

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ



ЛУЦЬКИЙ
НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТЕХНІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ

БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ СФЕРИ ПОСЛУГ

Методичні вказівки до виконання самостійної роботи
для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

освітньої програми Готельно-ресторанна справа
галузі знань 24 Сфера обслуговування
спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»

освітньої програми Туризм
галузі знань 24 Сфера обслуговування
спеціальності 242 «Туризм і рекреація»

денної та заочної форми навчання

ЛУЦЬК 2025

УДК 338.46:338.26

Електронна копія друкованого видання передана для внесення в репозитарій ЛНТУ

Директор бібліотеки _____ Наталія ПОЛЩУК

Рекомендовано до видання вченою радою факультету митної справи, матеріалів та технологій ЛНТУ,
протокол № ____ від « » _____ 2025 року.

Голова вченої ради факультету ФММТ _____ Валентина ТКАЧУК

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри туризму та готельно-ресторанної справи ЛНТУ, протокол № ____ від « » _____ 2025 року.

Завідувачка кафедри _____ Людмила МАТВІЙЧУК, д.е.н.,
завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи ЛНТУ

Укладач: _____ Юлія ШЕЙКО, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи ЛНТУ.

Рецензент: _____ Тетяна ЗУБЕХІНА, к.п.н., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи ЛНТУ

Відповідальний за випуск: _____ Людмила МАТВІЙЧУК, д.е.н.,
завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи ЛНТУ

Б27 Бізнес-планування сфери послуг : метод. вказівки до виконання самостійної роботи для здобувачів першого бакалаврського рівня вищої освіти галузі знань 24 Сфера обслуговування освітньої програми «Готельно-ресторанна справа» спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа та освітньої програми «Туризм» спеціальності 242 Туризм і рекреація денної та заочної форми навчання / уклад. Шейко Ю.О.Луцьк : ЛНТУ, 2025. 24 с.

Методичне видання складене відповідно до діючої програми курсу «Бізнес-планування сфери послуг» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 24 Сфера обслуговування освітньої програми «Готельно-ресторанна справа» спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа та освітньої програми «Туризм» спеціальності 242 Туризм і рекреація денної та заочної форми навчання з метою визначення завдань самостійної роботи здобувачів.

© Ю. Шейко, 2025

ЗМІСТ

Загальні положення	4
Тема 1. Сутність та необхідність планування в сфері послуг	5
Тема 2. Методологічні основи планової діяльності в сфері послуг	6
Тема 3. Організаційно-правові основи господарювання в сфері послуг	8
Тема 4. Бізнес-план і його роль у розвитку підприємств сфери послуг	10
Тема 5. Початковий етап бізнес-планування	12
Тема 6. План маркетингу	14
Тема 7. Організаційно-виробничий (оперативний) план підприємства	15
Тема 8. Фінансовий план підприємства і оцінка ризиків	17
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ	20

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Самостійна робота здобувачів вищої освіти з дисципліни «Бізнес-планування сфери послуг» є обов'язковою складовою освітнього процесу та спрямована на поглиблення теоретичних знань і формування практичних навичок планової діяльності у сфері туризму та готельно-ресторанного бізнесу.

Самостійна робота передбачає опрацювання навчального матеріалу, виконання тестових завдань, підготовку доповідей і презентацій із використанням рекомендованих джерел та сприяє розвитку аналітичного мислення і вмінню приймати обґрунтовані управлінські рішення.

Самостійна робота 1 Сутність та необхідність планування в сфері послуг.

Сутність та зміст планування. Проект як продукт процесу бізнес – планування. Планування як основна функція управління. Об’єктивна необхідність планування діяльності підприємств сфери послуг. Формування інформаційного поля у бізнес-плануванні

Питання до опрацювання:

1. Місце планування в системі управління підприємством сфери послуг. Взаємозв’язок планування з іншими функціями управління: організацією, мотивацією та контролем.
2. Особливості планування в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі з урахуванням специфіки послуг.
3. Проект як результат процесу бізнес-планування та його роль у розвитку підприємницької діяльності.
4. Формування інформаційного поля бізнес-планування та його значення для прийняття управлінських рішень.
5. Значення бізнес-планування для залучення інвестицій і кредитних ресурсів.
6. Типові помилки планування діяльності підприємств сфери послуг та їх наслідки.

