



БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ СФЕРИ ПОСЛУГ
Методичні вказівки до практичних занять
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

УДК 338.46:338.26

Електронна копія друкованого видання передана для внесення в репозитарій ЛНТУ

Директор бібліотеки _____ Наталія ПОЛІЩУК

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 практичних занять 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. 32 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 практичної роботи студентів та надання методичної допомоги у процесі її виконання.

© 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	7
Тема 3. Організаційно-правові основи господарювання в сфері послуг	11
Тема 4. Бізнес-план і його роль у розвитку підприємств сфери послуг	13
Тема 5. Початковий етап бізнес-планування	15
Тема 6. План маркетингу	19
Тема 7. Організаційно-виробничий (оперативний) план підприємства	22
Тема 8. Фінансовий план підприємства і оцінка ризиків	25
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ	29

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Дисципліна «Бізнес-планування сфери послуг» спрямована на формування у студентів системи теоретичних знань і практичних навичок з розробки, обґрунтування та реалізації бізнес-планів підприємств сфери послуг, зокрема у готельно-ресторанній та туристичній галузях.

Методичні вказівки до практичних занять визначають мету, зміст, структуру та порядок виконання практичних занять, а також містять рекомендації щодо опрацювання основних розділів бізнес-плану, аналізу ринку, планування витрат і доходів, оцінки ефективності підприємницьких проєктів та ризиків їх реалізації. Матеріали практичних занять орієнтовані на поєднання теоретичних положень з практичними розрахунками та аналізом реальних ситуацій, характерних для підприємств сфери послуг.

Практичні заняття з дисципліни спрямовані на розвиток підприємницького мислення, формування аналітичних здібностей, вміння приймати управлінські рішення та працювати з фінансово-економічною інформацією в умовах сучасного конкурентного середовища. Особлива увага приділяється специфіці бізнес-планування у сфері послуг, з урахуванням нематеріального характеру послуг, сезонності попиту, ролі персоналу та якості сервісу.

Методичні вказівки призначені для здобувачів денної та заочної форм навчання і можуть використовуватися під час аудиторної та самостійної роботи студентів.

Практичне заняття 1. Сутність та необхідність планування в сфері послуг.

Мета: оволодіти сутністю та змістом планування діяльності підприємств сфери послуг, ознайомитись з видами проектів, розуміти необхідність планування діяльності підприємств.

План роботи:

1. Сутність та зміст планування
2. Проект як продукт процесу бізнес - планування
3. Планування як основна функція управління
4. Об'єктивна необхідність планування діяльності підприємств сфери послуг
5. Формування інформаційного поля у бізнес-плануванні

Питання до обговорення:

1. Яка роль планування у сучасному житті?
2. У чому полягає сутність та зміст планування діяльності підприємств сфери послуг? Які ризики виникають без планування?
3. Чим планування у сфері послуг відрізняється від виробничої сфери?
4. Що таке проект і чому він є продуктом процесу бізнес-планування? Що важливіше: ідея чи її обґрунтування?
5. Чи можливе управління без планування? Як планування пов'язане з іншими функціями управління?
6. Які фактори визначають об'єктивну необхідність планування для підприємств сфери послуг?
6. Яке значення має формування інформаційного поля у процесі бізнес-планування? Чим небезпечні недостовірні дані?

Завдання 1

Охарактеризувати способи орієнтації планування. Заповнити таблицю.

Спосіб орієнтації планування	Характеристика	Переваги	Недоліки
Реактивізм			
Інактивізм			
Преактивізм			
Інтерактивізм			

Завдання 2

Встановити відповідність правил планування і їх характеристик.

Повнота	Планування це постійний процес, а не одноразовий акт
Точність	Витрати на планування повинні співставлятись з вигодами від нього і в ідеалі бути на порядок нижчими.
Ясність	Під час складання планів слід використовувати сучасні методи, засоби і процедури, що забезпечать точність прогнозів.
Безперервність	Мета, способи і засоби планування повинні бути простими і легкими для сприйняття, зрозумілими усім

Економічність

членам організації. В процесі планування повинні враховуватись усі події і ситуації внутрішнього і зовнішнього середовища, що можуть мати значення для розвитку організації
--

Завдання 3

Уявити відкриття нового ресторану у вашому місті. Скласти схему інформаційного поля (внутрішні та зовнішні джерела даних для бізнес-плану).

Визначити ключові стратегічні та тактичні цілі ресторану.

Обґрунтувати необхідність планування (наведіть 3 ризики, яких можна уникнути завдяки плануванню).

Запропонувати проект актуальний для Вашого міста (новий сервіс чи продукт ресторану), вказавши його основні параметри (цільова аудиторія, ресурси, результат).

Завдання 4

Обрати підприємство в сфері туризму чи готельно-ресторанному бізнесі. Оцінити сприятливі можливості та загрози для розвитку конкретного підприємства.

Уявити, що конкретний заклад зіткнувся з кризою (наприклад, зменшення кількості клієнтів, дефіцит персоналу, зростання витрат).

Розробити антикризовий план дій з визначенням коротко- (оперативні), середньо- (тактичні) та довгострокових (стратегічних) заходів.

Завдання 5

Вам доручено організувати фестиваль гастрономії у туристичному місті влітку (через 6 місяців). Скласти сценарій планування (етапи від ідеї до проведення) (табл.1); розробити проект заходу (цілі, ресурси, результат).

Визначити основні групи зацікавлених сторін (стейкхолдери). Скласти перелік внутрішніх та зовнішніх стейкхолдерів. Вказати їхні інтереси у проекті (що вони отримують/очікують). Визначити можливий рівень впливу кожної групи (високий / середній / низький). Оформити результат у вигляді таблиці 2.

Пояснити, чому планування є ключовим для успіху події.

