг внутрішнього середовища туристичної фірми.
18. Мотивація трудової діяльності. Економічні та неекономічні стимули.
19. Об'єктивна необхідність підготовчої стадії бізнес-планування.
20. Основи підприємницької діяльності: створення підприємства та започаткування бізнесу.
21. Особливості фінансових відносин у туристичному бізнесі.
22. Планування комплексних фінансових показників туристичного бізнесу.
23. Планування конкурентоздатності туристичних послуг.
24. Розробка стратегії маркетингу для бізнес-проєкту в туристичній галузі.
25. Система фінансових планів у туристичному бізнесі.
26. Сучасна політика оплати праці в організаціях туристичного сектора.
27. Теоретичні засади та методика побудови графіків життєвого циклу підприємства та життєвого циклу продукції (послуги).
28. Технологія виробничого процесу (процесу надання послуг), контроль якості технологічного процесу, виробнича програма підприємства.
29. Формування ефективної системи управління ризиками підприємства.
30. Формування політики планування управлінського персоналу підприємства (реалізації підприємницького проєкту).

ВИМОГИ ДО НАПИСАННЯ РЕФЕРАТУ З ДИСЦИПЛІНИ

Важливою формою самостійної навчальної діяльності студентів є написання та захист реферату. Написання реферату сприяє поглибленню знань з навчальної дисципліни, подальшій систематизації, розширенню та закріпленню набутих знань. Студентське есе розраховане:

- ✓ поглибити, упорядкувати та закріпити теоретичні знання з дисципліни;
- ✓ відпрацювати навички самостійної роботи з елементами творчого пошуку та ініціативи; розвиток уміння працювати;
- ✓ виробити вміння викласти теоретичний матеріал, аналізувати практичну інформацію, літературу, довідкові видання тощо;
- ✓ застосовувати сучасні наукові методи дослідження економічних процесів;
- ✓ аналізувати конкретні економічні факти функціонування сфери туристичної галузі і робити наукові узагальнення та висновки.

Реферат повинен бути логічно побудований і мати характер цілісного і завершеного самостійного дослідження.

Етапи виконання реферату:

- 1) вибір теми;
- 2) підготовка до написання реферату;
- 3) складання плану;
- 4) формування тексту реферату;
- 5) оформлення роботи;
- 6) подання роботи керівнику для перевірки.

Реферат складається з таких частин: вступ, основна частина, висновки.

Вступ. У вступі студент обґрунтовує актуальність вибраної теми, дає характеристику сучасного стану досліджуваної проблеми та характеристику стану об'єкта дослідження. Визначається мета реферату та завдання, які необхідно вирішити при його написанні. У вступі також звертається увага на рівень розробленої теми у вітчизняній та закордонній літературі, доцільно провести короткий огляд основних публікацій авторів з досліджуваної проблеми. Обсяг вступу –1-2 сторінки.

Основна частина роботи. Основна частина присвячується теоретико-методологічним аспектам досліджуваної теми та поділяється на 2-3 параграфи. Тут розглядаються загальні теоретичні підходи до теми з використанням сучасних літературних джерел з досліджуваної проблеми (монографії, наукові статті, матеріали конференцій, Інтернет-ресурси тощо). Рекомендований обсяг основної частини реферату – 7-10 сторінок.

Висновки. Висновки показують, якою мірою вирішено завдання і досягнуто мету дослідження, сформульованої у вступі. Результатами висновків є чіткі конкретні узагальнення матеріалу дослідження. Обсяг висновків –1-2 сторінки.

Мова реферату – державна, стиль – науковий, чіткий, без орфографічних і синтаксичних помилок; послідовність – логічна. Пряме переписування у роботі матеріалів з літературних джерел неприпустиме, крім цитат, що подаються у лапках відповідно до тексту оригіналу.

Набір тексту здійснюється на комп'ютері через 1,5 міжрядкових інтервали (29–30 рядків на сторінці), друк – на принтері з одного боку аркуша білого паперу формату А4 (210×297 мм) з використанням шрифтів текстового редактора Word Times New Roman. Висота шрифту – 14 мм. Поля: ліве – не менше 25 мм, праве – не менше 10 мм, верхнє і нижнє – не

менше 20 мм. Шрифт друку повинен бути чітким, чорного кольору середньої жирності, щільність тексту – однаковою.

Матеріал реферату слід брошурувати у такій послідовності:

- ✓ **титульний аркуш** (містить повну назву міністерства, найменування вищого навчального закладу, кафедри; прізвище, ім'я та по батькові й інші відомості про автора; тему реферату; прізвище, вчене звання (посаду) наукового керівника; місто і рік виконання);
- ✓ **зміст** (містить найменування та номери початкових сторінок усіх розділів роботи);
- ✓ **вступ;**
- ✓ **основна частина;**
- ✓ **висновки;**
- ✓ **список використаних джерел.**

Викладення тексту розділів, а також вступу та висновків слід починати з нової сторінки. Параграфи позначають порядковими номерами арабськими цифрами (1, 2, 3).