Тематика доповідей і презентацій:

1. Роль стратегічного планування в розвитку підприємств сфери послуг.
2. Особливості бізнес-планування на малих підприємствах сфери послуг.
3. Специфіка планування діяльності підприємств туризму в умовах сезонності попиту.
4. Особливості планування в готельно-ресторанному бізнесі з урахуванням сервісної складової.
5. Значення бізнес-планування для запуску стартапів у сфері послуг.

Тести:

1. Проекти, що передбачають реформування підприємства, реалізацію концепції нової системи управління, створення нової організації тощо:
 - а) інноваційні ;
 - б) організаційні;
 - в) економічні;
 - г) соціальні;
 - д) освітні.
2. Проекти, що передбачають планування економічного розвитку, приватизація підприємства, створення аудиторської системи, введення нової системи податків тощо:
 - а) інноваційні ;

- б) організаційні;
- в) економічні;
- г) соціальні;
- д) освітні.

3. Виберіть правильне твердження:

- а) планування є функцією управління;
- б) управління є функцією планування;
- в) планування є функцією контролю;
- г) планування є функцією мотивації.

4. Розташуйте етапи планування в правильній послідовності:

I. вироблення конкретних стратегічних, тактичних та оперативних планів дій, направлених на досягнення визначених цілей та місії

II. вивчення існуючого стану підприємства як у зовнішньому середовищі, так і у внутрішньому;

III. визначення місії та цілей майбутньої діяльності організації:

- а) I, II, III;
- б) II, III, I;
- в) I, III, II;
- г) II, I, III.

5. Завдання планування у сфері послуг:

а) забезпечення цілеспрямованого розвитку організації і всіх її структурних підрозділів;

б) своєчасне розпізнавання проблем і можливостей у сфері послуг, розробка конкретних заходів, спрямованих на підтримку сприятливих, тенденцій або стримування негативних;

в) координація діяльності структурних підрозділів і робітників підприємства у сфері послуг;

г) створення об'єктивної бази для ефективного контролю, оцінювання діяльності підприємства на підставі порівняння фактичних параметрів з планованими;

д) всі відповіді вірні.

Самостійна робота 2. Методологічні основи планової діяльності в сфері послуг

Процес і види планування діяльності підприємств сфери послуг. Місія та цілі сервісного підприємства. Принципи планування у сфері послуг. Методи і способи планування

Питання до опрацювання:

1. Процес планування діяльності сервісного підприємства та його основні етапи.
2. Види планування діяльності підприємств сфери послуг за часовим горизонтом і рівнем управління.
3. Особливості стратегічного, тактичного та оперативного планування у сфері послуг.
4. Місія підприємства сфери послуг як основа формування системи цілей.
5. Специфіка реалізації принципів планування в готельно-ресторанному бізнесі та туризмі.
6. Методи планування, що застосовуються у сфері послуг.

Тематика доповідей:

1. Процес планування як основа ефективного управління підприємствами сфери послуг.
2. Види планування діяльності підприємств туризму та готельно-ресторанного бізнесу.
3. Формування місії та цілей сервісного підприємства в умовах конкурентного середовища.
4. Методи планування діяльності підприємств сфери послуг: переваги та обмеження.
5. Планування діяльності підприємств сфери послуг з урахуванням сезонності попиту.
6. Роль стратегічного планування в розвитку туристичних підприємств.
7. Сучасні підходи до планування діяльності підприємств сфери послуг.

Тести:

1. Вид планування, завдання якого полягає у визначенні місії організації, формуванні системи цілей і стратегії діяльності на ринках послуг:
 - а) оперативне;
 - б) тактичне;
 - в) стратегічне;
 - г) номенклатурно-тематичне;
 - д) ресурсне.
2. Вид планування, націлений на розробку деталізованих по роках, кварталах, місяцях і днях програм дій, необхідних для розвитку організації:
 - а) оперативне;
 - б) тактичне;
 - в) стратегічне;
 - г) номенклатурно-тематичне;
 - д) ресурсне.
3. Короткострокове планування розраховане на період:

- а) 5-10 років;
- б) 2-5 років;
- в) від декількох місяців до року;
- г) до одного місяця;
- д) до одного тижня.

4. Вид планування у сфері послуг, що полягає у формуванні планів розвитку фірми, що визначають заходи щодо відновлення асортименту і змісту надаваних послуг, підвищення конкурентоспроможності послуг, удосконалення технології і організації супутніх процесів:

- а) стратегічне;
- б) поточне;
- в) ресурсне;
- г) номенклатурно-тематичне;
- д) календарне.