Визначити ризики реалізації проекту, які можна передбачити завдяки плануванню, та як їм запобігти.

Таблиця 1

Таймлайн підготовки фестивалю

Етап	Діяльність	Термін	Очікуваний результат

Визначення зацікавлених сторін у реалізації проекту

Зацікавлені сторони	Інтереси / Очікування	Рівень впливу

Практична робота 2. Методологічні основи планової діяльності в сфері послуг

Мета: оволодіти методологічними основами планової діяльності в сфері послуг.

План роботи:

- 2.1. Процес і види планування діяльності підприємств сфери послуг
- 2.2. Місія та цілі сервісного підприємства
- 2.3. Принципи планування у сфері послуг
- 2.4. Методи і способи планування

Питання до обговорення:

1. У чому специфіка планування у сфері послуг?
2. Які види планування використовують у сервісному бізнесі? Чим відрізняється стратегічне, тактичне і оперативне планування?
3. Що таке місія і для чого вона потрібна? Чим місія відрізняється від цілі?
4. Якими мають бути цілі сервісного підприємства?
5. Які основні принципи планування? Чому гнучкість важлива для сфери послуг?
6. Які методи планування застосовують у сфері послуг?

Завдання 1

Ознайомитись з місіями туристичних компаній, наведеними у таблиці. Яку інформацію щодо напрямів і орієнтирів діяльності компанії містить кожна місія?

Таблиця 1

Місії туристичних компаній

Компанія	Місія	Напрями і орієнтири діяльності
Вікенд тур	Забезпечувати якісне і достойне туристичне обслуговування вибагливому туристу, максимально реалізуючи потреби наших клієнтів.	

Coral Travel	Максимально сприяти створенню цивілізованого туристичного ринку, де стосунки в ланцюжку клієнт – агент – оператор засновані на взаємній довірі й повазі. Кінцева мета діяльності компанії – зробити якісний відпочинок доступним для всіх категорій населення країни.	
Відвідай	Туристичний оператор “Відвідай” працює для того, щоб відпочиваючи, люди могли пізнавати історію, культуру, традиції та природу України.	
Про Карпати	Популяризація та пропаганда активного відпочинку, розвиток зеленого туризму в Україні	
Любосвіт	Місія компанії – популяризувати унікальний історичний, культурний, природний та туристичний потенціал України, гостинність українського народу, традиції та звичаї нації.	
Татур	За допомогою надання якісного туристичного продукту задовольняти потреби наших агентів і туристів	
Travel Professional Group	<p>1. Задоволення туриста. Ми прагнемо зробити Світ ближче до людини, дати можливість якомога більшій кількості людей дізнатися Світ глибше, черпаючи в ньому енергію для відновлення власних сил. Ми прагнемо перевищити очікування туриста.</p> <p>2. Надання можливості для повної самореалізації наших співробітників. Ми несемо відповідальність за визнання людської гідності працівників, їх долі в нашому успіху, відбір з їх числа талановитих і мудрих керівників, належного (найвищого в галузі) рівня матеріального забезпечення тих, хто створює наш продукт</p> <p>3. Отримання прибутку. Однак ми не ставимо собі за мету отримання прибутку заради прибутку. Нам необхідний прибуток для власного розвитку і реалізації наших цілей.</p> <p>4. Принесення користі суспільству, в якому ми працюємо. Ми реалізуємо це шляхом створення високих стандартів високопрофесійного бізнесу, наполегливої праці заради задоволення запитів наших партнерів - агентств, а також шляхом надання допомоги тим сферам суспільного життя, які цього потребують, зокрема лікуванню дітей.</p> <p>5. Затвердження величі Української Держави на міжнародній арені, забезпечення поваги українців і їх досягнень у всьому Світі.</p>	

На основі аналізу інтернет ресурсів навести приклади (по 2) місії, цілей і цінностей діяльності підприємств сфери послуг (мережі готелів, мережі ресторанів, розважальних комплексів тощо).

Завдання 2

Сформувати можливі цілі діяльності Туристичної компанії «Дельта».



Завдання 3

Уявити, що Ви розробляєте бізнес-план нового ресторану. Сформулювати можливі варіанти місії ресторану (коротке визначення призначення закладу), орієнтуючись на цільові орієнтири, сфери діяльності, філософію, можливості і способи діяльності та імідж. Місія може відображати інтереси власників, співробітників, споживачів, ділових партнерів, місцевого суспільства та суспільства в цілому.

Обрати одну з місій, сформулювати 3 стратегічні цілі (на 3–5 років). Розробити операційні цілі на найближчий рік. Зобразіть взаємозв'язок місії, стратегічних та операційних цілей у вигляді схеми («дерево цілей»).

Завдання 4

Вибрати підприємство сфери туризму або гостинності (готель, турагентство, кафе). Навести приклади того, як кожен з принципів планування (науковість, гнучкість, системність, економічність, безперервність) проявляється / може проявлятися на практиці в діяльності цього закладу.

Принцип	Приклад застосування
Науковість	
Гнучкість	
Системність	
Економічність	
Безперервність	

Завдання 5

Розгляньте ситуацію: Ви - керівник туристичної фірми, яка планує відкрити новий напрямок – «Екотуризм в Карпатах».

1. Детально опишіть, які види планування ви будете використовувати для реалізації цього проекту, відповідно до класифікації:

- За цілями (стратегічне, тактичне, оперативне).

- За періодом планування (довгострокове, середньострокове, короткострокове).
 - За змістом (номенклатурно-тематичне, ресурсне, календарне).
2. Поясніть, у чому полягатимуть конкретні дії на кожному етапі планування. Наприклад, у рамках ресурсного планування вкажіть, які ресурси (матеріальні, трудові, фінансові) необхідно розрахувати.

