

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу і консалтингу

БІЗНЕС – ПЛАНУВАННЯ У ТУРИЗМІ

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

для здобувачів
першого (бакалаврського) рівня освіти
галузі знань 24 «Сфера обслуговування»
спеціальності 242 «Туризм»

Київ – 2020 р.

Рекомендовано Вченою радою навчально-наукового інституту неперервної освіти і туризму від 20 лютого 2020 року (Протокол № 06/2020).

Розробники: Левицька Інна Ванадіївна, доктор економічних наук, професор

Рецензенти: Басюк Дар'я Іванівна, доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу і консалтингу НУБіП України

Мостенська Тетяна Леонідівна, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри адміністративного менеджменту та зовнішньоекономічної діяльності НУБіП України

БІЗНЕС – ПЛАНУВАННЯ У ТУРИЗМІ

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

для здобувачів
першого (бакалаврського) рівня освіти
галузі знань 24 «Сфера обслуговування»
спеціальності 242 «Туризм»

1. Загальні методичні рекомендації

Методичні рекомендації для проведення практичних занять складено відповідно до освітньо-професійної програми підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань – 24 «Сфера обслуговування», спеціальності 242 «Туризм».

Методичні рекомендації для проведення практичних занять охоплюють всі теми курсу, що передбачає набуття здобувачами вищої освіти системи базових знань щодо сутності, цілей та завдань бізнес-планування як особливої форми діяльності туристичних підприємств, а також використання методів складання окремих розділів бізнес-плану, як надійного фінансово-економічного інструменту розвитку й підвищення ефективності підприємств туристичного бізнесу

Викладання дисципліни «Бізнес-планування у туризмі» передбачає проведення лекцій та практичних занять, організації самостійної роботи здобувачів. Певна частина матеріалу має бути засвоєна в процесі самостійної роботи здобувачів вищої освіти та виконання ними індивідуальних завдань, спрямованих на розвиток професійних компетентностей та творчих здібностей. Знання, отриманні при вивченні дисципліни, сприятимуть більш якісному освоєнню фахових дисциплін, підготовці наукових статей та здійсненню досліджень при написанні дипломних бакалаврських робіт

Програмою дисципліни передбачено оволодіння професійними знаннями, навичками та вміннями в галузі бізнес-планування та організації діяльності підприємств туристичної індустрії.

Головною метою дисципліни «Бізнес-планування у туризмі» є формування теоретичних знань та практичних навичок з бізнес-планування, як елементу управління підприємством туристичного бізнесу.

У процесі вивчення дисципліни «Бізнес-планування у туризмі» передбачається теоретична та практична підготовка здобувачів з вирішення наступних завдань:

- визначення сутності, цілей та завдань бізнес-планування як особливої форми діяльності туристичних підприємств;
- ознайомлення з методологічними основами бізнес-планування діяльності туристичних установ;
- ознайомлення з найчастіше застосовуваними на практиці господарювання підприємств туристичного бізнесу методами складання окремих розділів бізнес-плану;

- обґрунтування доцільності й обов'язковості використання бізнес-планів як надійного фінансово-економічного інструменту розвитку й підвищення ефективності підприємств туристичного бізнесу;
- розробка бізнес-плану підприємства туристичного бізнесу.

У результаті вивчення даної дисципліни студенти повинні **знати та вміти:**

- сутність, цілі та логіку бізнес-планування підприємств туристичної індустрії;
- методику бізнес-планування підприємств туристичної індустрії;
- види планування на туристичних підприємствах, та типізацію планування залежно від об'єкта;
- визначення цілей планування, та дослідження внутрішнього та зовнішнього середовища, як основи для планування;
- структуру та зміст бізнес-плану туристичного підприємства;
- вимоги до змісту та методичні підходи до розробки окремих розділів бізнес-плану: маркетингового, виробничого, організаційного, фінансового, оцінки ризику;
- фінансово-економічна діагностика спроможності бізнес-плану та оцінка ефективності його реалізації.

Викладання дисципліни «Бізнес-планування у туризмі» передбачає читання лекцій, проведення семінарських та практичних занять у формах бесіди, індивідуального опитування, тестування, ділових ігор, а також самостійну роботу здобувачів та індивідуальну роботу викладача із здобувачем.