5. Календарне планування:

а) полягає у виборі засобів для досягнення намічених загальних цілей підприємства;

б) полягає у визначенні місії організації, формуванні системи цілей і стратегії діяльності на ринках послуг;

в) полягає у формуванні планів розвитку фірми, що визначають заходи щодо відновлення асортименту і змісту надаваних послуг, підвищення конкурентоспроможності послуг, удосконалення технології і організації супутніх процесів;

г) полягає у розрахунках матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, необхідних для реалізації конкретних послуг;

д) визначає обсяги робіт, завантаження підрозділів і виконавців, розподіл робіт за періодами.

Самостійна робота 3. Організаційно-правові основи господарювання в сфері послуг

Організаційно-правові основи господарювання в сфері послуг. Організаційно-правові форми господарювання. Реєстрація ФОП та юросіб.

Питання до опрацювання:

1. Нормативно-правове регулювання діяльності підприємств сфери послуг в Україні.

2. Особливості вибору організаційно-правової форми для підприємств туризму та готельно-ресторанного бізнесу.

3. Вплив організаційно-правової форми на систему управління, оподаткування та фінансові результати діяльності підприємства.

4. Порядок державної реєстрації ФОП та юридичної особи.

5. Вибір системи оподаткування як елемент організаційно-правового забезпечення діяльності підприємства сфери послуг.

6. Особливості ліцензування та дозвільної системи у сфері туризму та готельно-ресторанного бізнесу.

Тематика доповідей:

1. Організаційно-правові основи господарювання підприємств сфери послуг в Україні.

2. Особливості діяльності ФОП у готельно-ресторанному бізнесі та туризмі.

3. Юридичні особи у сфері послуг: переваги та обмеження для малого і середнього бізнесу.

4. Процедура державної реєстрації підприємства сфери послуг в Україні.

5. Вибір організаційно-правової форми як стратегічне рішення при створенні бізнесу у сфері послуг.

6. Оподаткування підприємств сфери послуг залежно від організаційно-правової форми.

7. Ліцензування та дозвільні процедури у туристичному бізнесі.

Тести:

1. Підприємці без найманих працівників, які займаються роздрібною торгівлею на ринках або наданням побутових послуг людям – це характеристика:

- а) 1 групи платників єдиного податку
- б) 2 групи платників єдиного податку
- в) 3 групи платників єдиного податку
- г) 4 групи платників єдиного податку
- д) такі підприємці не можуть бути платниками єдиного податку

2. Що є основним установчим документом для більшості юридичних осіб, включаючи Товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ)?

- а) Свідоцтво про державну реєстрацію
- б) Статут
- в) Установчий договір
- г) Рішення про створення
- д) Протокол зборів засновників

3. Для реєстрації ФОП (фізичної особи-підприємця) НЕ потрібен такий документ:

- а) копія паспорта;
- б) копія ідентифікаційного коду;
- в) заява на реєстрацію;
- г) заяву на єдиний податок (для спрощеної системи оподаткування)
- д) довідка про склад сім'ї

4. Яка з форм господарювання передбачає повну майнову відповідальність власника?

- а) Акціонерне товариство
- б) Товариство з обмеженою відповідальністю
- в) Фізична особа-підприємець
- г) Кооператив
- д) Товариство з додатковою відповідальністю

5. Для чого використовується КВЕД при реєстрації ФОП або юридичної особи?

- а) Для визначення місця реєстрації підприємства
- б) Для обчислення податку на прибуток
- в) Для визначення основного виду діяльності підприємства
- г) Для перевірки наявності ліцензії
- д) Для визначення кількості працівників

Самостійна робота 4. Бізнес-план і його роль у розвитку підприємств сфери послуг

Підприємницька (комерційна) ідея. Суть бізнес-планування. Мета створення бізнес-плану. Титульна сторінка. Резюме як елемент бізнес-плану. Вимоги до стилю написання та оформлення бізнес-плану

Питання до опрацювання:

1. Підприємницька (комерційна) ідея: джерела формування та критерії життєздатності.
2. Цілі розробки бізнес-плану для різних стейкхолдерів (власник, інвестор, банк, держава).
3. Структура бізнес-плану та логіка побудови його розділів.
4. Роль титульної сторінки та вимоги до її оформлення.
5. Резюме бізнес-плану: зміст, призначення та ключові елементи.
6. Вимоги до стилю викладу, мови, логіки та науково-ділового оформлення бізнес-плану.

Тематика доповідей:

1. Особливості формування підприємницької ідеї в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі.
2. Роль бізнес-плану у залученні інвестицій у сферу послуг.
3. Вимоги до оформлення бізнес-планів за міжнародними та національними стандартами.
4. Бізнес-план як інструмент запуску стартапів у сфері гостинності та туризму.