Кейс (робота в групах)

У Луцьку останніми роками спостерігається активний розвиток кавової культури. Відкривається все більше локальних кав'ярень, які пропонують авторську каву, десерти та оригінальні інтер'єри.

Вихідні дані:

Кав'ярня «*AromaTime*» працює вже 5 років. Вона має постійну клієнтську базу, проте останнім часом зіткнулася з відчутним падінням обсягів продажу (мінус 15 % за останній рік). Основні проблеми:

- відкриття нових кав'ярень у центральній частині міста;
- збільшення вимог клієнтів до сервісу та атмосфери;
- зростання популярності кавових напоїв із альтернативними видами молока та healthy-меню;
- слабка активність у соціальних мережах.

Фінансові показники (умовні дані):

- середньомісячна виручка: 180 тис. грн;
- собівартість продукції: 110 тис. грн;
- орендна плата: 25 тис. грн;
- зарплатний фонд: 30 тис. грн;
- реклама і просування: 5 тис. грн.

Додаткові факти:

Кав'ярня розташована в центрі Луцька, має 12 посадкових місць.

Меню включає класичні кавові напої, десерти та сендвічі.

Програма лояльності відсутня.

Онлайн-замовлення та доставка не впроваджені.

Завдання для студентів:

1. Аналіз ситуації:

Які основні чинники впливають на зниження прибутковості кав'ярні?

Проведіть SWOT-аналіз підприємства.

2. Фінансове завдання

Розрахуйте поточний прибуток кав'ярні.

Визначте рентабельність діяльності (%).

Яким буде прибуток, якщо виручку збільшити на 20 % завдяки новій стратегії?

3. Стратегічне завдання

Запропонуйте 3–4 стратегічні цілі розвитку кав'ярні.

Сформулюйте 1 із цілей у форматі SMART.

4. Креативне завдання

Розробіть ідею просування кав'ярні «AromaTime» у соціальних мережах (Instagram, TikTok або Facebook).

Запропонуйте нову послугу або сервіс, що відрізнятиме кав'ярню від конкурентів.

Практичне заняття 3. Організаційно-правові основи господарювання в сфері послуг

Мета: освоїти організаційно-правові основи господарювання в сфері послуг

План роботи:

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

Питання для обговорення:

1. У чому полягають організаційно-правові основи господарювання підприємств сфери послуг?

2. Які організаційно-правові форми господарювання застосовуються у сфері послуг та їх ключові відмінності? Чому важливо правильно обрати організаційно-правову форму бізнесу?

3. Які переваги і недоліки ФОП та ТОВ у сфері послуг?

4. Як правова форма впливає на відповідальність власника?

5. Які основні етапи та особливості реєстрації фізичних осіб-підприємців і юридичних осіб в Україні?

6. Які труднощі можуть виникнути під час реєстрації бізнесу?

Завдання 1

Скласти порівняльну таблицю ФОП і ТОВ.

Таблиця 1

Порівняльна таблиця ФОП і ТОВ

Критерій	ФОП (Фізична особа – підприємець)	ТОВ (Товариство з обмеженою відповідальністю)
Юридична особа		
Відповідальність власника		
Кількість власників		
Система оподаткування		
Реєстрація та документи		
Можливість залучення інвестицій		
Ведення обліку		
Можливість розширення бізнесу		
Ризики		

Вартість відкриття та ведення		
Інше		

Завдання 2

Уявити, що Ви відкриваєте новий бізнес у сфері послуг (кафе, туроператор, тур агентство або на вибір здобувача (рекомендовано обрати напрям в контексті розробки бізнес-плану)). Розробити план дій для організаційно-правового оформлення:

- вибір форми власності;
- реєстрація;
- отримання ліцензій і дозволів, якщо необхідно.

Завдання 3

Уявити, що Ви відкриваєте туристичне агентство, кав'ярню або іншу дозволена діяльність у сфері послуг як ФОП.

Заповнити заяву щодо державної реєстрації фізичної особи – підприємця та Заяву про застосування спрощеної системи оподаткування.

Завдання 4

Обрати існуюче або уявити, що ви плануєте відкрити конкретне підприємство у сфері послуг.

1. Знайти та проаналізувати основні законодавчі акти, що регулюють діяльність такого виду суб'єктів господарювання в Україні.
2. Визначити, які ліцензії або дозволи можуть бути потрібні для організації вашого бізнесу.
3. Пояснити, як Закон України «Про захист прав споживачів» впливає на вашу діяльність та які обов'язки виникають у вас перед клієнтами.

Завдання 5

Виявити та проаналізувати ключові джерела фінансування, доступні для стартапів і малих підприємств в Україні, щоб підготуватись до розробки бізнес-плану. Знайдіть 6 варіантів фінансування для стартапів в Україні. Дослідіть такі варіанти, як:

- державні програми та гранти;
- приватні інвестиції;
- венчурні фонди;
- краудфандинг;
- банківські кредити.

Обґрунтуйте, який з варіантів фінансування є найбільш підходящим для вашої бізнес-ідеї. Поясніть, чому інші варіанти є менш доцільними у вашому конкретному випадку.

Практичне заняття 4. Бізнес-план і його роль у розвитку підприємств сфери послуг

Мета: Оволодіти сутністю та змістом бізнес-планування підприємств сфери послуг, знати види планів, структуру та основні розділи бізнес-плану, ознайомитись із вимогами до стилю написання та оформлення бізнес-плану

План роботи:

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

Питання для обговорення:

1. У чому полягає сутність підприємницької ідеї та як вона трансформується у бізнес-план? Звідки найчастіше виникають ідеї для бізнесу в туризмі та гостинності?
2. Яке значення бізнес-планування для створення та розвитку підприємств сфери послуг? Чим бізнес-планування відрізняється від звичайного планування?
3. З якою метою розробляється бізнес-план і хто є його основними користувачами? Чи потрібен бізнес-план малому підприємству?
4. Яку інформацію повинні містити титульна сторінка та резюме бізнес-плану? Чому резюме є найважливішим розділом бізнес-плану?
5. Які вимоги висуваються до стилю викладу та оформлення бізнес-плану підприємств сфери послуг?
6. Чому важливе правильне оформлення документа?