Нумерація. Сторінки роботи нумеруються арабськими цифрами (без знака №) у правому верхньому куті аркуша. Першою сторінкою роботи є титульна сторінка, яка включається до загальної нумерації сторінок і на якій номер сторінки не ставиться.

Оформлення допоміжних матеріалів. Допоміжними матеріалами є: *ілюстрації* (схеми, діаграми, рисунки тощо), *таблиці, формули і додатки*.

Ілюстрації мають доповнювати текст роботи, поглиблювати розкриття її суті і тому в тексті на кожну з них повинно бути посилання з коментарем.

Ілюстрації позначають словом «Рис.» і нумерують послідовно в межах розділу. Номер ілюстрації має складатися з номера розділу і порядкового номера ілюстрації, між якими ставиться крапка: наприклад, «Рис. 1.2» (другий рисунок першого розділу). Номер ілюстрації та її назва розміщуються послідовно під ілюстрацією по центру.

Ілюстрації (схеми, графіки тощо) і таблиці слід подавати в роботі безпосередньо після тексту, де їх згадано вперше або на наступній сторінці.

Цифровий матеріал, як правило, подається у вигляді **таблиць**. Таблицю слід розташовувати безпосередньо після тексту, у якому вона згадується вперше, або на наступній сторінці, таким чином, щоб її можна було читати без повороту тексту або з поворотом за годинниковою стрілкою. На всі таблиці мають бути посилання в тексті. При цьому слово «таблиця» пишуть скорочено, наприклад «... у табл. 1.1».

Таблиці нумерують послідовно у межах розділу. У правому верхньому куті розміщують напис «Таблиця» із зазначенням її номера, який складається з номера розділу і порядкового номера таблиці, між якими ставиться крапка: наприклад, «Таблиця 2.1» (перша таблиця другого розділу). Якщо таблиця переноситься на іншу сторінку, то над подальшими частинами пишеться, наприклад, «Продовження табл. 2.1».

Назву таблиці друкують жирним шрифтом малими літерами (крім першої великої) і розміщують над таблицею по центру.

Формули у роботі нумеруються у межах розділу. Номер формули складається з номера розділу і порядкового номера формули в розділі, між якими ставиться крапка. Номери формул пишуть біля правого поля сторінки на рівні відповідної формули в круглих дужках, наприклад: «(1.1)» (перша формула першого розділу).

Оформлення посилань. Під час роботи з різними джерелами науковий етикет вимагає точно відтворювати цитований текст, оскільки найменше скорочення може спотворити зміст, викладений автором. Посилання в тексті роботи на джерела інформації слід зазначити порядковим номером за списком джерел у квадратних дужках з визначенням конкретних сторінок, наприклад: «... у працях [25, с. 3 – 37]....».

Наприкінці роботи наводиться *список використаних джерел*. До цього списку включаються публікації вітчизняних і зарубіжних авторів, на які є посилання в роботі. Всі джерела вказуються мовою видання. Джерела в списку використаних джерел слід розміщувати в алфавітному порядку прізвищ перших авторів або заголовків. Відомості про включені до списку джерела слід подавати згідно з вимогами державного стандарту з обов'язковим наведенням назв праць.

Список використаних джерел має містити усі використані джерела інформації, які розміщуються у такій послідовності:

- 1) Закони України (абетковий порядок);
- 2) Укази Президента України, постанови Уряду, Кабінету Міністрів України (за абеткою);
- 3) директивні матеріали міністерств (за абеткою);
- 4) монографії, брошури, підручники (абетковий порядок);
- 5) статті з журналів (абетковий порядок);
- 6) інструктивні, нормативні та інші матеріали, що використовуються підприємством (абетковий порядок);
- 7) іншомовні джерела.

Для інформаційних матеріалів джерел Інтернет – обов'язкове посилання на відповідну Web-адресу.

Обов'язковим етапом роботи над рефератом є його захист, що передбачає виступ перед аудиторією з основними положеннями роботи. Захист реферату включає:

1. Коротке повідомлення про актуальність теми реферату, визначення мети і завдання роботи, отримані результати, висновки і пропозиції.
2. Відповіді студента на запитання викладача й однокурсників.
3. Відгук наукового керівника-консультанта про написаний реферат (самостійність, своєчасність, відповідність змісту темі, повнота її розкриття, дотримання вимог щодо оформлення тощо).

Для нотаток

Навчально-методичне видання

Гоблик-Маркович Н.М.
Маслиган О.О.
Хаустова К.М.

Бізнес-планування в туристичній галузі

Методичні рекомендації

Віддруковано у редакційно-видавничому відділі МДУ
89600 м. Мукачево
Вул. Ужгородська, 26
Тел. 2-11-09

*Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру
виконавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції
Серія ДК № 6984 від 20.11.2019*



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>