Тести:

1. Метод пошуку підприємницької ідеї, що зводиться до творчої співпраці певної групи спеціалістів заради вирішення проблеми за допомогою, наприклад, проведення дискусії з конкретного кола питань:

- а) Метод аналогії
- б) Метод інверсії
- в) Метод ідеалізації
- г) Метод "мозкового штурму"
- д) Метод колективного блокнота

2. Першим етапом розробки бізнес-плану є :

- а) чітке визначення списку тих, кому буде наданий бізнес-план;
- б) визначення мети написання бізнес-плану;
- в) вибір структури бізнес-плану і його розробка
- г) збір інформації, необхідної для написання бізнес-плану
- д) аналіз виконання бізнес-плану

3. Елемент бізнес-плану, що визначає ефективність пропонованого бізнесу, відображає загальну потребу в інвестиціях, джерела фінансування, план прибутків та видатків, баланс грошових надходжень:

- а) Резюме
- б) Маркетинговий план
- в) Організаційно-виробничий план
- г) Фінансовий план
- д) Оцінка ризиків

4. Елемент бізнес-плану, що визначає обсяг продажу продуктів і послуг та канали їхнього збуту; виробляє стратегію цін, підбір рекламних зусиль тощо:

- а) Резюме
- б) Маркетинговий план
- в) Організаційно-виробничий план
- г) Фінансовий план
- д) Оцінка ризиків

5. Бізнес-план компанії складається для :

- а) Для одержання банківського кредиту
- б) Для внутрішніх цілей
- в) Для залучення засобів інвесторів
- г) Для створення спільного підприємства або налагодження партнерства
- д) Бізнес-план може складатись для будь-якої з вищенаведених цілей

Самостійна робота 5. Початковий етап бізнес-планування

Загальні відомості про підприємство та продукцію. Ринок збуту підприємства (environment of industry). Аналіз конкурентів. Сегментація ринку. Прогноз попиту і збуту. Аналіз стратегічних альтернатив і вибір стратегії

Питання до опрацювання:

1. Загальна характеристика підприємства: місія, форма власності, вид діяльності, цільовий ринок.
2. Опис продукції та послуг підприємства з урахуванням специфіки сервісної діяльності.
3. Поняття та структура ринку збуту підприємства сфери послуг.
4. Мета і завдання конкурентного аналізу на етапі бізнес-планування. Інструменти аналізу конкурентного середовища.
5. Сутність сегментації ринку та її значення для бізнес-планування. Вибір цільового сегмента та позиціонування підприємства.
6. Методи прогнозування попиту і збуту в сфері послуг.
7. Поняття стратегічних альтернатив розвитку підприємства. Узгодження обраної стратегії з ресурсними можливостями підприємства.

Тематика доповідей:

1. Аналіз ринку збуту підприємств готельно-ресторанного бізнесу (на прикладі регіону).
2. Конкурентне середовище туристичних підприємств: виклики та можливості.
3. Сегментація ринку як інструмент підвищення ефективності бізнес-плану.
4. Методи прогнозування попиту в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі.
5. Стратегічні альтернативи розвитку малого підприємства сфери послуг.
6. Вибір конкурентної стратегії на етапі створення підприємства сфери послуг.
7. Позиціонування сервісного підприємства на сучасному ринку.

Тести:

1. Принцип сегментації ринку, що орієнтується на розподіл покупців за належністю до суспільного класу, за способом життя, типами особистості:
 - а) географічний принцип
 - б) психографічний принцип
 - в) демографічний принцип
 - г) історичний принцип
 - д) немає правильної відповіді

2. Якщо обсяг реалізації продукції фірмою "А" - 3 млн грн, а загальний обсяг реалізації продукції на відповідному ринку - 25 млн.грн., то частка ринку фірми "А" становить :

- а) 15 відсотків
- б) 22 відсотки
- в) 8,33 відсотки
- г) 0,12 відсотка
- д) 12 відсотків

3. До стислого аналізу стану галузі у бізнес-плані НЕ належить:

- а) Регіональна структура виробництва
- б) Основні характеристики підприємств галузі – потенційних конкурентів
- в) Необхідне юридичне забезпечення обраного виду бізнесу
- г) Склад управлінської команди підприємства, їхні частки участі в капіталі
- д) Цільові програми розвитку галузі

4. Стратегія, згідно якої підприємство ігнорує відмінності між сегментами ринку і вирішує розглядати ринок як єдине ціле, не використовуючи переваг аналізу сегментації:

- а) недиференційований маркетинг
- б) диференційований маркетинг
- в) концентрований маркетинг
- г) нішевий маркетинг
- д) індивідуалізований маркетинг

5. Реалістичною представляється динаміка виходу на ринок, згідно якої :

- а) зберігатимуться низькі темпи приросту продажів протягом усього перебування товару на ринку
- б) зберігатимуться високі темпи приросту продажів протягом усього перебування товару на ринку
- в) низькі темпи приросту продажів спочатку, потім збільшення продажів, і після цього – насичення ринку з незначними темпами приросту або навіть скорочення продажів
- г) високі темпи приросту продажів спочатку, потім зниження продажів, і після цього – насичення ринку з незначними темпами приросту або навіть скорочення продажів
- д) немає правильної відповіді

Самостійна робота 6. План маркетингу

Зміст розділу "Маркетинговий план". Типи маркетингу. Стратегія маркетингу. Визначення попиту. Життєвий цикл товару чи послуги та стратегії для кожного етапу. Асортиментна політика. Стратегія

ціноутворення. Особливості формування цін. План продажу. Планування маркетингової комунікаційної системи

Питання до опрацювання:

1. Роль маркетингового плану в структурі бізнес-плану підприємства сфери послуг.
2. Види та типи маркетингу, що застосовуються у сфері туризму та готельно-ресторанного бізнесу.
3. Маркетингові стратегії підприємства на різних етапах життєвого циклу послуги.
4. Асортиментна політика підприємств туризму та готельно-ресторанного бізнесу.
5. Основні стратегії ціноутворення у сфері туризму та готельно-ресторанного бізнесу.
6. План продажу як елемент маркетингового плану та його структура.
7. Інструменти маркетингових комунікацій у туризмі та готельно-ресторанному бізнесі. Планування бюджету маркетингових комунікацій та оцінка їх ефективності.

Тематика доповідей:

1. Маркетинговий план як інструмент забезпечення конкурентоспроможності підприємств сфери послуг.
2. Життєвий цикл туристичного продукту та маркетингові рішення на кожному етапі.
3. Стратегії ціноутворення в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі.
4. Планування продажу туристичних послуг в умовах сезонності попиту.
5. Маркетингові комунікації підприємств сфери послуг: традиційні та цифрові інструменти.
6. Інтернет-маркетинг як складова маркетингового плану сервісного підприємства.

Тести:

1. Етап життєвого циклу товару, що свідчить про визнання продукту споживачами, при якому з'являються його модифікації та активізується конкуренція:
 - а) Етап розробки продукту
 - б) Етап впровадження
 - в) Етап зростання
 - г) Етап зрілості
 - д) Етап спаду або занепаду
2. Етап життєвого циклу товару, що передбачає дослідження ринку, сегментацію та розробку нових продуктів з урахуванням вимог споживачів

визначеного сегмента; прогноз-продаж на основі підрахунку місткості цього сегмента тощо:

- а) Етап розробки продукту
- б) Етап впровадження
- в) Етап зростання
- г) Етап зрілості
- д) Етап спаду або занепаду

3. Цінова стратегія, згідно якої товари спочатку продаються за високими цінами, що значно перевищують ціни на виробництво, а потім фірми поступово знижують їх, пропонуючи товар новим сегментам ринку:

- а) Стратегія високих цін, або стратегія "збирання вершків"
- б) Стратегія диференційованих цін
- в) Стратегія пільгових цін
- г) Стратегія дискримінаційних цін
- д) Стратегія цінового лідерства

4. На рівень цін впливає :

- а) собівартість продукції;
- б) унікальність достоїнств товару;
- в) ціни товарів-конкурентів і товарів-замінників;
- г) можливості отримання достатнього прибутку;
- д) всі названі фактори впливають на рівень цін.

5 Початковим етапом планування рекламної кампанії є:

- а) Складання кошторису на рекламні витрати
- б) Складання графіків виходу реклами
- в) Вибір об'єктів, цілей та цільової аудиторії рекламної діяльності
- г) Вибір рекламних засобів
- д) Оцінка ефективності кампанії з просування послуг агентства на ринку

Самостійна робота 7 Організаційно-виробничий (оперативний) план підприємства

Зміст розділу організаційно-виробничий (оперативний) план підприємства. Виробнича програма підприємства. Планування обсягу реалізації продукції (послуг). Розрахунок потреби в основних виробничих та невиробничих фондах. Розрахунок потреби в ресурсах на виробничу програму. Розрахунок потреби в персоналі й заробітній платі. Організаційний план

Питання до опрацювання:

1. Мета, завдання та логіка побудови організаційно-виробничого плану.