Завдання 1

Розкрити особливості складання бізнес-плану залежно від основних його користувачів (табл. 1).

Таблиця 1

Інтереси основних користувачів бізнес-плану

Користувачі бізнес-плану	Основні аспекти, на які варто звернути увагу
Банкіри	
Інвестори	
Стратегічні партнери	
Великий клієнт	
Новий співробітник	
Фахівці зі злиття компаній	
Для внутрішніх цілей	

Завдання 2

Розкрити зміст причин і чинників, що можуть приваблювати потенційних кредиторів та інвесторів до фінансування бізнес-плану.

Причини привабливості бізнес-планів

Потенційні інвестори	Обставини, за яких може здійснюватись фінансування бізнес плану
Приватні особи	
Підприємства	
Держава	
Міжнародні організації-донори	
Банки	

Завдання 3

На основі наведених даних Swot-аналізу туристичної компанії "X" навести заходи, яких можна вжити в рамках кожної стратегії.

Swot-аналізу туристичної компанії "X"

	<u>Можливості</u>	<u>Загрози</u>
	1. Можливість зниження цін 2. Послаблення позицій конкурентів 3. Можливість розширення діяльності	1. Поява нових конкурентів 2. Зниження платоспроможності населення 3. Зміни споживчих смаків
<u>Сильні сторони</u> 1. Наявність необхідних фінансових ресурсів 2. Високий професіоналізм співробітників з продажу 3. Вдале місце розташування	Агресивна стратегія - - -	Конкурентна стратегія - - -
<u>Слабкі сторони</u> 1. Відсутність чіткої сформованої стратегії 2. Неефективність рекламних заходів 3. Вплив чинника сезонності на обсяг прибутку	Консервативна стратегія - - -	Парадоксальна стратегія - - -

Завдання 4

Підприємницька ідея

I. Оберіть бізнес-ідею у сфері послуг (готельно-ресторанна справа, туризм, дозвілля, івент-сфера, салонні або освітні послуги тощо).

II. Короткий опис продукту (послуги) - форма, склад, спосіб використання, особливості;

III. Опишіть коротко, яку проблему споживача вирішує ваша ідея.

Визначте вигоду або унікальну цінність для клієнта. Опишіть:

- унікальність для споживача;
- унікальність для ринкової ніші;
- унікальність цінової категорії;
- майбутній потенціал продукту (послуги).

IV. Обґрунтуйте, чому саме ця ідея є перспективною у сучасних ринкових умовах.

V. Сформулюйте місію підприємства (сенс його існування, орієнтація на споживача, суспільну користь).

VI. Визначте 2–3 стратегічні цілі діяльності (наприклад: забезпечення високого рівня сервісу, розширення ринку, впровадження сталих практик).

VII. Сформулюйте цінності компанії (інноваційність, клієнтоорієнтованість, відповідальність, екологічність тощо).

Завдання 5

Розробіть виступ представлення вашої бізнес-ідеї у форматі Elevator Pitch. Elevator Pitch - це короткий виступ тривалістю 30–60 секунд, під час якого потрібно зацікавити інвестора або партнера своєю бізнес-ідеєю.

Сценарій виступу має включати такі елементи:

Хто ви і що ви пропонуєте? (Назва проекту, коротке представлення).

Яку проблему вирішує ваш бізнес? (Конкретна потреба споживача).

Яке рішення ви пропонуєте? (Продукт або послуга, що створює цінність).

Чому саме ваш проект унікальний? (Конкурентні переваги).

Який очікуваний результат або заклик до дії? (Наприклад: «Шукаємо партнера», «Запрошуємо до співпраці»).

Тривалість виступу: до 1 хвилини.

Мета: викликати зацікавлення і бажання дізнатися більше про ваш бізнес.

Форма звіту – текст виступу і усне представлення.

Завдання 6

Оформіть титульну сторінку (назва проекту, автор, навчальний заклад, рік, місто, контактна особа).

Складіть попередній план бізнес-плану вашого проекту.

Практичне заняття 5. Початковий етап бізнес-планування

Мета: Ознайомити студентів із початковим етапом бізнес-планування та сформувати навички аналізу ринку, конкурентів, попиту і вибору стратегії розвитку підприємства.

План роботи:

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

Питання до обговорення:

1. Яка інформація про підприємство та його послуги є ключовою на початковому етапі бізнес-планування?
2. Які особливості аналізу ринку збуту для туристичних і готельно-ресторанних підприємств?
3. Як сегментація ринку впливає на формування бізнес-ідеї та вибір цільової аудиторії?
4. Які методи прогнозування попиту є найбільш придатними для туризму та готельно-ресторанного бізнесу?
5. Як результати аналізу ринку та конкуренції впливають на вибір стратегії розвитку підприємства?
6. В чому особлива цінність вашої продукції або послуг? Які потреби задовольняє ваша продукція (послуги)?
7. Що може завадити запланованих обсягів продажу продукції (ціна на сировину, державне регулювання)?
8. Чи існують можливості розширення номенклатури або вдосконалення продукції (послуг) фірми?
9. На яких ринках реалізовується продукція? Які основні сегменти цих ринків?
10. Яку роль відіграє конкуренція в даній галузі? Які сильні та слабкі сторони конкурентів? Які можливості та особливості вашої фірми дозволять забезпечити успіх в конкурентній боротьбі?