Програма навчальної дисципліни «Бізнес-планування у туризмі» для підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності 242 «Туризм» складена у відповідності із навчальними планами згідно з якими на вивчення навчальної дисципліни відводиться 150 години / 5 кредити ECTS.

2. Опис навчальної дисципліни

Бізнес-планування у туризмі

(назва)

Галузь знань, спеціальність, освітньо-кваліфікаційний рівень		
Освітньо-кваліфікаційний рівень	бакалавр (бакалавр, спеціаліст, магістр)	
Галузь знань	24 «Сфера обслуговування»	
Спеціальність	242 «Туризм» (шифр і назва)	
Спеціалізація		
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	Вибіркова	
Загальна кількість годин	150	
Кількість кредитів ECTS	5	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проект (робота) (якщо є в робочому навчальному плані)	-	
Форма контролю	Залік	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки	4	-
Семестр	8	-
Лекційні заняття	13 год.	-
Практичні, семінарські заняття	13 год.	-
Лабораторні заняття		-
Самостійна робота	124 год.	-
Індивідуальні завдання	-	-
Кількість тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних самостійної роботи студента –	4 год. 4 год.	-

3. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						Заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи бізнес-планування діяльності туристичних підприємств												
Тема 1. Бізнес-планування як особлива форма діяльності підприємств туристичного бізнесу	11	1	1			9						
Тема 2. Методологічні основи бізнес-планування діяльності підприємств туристичного бізнесу	13	2	1			10						
Тема 3. Систематизація основних видів планування діяльності підприємств туристичного бізнесу	14	2	2			10						
Разом за змістовим модулем 1	37	5	5			29						
Змістовий модуль 2. Розробка бізнес-плану туристичного підприємства												
Тема 4. Маркетинговий план діяльності туристичних установ	24	2	2			20						
Тема 5. Виробничий план діяльності підприємства туристичного бізнесу	24	2	2			20						
Тема 6. Фінансовий план.	29	2	2			25						
Тема 7. Бізнес-план як кінцевий продукт планування	34	2	2			30						
Разом за змістовим модулем 2	111	8	8			95						
Всього за семестр	150	13	13			124						

4. Тематика і конкретний зміст практичних занять

Частина 1. Теоретичні основи бізнес-планування діяльності туристичних підприємств

Тема 1. Бізнес-планування як особлива форма діяльності підприємств туристичного бізнесу

Мета: Оволодіти сутністю та змістом бізнес-планування підприємств туристичного бізнесу, знати види планів, структуру та основні розділи бізнес-плану, володіти технологією розробки бізнес-плану

Короткий зміст теми:

Зміст процесу бізнес-планування Предмет, об'єкт та зміст бізнес-планування. Планування – основна функція системи управління. Методика та методологія бізнес-планування. Продукт планування – проект. Цілі проекту, економічні та соціальні результати. Класифікаційні ознаки проекту. Соціальні проект, організаційні проекти та інвестиційні проекти. Етапи бізнес-планування його завдання. Бізнес-планування та успіх туристичного підприємства. Практичні завдання впровадження бізнес-планування на туристичному підприємстві.

Основні поняття: предмет, об'єкт бізнес-планування, функція, управління, контроль, організація, мотивація, організаційні проекти, інвестиційний проект, соціальний проект.

План практичного заняття

1. Цілі, завдання, функції та принципи бізнес-планування в туризмі.
2. Класифікація бізнес-планів в туризмі.
3. Види бізнес-планів в туризмі, особливості їх розробки.
4. Технологія розробки бізнес-плану.
5. Структура та основні розділи бізнес-плану підприємства туристичного бізнесу.
6. Організація процесу бізнес-планування на підприємстві туристичного бізнесу

Література:

Законодавчо-нормативна література: 1, 2, 3, 22..

Основна література: 2, 3, 4, 6, 7, 10, 18, 23.

Додаткова література: 1, 2, 4, 12.

Контрольні запитання:

1. Важливість планування в сучасному житті.
2. Основні наукові категорії планування.
3. Класифікація проектів.
4. Економічна сутність процесу планування.
5. Практичні завдання. впровадження планування на туристичному підприємстві.