2. Особливості формування виробничої програми у туризмі та готельно-ресторанному бізнесі.

3. Планування обсягу реалізації продукції (послуг) з урахуванням попиту та сезонності.

4. Поняття та склад основних виробничих і невиробничих фондів підприємства сфери послуг. Порядок розрахунку потреби в основних фондах для реалізації виробничої програми.

5. Методи розрахунку потреби в ресурсах на виробничу програму.

6. Планування чисельності персоналу відповідно до обсягу діяльності підприємства, формування фонду оплати праці та структура заробітної плати.

7. Організаційна структура управління підприємством сфери послуг.

Тематика доповідей:

1. Організаційно-виробничий план як основа операційної діяльності підприємства сфери послуг.

2. Формування виробничої програми готельного підприємства.

3. Планування обсягу реалізації послуг у туристичному бізнесі.

4. Основні виробничі та невиробничі фонди підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

5. Ресурсне забезпечення виробничої програми ресторанного підприємства.

6. Планування персоналу та заробітної плати в готельно-ресторанному бізнесі.

7. Організаційна структура управління малим підприємством сфери послуг.

Тести:

1. Завдання з кількості й асортименту продукції або послуг певної якості, що встановлюється об'єкту планування, виходячи з потреб споживачів і можливостей підприємства:

а) організаційний план підприємства

б) виробничий план підприємства

в) кошторис

г) Баланс

д) виробнича програма

2. Спосіб та форма об'єднання працівників підприємства для досягнення поставлених перед реалізацією підприємницького проекту виробничих та управлінських цілей - це:

а) Організаційна структура управління

б) виробничий план підприємства

в) кошторис

г) Баланс

д) виробнича програма

3. До важливих факторів, що впливають на вибір місця розташування бізнесу у сфері послуг, належать:

а) близькість до транспортних магістралей, наявність сировини і близькість до постачальників;

б) близькість замовників, наявність складських приміщень, забезпечення трудовими ресурсами, попит-пропозиція на ринках;

в) споживацький профіль району, густина населення; демографічна структура населення, транспортні зв'язки, рівень і динаміка попиту; потенціал і розміщення діючих фірм;

г) усі відповіді вірні

д) немає правильної відповіді

4. В підрозділі бізнес-плану розрахунок потреби в основних виробничих та невиробничих фондах наводять інформацію про :

а) структуру управління підприємством

б) місткість ринку і конкуренцію

в) склад і площу виробничих та невиробничих приміщень, а також устаткування і обладнання необхідних для реалізації підприємницької ідеї

г) перелік усіх видів сировини, матеріалів та комплектуючих виробів, які передбачається використовувати у виробничому процесі

д) визначення потреб штату підприємства

5. Вихідним моментом обґрунтування виробничої програми підприємства виступає:

а) прийнятий варіант плану реалізації, необхідний для одержання цільового прибутку з урахуванням ресурсного забезпечення обсягу реалізації продукту (послуг);

б) бажане положення підприємства на ринку в майбутньому

в) аналіз конкурентів

г) можливість залучення додаткових джерел фінансування

д) організаційна структура управління

Самостійна робота 8. Фінансовий план підприємства і оцінка ризиків

Загальні вимоги до фінансового плану підприємства. Кошторис витрат і калькуляція собівартості. План доходів і видатків. Плановий баланс, складові частини: активи, пасиви, власний капітал. Критерії оцінки ефективності бізнес-плану. Оцінка ризиків

Питання до опрацювання:

1. Роль фінансового плану в структурі бізнес-плану підприємства сфери послуг. Загальні вимоги до складання фінансового плану підприємства.

2. Кошторис витрат підприємства: сутність, призначення та структура. Калькуляція собівартості продукції (послуг) у туризмі та готельно-ресторанному бізнесі.

3. План доходів і видатків як інструмент оцінки фінансових результатів діяльності.

4. Плановий баланс підприємства та його значення для фінансового аналізу.

5. Основні критерії оцінки ефективності бізнес-плану.

6. Сутність ризиків у бізнес-плануванні підприємств сфери послуг. Класифікація ризиків у туризмі та готельно-ресторанному бізнесі.

7. Методи якісної та кількісної оцінки ризиків. Заходи з мінімізації фінансових та операційних ризиків.