Завдання 1

Сформувати короткий опис Вашого бізнесу у сфері послуг та його основного продукту (послуги) (Розділ «Загальні відомості про підприємство та продукцію»).

I. Відомості про підприємство:

Назва та організаційно-правова форма (ФОП, ТОВ, ПП тощо).

Місце розташування і сфера діяльності (готель, ресторан, салон краси, турагентство тощо).

Короткий опис діяльності:

Для нового бізнесу - яку компанію плануєте створити; для діючого - коротка історія, кількість працівників, структура.

Конкурентні переваги підприємства: у чому сильні сторони або унікальні можливості бізнесу.

II. Опис продукту (послуги):

Назва продукту або послуги.

Призначення та цінність для споживача: яку потребу задовольняє; чому клієнти оберуть саме вас.

Основні характеристики: короткий опис послуги / продукту (формат, особливості, тривалість, якість).

Орієнтовна ціна або діапазон вартості.

Механізм отримання доходу (бізнес-моделі). Визначити:

- джерела доходу підприємства (послуги, додаткові сервіси, абонементи, продаж товарів тощо);

- цільові сегменти клієнтів, які приносять найбільший дохід;
- основні канали реалізації послуг (офлайн, онлайн, партнерські платформи);
- структуру витрат, що впливають на прибутковість (персонал, оренда, обладнання, маркетинг).

Завдання 2

Оцінити зовнішнє середовище бізнесу у сфері послуг: стан галузі, тенденції, характеристику ринку та основних споживачів.

I. Аналіз галузі

Назва галузі, у якій працює підприємство (наприклад, ресторанний бізнес, туризм, салонні послуги, освіта, логістика тощо).

Коротка характеристика галузі:

- основні види послуг;
- тенденції розвитку;
- 2. етап життєвого циклу (зростання, стабілізація, спад).
- 3. Фактори, що впливають на розвиток галузі (PEST):

Фактор	Вплив на галузь (+ або -)	Сила впливу (1-5)	Коментар
Економічні - -			
Соціальні - -			
Технологічні - -			
Політичні / правові - -			
Екологічні - -			

Основні бар'єри входу і ризики (наприклад: конкуренція, сезонність, кадровий дефіцит, регулювання).

Висновок: чи є галузь перспективною для нового або діючого бізнесу.

II. Аналіз ринку збуту

1. Географічні межі ринку: місто, регіон, країна.
2. Тип ринку: локальний / національний / міжнародний.
3. Орієнтовна місткість ринку або попит:
 - великий / середній / невеликий;
 - тенденції: зростає / стабільний / спадає (з поясненням причин).

III. Цільова аудиторія (споживачі)

Опишіть цільову аудиторію:

- соціально-демографічні характеристики (вік, стать, рівень доходу, освіта);

- поведінкові особливості (що мотивує купівлю, коли та як користується послугою);

- очікування і потреби споживача. Результати можна подати у вигляді таблиці :

Характеристика	Опис
Вік	
Стать	
Рівень доходу	
Рід занять / стиль життя	
Мотиви придбання	
Очікування від продукту / послуги	

Завдання 3

1. Визначте 3-4 основних конкурентів на вашому ринку.

2. Заповніть таблицю аналізу конкурентів.

№	Конкурент	Основні продукти / послуги	Ціновий рівень	Цільова аудиторія	Сильні сторони	Слабкі сторони
1						
2						
3						

Завдання 4

Проведіть SWOT-аналіз бізнес-ідеї (таблиця 1).

Таблиця 1

Внутрішні фактори	Зовнішні фактори
Сильні сторони (Strengths)	Можливості (Opportunities)
•	•
•	•
•	•
Слабкі сторони (Weaknesses)	Загрози (Threats)
•	•
•	•
•	•

Висновки SWOT-аналізу:

Основні конкурентні переваги: _____

Основні ризики: _____

Заходи щодо мінімізації ризиків: _____

Завдання 5

1. Сформулюйте твердження позиціонування (Positioning Statement):

Формула:

Для [цільовий клієнт], який [потреба / проблема], наш [продукт / послуга] - це [унікальна характеристика], що [вигода / результат].

Ваш варіант:

2. Обґрунтуйте вибір позиціонування:

Практичне заняття 6. План маркетингу

Мета: Сформувати у студентів знання та практичні навички з розроблення маркетингового плану, зокрема щодо вибору стратегії маркетингу, ціноутворення, планування продажу та комунікаційної політики підприємства.

План роботи:

1. Зміст розділу «Маркетинговий план». Типи маркетингу.
2. Стратегія маркетингу. Визначення попиту.
3. Життєвий цикл товару чи послуги та стратегії для кожного етапу.

Асортиментна політика

4. Стратегія ціноутворення. Особливості формування цін
5. План продажу
6. Планування маркетингової комунікаційної системи

Питання для обговорення:

1. Яку роль відіграє маркетинговий план у загальній структурі бізнес-плану підприємства сфери послуг?
2. Які типи маркетингу є найбільш доцільними для туристичних, готельних і ресторанних підприємств?
3. Як визначається та прогнозується попит на туристичні та готельно-ресторанні послуги?
4. Як етап життєвого циклу послуги впливає на вибір маркетингової стратегії підприємства?
5. Які особливості формування асортиментної політики у туризмі та готельно-ресторанному бізнесі?
6. Які фактори слід враховувати під час вибору стратегії ціноутворення у сфері послуг?
7. Як формується план продажу туристичного або готельно-ресторанного підприємства?
8. Які інструменти маркетингових комунікацій є найбільш ефективними для просування послуг?