Тема 2. Методологічні основи бізнес-планування діяльності підприємств туристичного бізнесу

Мета: Вміти визначити місткість регіонального ринку покупця. Визначити обсяг попиту на послуги та продукцію туристичного підприємства

Короткий зміст теми:

Методологічні рівні наукового дослідження. Методика та методологія наукового дослідження. Методи, прийоми, техніка та процедури наукового дослідження. Закон планомірної організації та розвитку суспільного виробництва. Закон пропорційного розвитку виробництва. Закон вартості, закон попиту та пропозиції Закон неухильного зростання продуктивності. Закон накопичення, закон зростання потреб. Теоретико-емпіричний рівень. Різні типи підходів для забезпечення кінцевої мети туристичного підприємства. Спеціальні методи планування та їх суть. Експертні методи або інтуїтивні методи планування. Формалізовані методи планування. Кабінетні дослідження. Дослідження з виходом на об'єкт. Ролінгове опитування. Методика хол-тест, хоум-тест. Методика фокус-група.

Основні поняття: теоретичний рівень, емпіричний рівень, кабінетні дослідження, закон попиту, закон пропозиції, спеціальні методи, дослідження, моделювання, метод «Делфі», формалізовані методи, кабінетні дослідження.

План практичного заняття

1. Загальна характеристика регіонального ринку продукції та послуг підприємств туристичної індустрії
2. Характеристика регіонального ринку послуг та продукції підприємств туристичної індустрії
3. Сегментування ринку. Вибір цільового ринку.
4. Місцезнаходження підприємства.

5. Оцінка впливу зовнішніх факторів та ступеню конкуренції на ринку послуг та продукції підприємств туристичної індустрії

Література:

Законодавчо-нормативна література: 1, 2, 3, 22.

Основна література: 2, 7, 10, 20, 22, 24, 27, 29, 33.

Додаткова література: 1, 2, 5, 9, 13.

Контрольні запитання:

1. Методологічні рівні процесу бізнес-планування.
2. Базові закони планомірного розвитку.
3. Загальнонаукові методи, що використовуються в бізнес-плануванні діяльності туристичних підприємств.
4. Основні класифікації емпіричних методів дослідження.

Тема 3. Систематизація основних видів планування діяльності підприємств туристичного бізнесу

Мета: Опанувати систематизацією основних видів планів у діяльності туристичних підприємств. Вміти розробити конкурентну картку ринку туристичного продукту.

Короткий зміст теми:

Вибір орієнтації планування. Реактивізм. Інактивізм. Преактивізм. Інтерактивізм. Основні принципи інтерактивного планування. Здійснення класифікації видів планування. Виділення об'єктів планування на туристичних підприємствах. Типізація планування залежно від обраного об'єкта: нормативне, стратегічне, тактичне та операційне. Побудова трьох підсистем планування діяльності туристичних підприємств. Розподіл виручки туристичного підприємства. Конкурентна карта ринку туристичного підприємства. Туристичний продукт. Ознаки туристичного продукту

Основні поняття: реактивізм, інактивізм, преактивізм, інтерактивізм, типізація планів, нормативне, стратегічне, тактичне, операційне, ринкова частка, лідер ринку.

План практичного заняття

1. Обґрунтувати чотири підходи до визначення орієнтації планування: реактивізм, інактивізм, преактивізм, інтерактивізм
2. Основні принципи інтерактивного планування

3. Застосування різних видів планування: нормативне, стратегічне, тактичне та операційне

4. Підсистеми планування діяльності туристичних установ.

Література:

Законодавчо-нормативна література: 1, 2, 3, 22.

Основна література: 2, 7, 10, 20, 22, 24, 27, 29, 33.

Додаткова література: 1, 2, 5, 9, 13.

Контрольні запитання:

1. Чотири підходи до визначення орієнтації планування: реактивний, інактивний, преактивний, інтерактивний.
2. Принципи інтерактивного планування.
3. Застосування різних видів планування: оперативного, тактичного, стратегічного, нормативного.
4. Підсистеми планування діяльності, туристичних установ.