Тематика доповідей:

1. Фінансовий план як ключовий розділ бізнес-плану підприємства сфери послуг.

2. Калькуляція собівартості туристичних та готельно-ресторанних послуг.

3. План доходів і видатків як інструмент управління фінансовими результатами.

4. Плановий баланс та його роль у забезпеченні фінансової стійкості підприємства.

5. Критерії та показники оцінки ефективності бізнес-планів у сфері послуг.

6. Інвестиційна ефективність бізнес-проектів у туризмі та готельно-ресторанному бізнесі.

7. Оцінка ризиків бізнес-плану в умовах нестабільного ринкового середовища.

Тести:

1. У фінансовому плані підприємства наводяться:

а) План прибутків та видатків, баланс грошових надходжень; термін окупності проекту

б) Основні положення проекту (назва і головна ціль; хто виступає ініціатором проекту та іншими учасниками; ціна; термін та етапи реалізації проекту; джерела фінансування; критерії ефективності та фінансові показники проекту; можливості та привабливість для бізнесу; важливість для підприємства і регіону).

в) Аналіз ринку певного товару/послуги: становище справ у галузі, потенційні клієнти та місткість ринку, конкуренція, ефективність певного бізнесу; опис характерних рис продукту чи послуги, що забезпечить їм конкурентоздатність на ринку; перспективи розвитку.

г) Визначення обсягу продажу та каналів їхнього збуту; вироблення стратегії ціни, що базується на методах затрат (повних, середніх, граничних, стандартних, прямих); підбір рекламних зусиль

д) План виробництва, що відображає виробничий процес та інвестиційне забезпечення, якщо таке потрібне

2. Фінансовий документ, в якому всі кошти згруповані, з одного боку, за їхнім складом і розміщенням, а з іншого – за джерелами фінансування на певну дату:

- а) баланс
- б) кошторис витрат
- в) план доходів і видатків
- г) виробнича програма
- д) план запозичень

3. Майно й ресурси, які має підприємство у своєму розпорядженні і завдяки яким створюється його прибуток:

- а) активи
- б) пасиви
- в) баланс
- г) кошторис
- д) оборотні засоби

4. Сума усіх зобов'язань (джерел формування засобів) підприємства, що містить власний капітал і зобов'язання підприємства перед кредиторами, іншими підприємствами, організаціями, банками, власниками бізнесу:

- а) активи
- б) пасиви
- в) борг
- г) оборотні засоби
- д) баланс

5. Сума всіх майбутніх грошових потоків, дисконтованих за певною ставкою дохідності, без дисконтованої вартості вкладених інвестицій:

- а) індекс прибутковості
- б) чиста приведена вартість
- в) період окупності проекту
- в) коефіцієнт конкурентоспроможності
- г) баланс

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про затвердження методичних рекомендацій з розробки бізнес-плану підприємств: Наказ Міністерства економіки України від 06.09.2006р. №290. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0290665-06#Text>.
2. Про затвердження методичних рекомендацій з розробки бізнес-плану інвестиційних проектів: Наказ Державного агентства України з інвестицій та розвитку від 31.08.2010 р. №73. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0073537-10#Text>.
3. Про затвердження форми проектної (інвестиційної) пропозиції, на основі якої готується інвестиційний проект, для розроблення якого може надаватися державна підтримка, Порядку розроблення та форми інвестиційного проекту, для реалізації якого може надаватися державна підтримка: Наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 19.06.2012р. №724. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1308-12#Text>.
4. Бізнес-планування підприємницької діяльності : навч. посіб. / З. С. Варналій, Т. Г. Васильців, Р. Л. Лупак, Р. Р. Білик. Чернівці: Технодрук, 2019. 264.
5. Ільчук М.М., Коновал І.А., Барановська О.Д. Бізнес-планування підприємницької діяльності: навчальний посібник. Київ: НУБіП України, 2024. 245 с.
6. Бірюченко С.Ю., Бужимська К.О., Бурачек І.В. та ін. Менеджмент : Підручник. Під заг. ред. Т.П. Остапчук. Житомир: Державний університет «Житомирська політехніка». Житомир: Вид-во «Рута», 2021. 856 с.
7. Економіка і бізнес: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л.Г. Мельника, д.е.н., проф. О.І. Карінцевої. Суми: Університетська книга, 2021. 316 с.
8. Європейські стандарти бізнес-планування : навч. посібник / О. В. Димченко, О. О. Рудаченко, В. М. Прасол, О. Д. Панова ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. 143 с.
9. Бізнес-планування та управління проектами: навчальний посібник / П. Г. Ільчук, Р. В. Фещур, А. І. Якимів та ін. ; за ред. П. Г. Ільчука. Львів : Новий Світ - 2000, 2019. 216 с.
10. Грибова Д. В., Збарський В. К., Талавиря М. П., Охріменко І. В., Хомів Н.Й., Ярема Л.В. Стратегія розвитку туристичної галузі в Україні: монографія. Київ. ЦП «КОМПРИНТ», 2022.
11. Дикань В. Л., Павліченко В. М., Полякова О. М. Бізнес-планування: Конспект лекцій. – Харків: УкрДУЗТ, 2021. – 68 с.
12. Бізнес-планування туристичної діяльності [Текст] : конспект лекцій для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти освітньої програми «Туризм» галузі знань 24 Сфера обслуговування спеціальності 242 Туризм денної та заочної форм навчання / уклад. Ю.О. Шейко. Луцьк : Луцький НТУ, 2021. 72 с.