Завдання 1

1. Визначити місію вашого підприємства (одне-два речення, що відображають основну діяльність і цінність для споживача).
2. Сформулюйте 2-3 цілі підприємства у форматі SMART (Specific - Конкретність, Measurable - Вимірність, Achievable - Досяжність, Relevant - Релевантність, Time-bound – Обмеженість в часі).

Приклад:

Ціль (SMART)	Specific (Що саме?)	Measurable (Як виміряти?)	Achievable (Чи реально?)	Relevant (Важливість)	Time-bound (Термін виконання)	Показник
1. Створити впізнаваність бренду	Запустити маркетингову кампанію та SMM присутність	Досягти 1 000 підписників у соцмережах і 5 000 охоплень/тж	Можливо завдяки рекламі й контенту	Для нового бізнесу критично важливо заявити про себе	За 3 місяці	Кількість підписників, охоплення
2.						
3.						

Завдання 2

1. Виберіть тип маркетингу (масовий, диференційований, концентрований, нішевий).

2. Оберіть тип маркетингової стратегії. Вкажіть обґрунтування вибору.

Обрана стратегія	Причина вибору	Очікуваний результат

3. Визначте стратегію просування продукту на ринку залежно від його життєвого циклу (введення, зростання, зрілість, спад).

Етап життєвого циклу	Стратегія маркетингу	Основні дії (просування, позиціонування)	Причина вибору стратегії
Введення			
Зростання			
Зрілість			
Спад			

4. Обґрунтуйте стратегію ціноутворення.

Завдання 3

Визначіть канали збуту. Студент має визначити:

- де і як продаватиметься продукт;
- через які платформи;
- прямі чи непрямі канали.

Приклад:

Канал збуту	Витрати	Охоплення	Переваги	Недоліки
Власний сайт				
Instagram/Facebook				
Booking/ОТА				
Партнерські продажі				

Завдання 4

Виберіть канали комунікацій (соцмережі, реклама, PR, email-маркетинг тощо).

Розподіліть бюджет на кожен канал.

Вкажіть ціль кожної рекламної активності та очікуваний результат.

Таблиця 1

Приклад визначення комплексу маркетингових комунікацій

Інструмент	Ціль	Цільова аудиторія	Формат	Очікуваний результат (KPI)	Бюджет	Термін проведення
Instagram	Залучення	18–35 р.	stories/reels	+30% підписників		
Google Ads	Продажі	активні покупці	реклама	200 лідів		
PR	Довіра	локальна аудиторія	статті	публікації 2–3		
Промоакції	Стимулювання	нові клієнти	знижки	збільшення продажів		

Завдання 5

Скласти бюджет маркетингу. Розподілити витрати на маркетинг між різними інструментами.

Таблиця 1

Бюджет маркетингу

Види маркетингових заходів	Місяць				За рік
	I	2	...	12	
Digital-реклама					
Соцмережі					
Знижки/промо					
Навчання персоналу					
Дослідження ринку					
Участь у виставках					
...					
Усього					

Для ознайомлення : Поширені методи визначення маркетингових (рекламних) витрат
Метод фіксованого бюджету

Компанія встановлює певний рівень витрат на рекламу, і ці витрати залишаються постійними рік у рік незважаючи ні на які зміни у внутрішньому і зовнішньому середовищі компанії.

Залишковий метод

Компанія виділяє на рекламний бюджет засоби, які залишилися після покриття всіх інших витрат компанії.

На щастя, два вищеописаних методи визначення рекламного бюджету зустрічаються нечасто в силу їхньої очевидної неефективності й нездатності відбивати зміни, які постійно відбуваються як у внутрішньому, так і в зовнішньому середовищі компанії. Згідно Krueger подібні методи характерні для невеликих компаній, керівництво яких «не вірить» у рекламу.

Визначення бюджету на основі певного відсотка від продажів

Визначення розміру бюджету як певного відсотка від продажів є більш просунутим методом. Звичайно рекламний бюджет складає від 1,5% до 3% від загального обсягу продажів для промислових товарів і від 15% до 30% від загального обсягу продажів для споживчих товарів. Компанія може встановлювати певний відсоток як від торішніх продажів, так і від прогнозу продажів на наступний рік. В останньому випадку важлива точність прогнозу.

Визначення бюджету на основі певного відсотка від продажів, прийнятого в конкурентів

Компанія оцінює в грошовому вираженні рекламну активність конкурентів і їхніх загальних обсягів продажів. Потім обчислюється відсоток від продажів, що конкуренти направляють на рекламу. У підсумку при остаточному визначенні свого рекламного бюджету компанія орієнтується на цей відсоток (використовуючи власний обсяг продажів). У деяких областях бізнесу склалися свої певні показники рекламних витрат стосовно продажів. І хоча тут теж немає гарантій того, що ці показники оптимальні, багато компаній намагаються дотримуватися їх зі стратегічних міркувань - не відставати від конкурентів.

Незважаючи на те, що й ці два вищеописаних методи далекі від досконалості, саме вони застосовуються для розрахунку рекламних витрат у більшості компаній. \

Визначення бюджету на основі частки рекламного ринку, рівній частці товарного ринку, займаного компанією (метод рівності часток ринку)

При визначенні рекламного бюджету компанія оцінює частку товарного ринку, що вона займає, оцінює загальний розмір рекламного ринку, а потім розраховує бюджет, необхідний для покриття такого ж відсотка рекламного ринку, який компанія займає на товарному ринку. Простіше говорячи, якщо частка компанії на товарному ринку становить 15%, то її реклама повинна займати ті ж 15% рекламного ринку (під рекламним ринком у даній ситуації розуміється реклама однотипних товарів, розташовувана компанією й всіма її конкурентами).

Визначення бюджету на основі цілей рекламної кампанії

Компанія ставить конкретні цілі й визначає бюджет, необхідний для досягнення даних цілей за допомогою рекламної кампанії. На відміну від всіх вищеописаних методів цей відрізняється порядком дій - спочатку визначається мета, а потім бюджет. У принципі, це ідеальний порядок, однак на практиці такий метод зустрічається нечасто. По-перше, більшість компаній обмежені у фінансових ресурсах. По-друге, цей метод також не дає гарантій оптимальності бюджету. Скоріше навпаки - для виконання рекламних цілей виконавці спробують перестрахуватися й збільшити бюджет, наскільки це можливо, систематично перевищуючи оптимальний рівень.

Практичне заняття 7. Організаційно-виробничий (оперативний) план підприємства

Мета: оволодіти методикою розробки організаційно-виробничого плану, вміти розраховувати потребу в основних виробничих та невиробничих фондах, ресурсах на виробничу програму, в персоналі і заробітній платі

План роботи:

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

Питання до обговорення:

1. Яке призначення та місце організаційно-виробничого плану в структурі бізнес-плану підприємства сфери послуг?

2. Які особливості формування виробничої програми у туристичному, готельному та ресторанному бізнесі?
3. Які показники використовуються для планування обсягу реалізації послуг?
4. Як визначається потреба підприємства в основних виробничих і невиробничих фондах?
5. Які ресурси є ключовими для реалізації виробничої програми підприємств туризму та гостинності?
6. Як розраховується потреба в персоналі з урахуванням режиму роботи та сезонності?
7. Яку роль відіграє фонд оплати праці в організаційно-виробничому плані?
8. Які елементи включає організаційний план підприємства та як він пов'язаний з виробничим планом?

Завдання 1

Визначити перелік основних послуг підприємства. Описати виробничо-технологічний процес послуг, що плануються надавати.

Скласти план реалізації продукції/послуг (відповідно до бізнес-плану).

Таблиця 1

Плановий обсяг реалізації

Обсяг реалізації	Місяць					
	1			2	3	n
	Обсяг реалізації, од.	Планова ціна, грн.	Виручка, грн.			
Продукт 1						
Продукт 2						
Продукт n						
Разом						

* Можна модифікувати для послуг: кількість клієнтів, середній чек тощо.

Приклад опису виробничо-технологічного процесу для клінінгу.

1. Підготовка: Огляд приміщення, визначення зон забруднення, підбір засобів і обладнання (пилосос, мийні засоби, серветки).

2. Прибирання:

Крок 1: Видалення пилу з поверхонь, меблів.

Крок 2: Вологе прибирання підлог, миття вікон та дзеркал.

Крок 3: Чистка килимів і м'яких меблів (за потреби).

Крок 4: Обробка санвузлів дезінфікуючими засобами.

3. Контроль якості: Перевірка чистоти кожної зони.

4. Завершення: Провітрювання приміщення, збір обладнання, вивезення сміття.

Технологічний процес передбачає близько 3-4 годин для офісу середніх розмірів (50-70 м²) з двома працівниками.

Управління запасами: уникнення надлишків або дефіциту матеріалів.

Завдання 2

Розрахувати потребу в основних виробничих та невиробничих фондах.

До основних фондів у сфері послуг належать: будівлі та приміщення; обладнання та устаткування; інвентар; транспорт; інформаційні системи та техніка.

Заповніть таблицю 1 та таблицю 2.

Таблиця 1

Приміщення і споруди

Приміщення і споруди	Купівля чи оренда	Нове чи вторинний ринок	Вартість	Строк служби (в місяцях/роках)	Амортизаційні відрахування (за місяць/рік)	Призначення

Амортизація не нараховується на орендовані основні засоби.

До прикладу, для новоствореного туристичного агентства, потреба в приміщеннях може передбачати оренду офісу площею 50 м.кв. у центрі міста. Доцільно описати витрати на оренду.

Таблиця 2

Обладнання та устаткування

Найменування обладнання	Купівля чи оренда	Нове чи вживане	Вартість	Строк служби (в місяцях/роках)	Амортизаційні відрахування (за місяць/рік)	Призначення

До прикладу, для новоствореного туристичного агентства, потреба в обладнаннях і устаткуванні може передбачати закупівлю комп'ютерів, програмного забезпечення для бронювання, меблів, оргтехніки.

Приклад: Підприємство планує відкрити кав'ярню на 30 посадкових місць. Розрахуйте кількість обладнання (кавомашини, холодильники, столи, стільці тощо), необхідного для повноцінної роботи кав'ярні.

Для кав'ярні на 30 місць знадобиться наступне обладнання:

1. Кавомашини – 1 потужна кавомашини або 2 середніх (залежно від обсягу продажу).
2. Холодильники – 1-2 для зберігання молока, десертів, соків.
3. Столи – 10-12 столів (по 2-4 місця).
4. Стільці – 30 одиниць.
5. Барний стіл – 1.
6. Посуд (чашки, склянки, тарілки) – на 50-60 клієнтів, щоб врахувати замовлення під час завантаженості.

Завдання 3

Розрахувати потребу в ресурсах на виробничу програму. Для обраних послуг визначте потребу у:

- сировині та матеріалах;
- комплектувальних;
- витратних матеріалах;

- енергоресурсах;
- господарських потребах.

Заповнити таблицю 1.

Таблиця 1

Розрахунок потреби в ресурсах на виробничу програму

N з/п	Найменування ресурсів	Місяць						
		0				1	...	т
		Потреби на од. послуги	Кількість, натур. од	Ціна одиниці ресурсів, тис.грн.	Вартість, тис. грн			
1	Сировина та матеріали за видами							
2.	Покупні комплектуючі вироби							
3.	Паливо							
4.	Енергія							
5.	...							
	Разом							

Завдання 4

Розрахувати потребу в персоналі і фонді оплати праці.