13. Бізнес-планування туристичної діяльності [Текст] : методичні вказівки до виконання самостійної роботи для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти освітньої програми «Туризм» галузі знань 24 Сфера обслуговування спеціальності 242 Туризм денної та заочної форм навчання / уклад. Ю.О. Шейко. Луцьк : Луцький НТУ, 2021. 20 с.

14. Бізнес-планування туристичної діяльності [Текст] : методичні вказівки для практичних занять для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти освітньої програми «Туризм» галузі знань 24 Сфера обслуговування спеціальності 242 Туризм денної та заочної форм навчання / уклад. Ю.О. Шейко. Луцьк : Луцький НТУ, 2021. 44 с.

15. Які є організаційно-правові форми бізнесу в Україні? Вчасно ЕДО. 2025. URL: <https://vchasno.ua/orhanizatsiino-pravovi-formy-pidpriemstva/>.

16. Як відкрити ФОП в Україні: покрокова інструкція 2024. Вчасно ЕДО. 2024. URL: <https://vchasno.ua/fop//>

17. Як правильно зареєструвати бізнес в Україні. Дія Бізнес. URL: <https://business.diia.gov.ua/history-of-success/yak-pravylnno-zareiestruvaty-biznes-v-ukraini>.

18. Гапоненко Г.І., Євтушенко О.В., Шамара І.М. Значення бізнес-плану для ефективного функціонування підприємств туристичної індустрії в умовах кризи. Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм». 2020. Вип. 11. С. 104–110. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310H9513H2020H11H12>.

19. Чепурда, Л., Герман, І., Куракін, О. (2024). Концептуальні засади бізнес-планування в туризмі та готельно-ресторанному господарстві. Innovations and Technologies in the Service Sphere and Food Industry, (2 (12), 48-58. [https://doi.org/10.32782/2708-4949.2\(12\).2024.7](https://doi.org/10.32782/2708-4949.2(12).2024.7).

20. Глущенко Л. Д. Теоретичні аспекти та сучасні тенденції бізнес-планування на підприємстві [Електронний ресурс] / Л. Д. Глущенко, О. Й. Лесько, М. В. Бальзан // Modern Economics. 2022. № 31. С. 32-37. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua/theoretical-aspects-and-modern-trends/>.

21. Шейко Ю.О., Войтюк Д.С. Підвищення рентабельності підприємств сфери послуг. Економічний форум. Наук. ж-л. Том 1 № 3 (2021). С. 104-110. URL: http://e-forum.lntu.edu.ua/index.php/ekonomichnyy_forum/article/view/235/225/.

22. Нова пошта. Школа бізнесу. Що таке бізнес-план та як його скласти? URL: <https://online.novaposhta.education/blog/shho-take-biznes-plan-ta-yak-jogo-sklasti>.

ДЛЯ НОТАТОК

Бізнес-планування сфери послуг : метод. вказівки до виконання самостійної роботи для здобувачів першого бакалаврського рівня вищої освіти галузі знань 24 Сфера обслуговування освітньої програми «Готельно-ресторанна справа» спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа та освітньої програми «Туризм» спеціальності 242 Туризм і рекреація денної та заочної форми навчання / уклад. Шейко Ю.О.Луцьк : ЛНТУ, 2025. 24 с.

Підп. до друку _____ 2025 р. Формат 60x84/16. Папір офс. Гарнітура Таймс. Ум. друк. арк. ____ Тираж ____ прим. Зам. _____

Відділ іміджу та промоції Луцького національного технічного університету
43018 м. Луцьк, вул. Львівська, 75