1. Складіть список посад (адміністрація, менеджери, майстри, офіціанти, покоївки, інструктори, кухарі тощо).
2. Визначити кількість працівників і заповнити таблицю 1.

Таблиця 1

Розрахувати потребу в персоналі і фонді оплати праці

Посада	Кількість працівників	Оклад / ставка	Надбавки	Нарахування на ЗП (ЄСВ 22%)	Місячний фонд оплати праці	Річний фонд оплати праці

Завдання 5

Складіть організаційну структуру підприємства:

- схему (можна у вигляді деревовидної структури або табл.1);
- функції ключових підрозділів;
- відповідальних осіб;
- підпорядкування.

Таблиця 1

Організаційна структура підприємства

Підрозділ	Основні функції	Посади	Підпорядкованість

Практичне заняття 8. Фінансовий план підприємства і оцінка ризиків

Мета: володіти методикою розробки фінансового плану, вміти визначати ризики реалізації бізнес-плану та розробляти заходи з їх мінімізації .

План роботи:

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

Питання до обговорення:

1. Яке місце фінансового плану в структурі бізнес-плану підприємства сфери послуг? Які основні вимоги висуваються до фінансового плану туристичного або готельно-ресторанного підприємства?
2. Які статті витрат є ключовими для готелів, ресторанів і туристичних фірм?
3. У чому полягає відмінність між постійними та змінними витратами у сфері послуг?
4. Яке значення має план доходів і видатків для оцінки життєздатності бізнес-плану?
5. Яку інформацію дає плановий баланс підприємства та чому він важливий для інвесторів?
6. Які показники використовуються для оцінки ефективності бізнес-плану?
7. Чи завжди фінансова ефективність є єдиним критерієм прийняття рішення щодо реалізації проекту?
8. Які фінансові ризики є найбільш характерними для туристичного та готельно-ресторанного бізнесу?
9. Які заходи мінімізації ризиків доцільно передбачати у фінансовому плані підприємства?

Завдання 1

Скласти схему фінансових відносин які виникають між підприємством, обраним для бізнес-планування та іншими суб'єктами господарювання в процесі виробничо-господарської діяльності.

Приклад:

Таблиця 1

Схема фінансових відносин туристичних підприємств

Тип фінансових відносин	Характеристика
Між турагентом і туроператором	за розрахунками за придбані туристичні путівки
Між турагентом та іншим турагентом	при реалізації путівок певного турагента
Між туристичною фірмою та органами ЖКГ	з оплати оренди і комунальних послуг

Завдання 2

1) Складіть кошторис витрат для підприємства на 1 рік, розділивши витрати на постійні та змінні за місяцями.

Таблиця 1

Кошторис витрат

Стаття витрат	Тип витрат (постійні/змінні)	Сума витрат (грн)		
		Місяць 1	Місяць ...	Місяць n
Всього витрат				

2) На основі даних із загальної таблиці розрахуйте:

1. Собівартість одиниці продукції/
2. Загальну собівартість на плановий обсяг виробництва.

Формула:

$$\text{Собівартість одиниці} = \frac{\text{Всього витрат}}{\text{Кількість одиниць продукції}}$$

Таблиця 2

Детальний розрахунок собівартості одиниці продукції/послуги

Кількість продукції/послуги (шт.)	Собівартість одиниці (грн)	Загальна собівартість (грн)	Примітки

Завдання 3

1) На основі прогнозованих продажів і собівартості складіть план доходів і видатків на рік. Визначте чистий прибуток/збиток.

Таблиця 1

Місяць	Доходи (грн)	Видатки (грн)	Чистий прибуток/збиток (грн)	Примітки
1				
2				
...				
n				

2) Визначте обсяг продажів, при якому доходи дорівнюють витратам (точку беззбитковості). Вкажіть, як зміна собівартості або ціни впливає на точку беззбитковості.

Формула:

$$\text{Точка беззбитковості (шт.)} = \frac{\text{Постійні витрати}}{\text{Ціна одиниці} - \text{Змінні витрати на одиницю}}$$

Таблиця 2

Визначення точки беззбитковості

Показник	Значення	Примітки
Постійні витрати		
Змінні витрати на одиницю		
Ціна одиниці		

Точка беззбитковості (шт.)		
----------------------------	--	--

Завдання 4

Розрахуйте основні показники: рентабельність продажів, рентабельність власного капіталу, ROI та період окупності.

Таблиця 1

Фінансові показники ефективності

Показник	Формула	Розрахунок	Результат
Рентабельність продажів	$(\text{Чистий прибуток} / \text{Доходи}) * 100$		%
Рентабельність власного капіталу	$(\text{Чистий прибуток} / \text{Власний капітал}) * 100$		%
ROI	$(\text{Чистий прибуток} / \text{Інвестиції}) * 100$		%
Період окупності	Інвестиції / Чистий прибуток		місяців/років

Завдання 5

Ідентифікуйте основні ризики реалізації бізнес-плану (фінансові, ринкові, операційні, правові).

Розробіть заходи щодо мінімізації кожного ризику.

Таблиця 1

Оцінка ризиків та заходи щодо мінімізації

Тип ризику	Опис ризику	Можливий вплив	Ймовірність (висока/середня/низька)	Заходи щодо мінімізації

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 31.08.2010р. №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., Талавири 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? Вчаснор ЕДО. 2025. URL: <https://vchasno.ua/orhanizatsiino-pravovi-formy-pidpryiemstva/>.

16. Як відкрити ФОП в Україні: покрокова інструкція 2024. Вчаснор 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. Глуценко Л. Д. Теоретичні аспекти та сучасні тенденції бізнес-планування на підприємстві [Електронний ресурс] / Л. Д. Глуценко, 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>.

Бізнес-планування сфери послуг : метод.вказівки до практичних занять 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. 32 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