Частина 2. Розробка бізнес-плану туристичного підприємства

Тема 4. Маркетинговий план діяльності туристичних установ

Мета: Володіти методикою розробки маркетингу-плану, вміти сформулювати стратегію маркетингу – мікс, вміти розробити проекти фірмового стилю, сформулювати бренд та імідж підприємства туристичного бізнесу

Короткий зміст теми:

Завдання операційного (виробничого) плану послуг туристичного підприємства. Складові виробничого плану: обсягу послуг, які будуть вироблятися в підприємстві туристичної індустрії.

Основні виробничі операції на підприємства туристичного бізнесу. Дослідження зовнішнього середовища туристичного підприємства. Планування внутрішнього середовища діяльності туристичного підприємства. Види маркетингових стратегій. Стратегічні альтернативи, що базуються на методі «товар-ринок. Стратегії за методом «Бостон-консалтинг груп». Стратегічна модель Портера.

Товарна політика. Конкурентоздатність туристичного продукту. Життєвий цикл товару чи послуги та стратегії для кожного етапу. Асортиментна політика. Вибір цінової стратегії підприємства. Особливості та функції ціни на туристичні послуги. Стратегії ціноутворення туристичних

послуг. Залежність ціни від типу ринку. Попит і ціна. Планування маркетингової комунікаційної системи туристичної фірми. Аналіз переваг кожного елемента комунікаційної системи. Особливості реклами в туризмі.

Основні поняття: конкурентоздатність, життєвий цикл, асортиментна політика, ціна, туристичний продукт, стратегія ціноутворення, попит, реклама, комунікаційна політика, зовнішнє середовище, внутрішнє середовище, види стратегій, «Товар-ринок», метод «БКГ», модель Портера.

План практичного заняття

1. Визначення загально фірмових та маркетингових цілей на основі проведених досліджень ринку туристичних послуг
2. Основні підходи до розробки стратегії підприємства
3. Методи оцінки ефективності використання вибраної стратегії
4. Товарна політика
5. Вибір цінової стратегії підприємства
6. Планування маркетингової комунікаційної системи.
7. Дослідження зовнішнього середовища туристичного підприємства.
8. Планування внутрішнього середовища підприємства.
9. Види маркетингових стратегій
10. Стратегічні альтернативи. Стратегічна модель Портера.
11. Конкурентоздатність туристичного продукту.
12. Життєвий цикл товару чи послуги та стратегії для кожного етапу.
13. Асортиментна політика.
14. Ціна і попит підприємств туризму.
15. Аналіз переваг кожного елемента комунікаційної системи. Особливості реклами в туризмі

Література:

Законодавчо-нормативна література: 1, 2, 4, 8, 9, 12, 18.

Основна література: 3, 23, 25, 28, 29, 34, 40.

Додаткова література: 3, 4, 6, 8, 9, 13.

Контрольні запитання:

1. Вплив зовнішніх та внутрішніх факторів на діяльність туристичних установ.
2. Визначення, пріоритетів туристичних фірм на основі проведених маркетингових досліджень.

3. Методика розробки маркетингової стратегії.
4. Вибір найбільш, вдалої маркетингової стратегії.
5. Стратегічні альтернативи маркетингових підходів "товарринок", "Бостон консалтинг груп" та моделі Портера.
6. Оцінка маркетингових стратегій.
7. Зміст товарної політики.
8. Конкурентоздатність товару.
9. Планування розробки нової послуги.
10. Асортиментна політика.
11. Складові ціни туристичної послуги.
12. Стратегії ціноутворення.
13. Тип ринку, що визначає ціну.
14. Цінова еластичність.
15. Вплив комунікаційної системи на ефективність.

Тема 5. Виробничий план діяльності підприємства туристичного бізнесу

Мета: Знати зміст та складові виробничого плану підприємства туристичного бізнесу

Короткий зміст теми:

Цілі та етапи розробки організаційно-юридичного плану. Обґрунтування вибору юридичної форми організації туристичного бізнесу. Зміст основних розділів організаційно-юридичного плану. Основні фонди підприємств туристичної індустрії. Оборотні фонди та оборотні засоби туристичного підприємства. Визначення потреби підприємства готельного та ресторанного господарства в персоналі. Власники підприємства, команда менеджерів і зовнішніх консультантів. Організаційна схема управління. Кадрова політика та стратегія. Джерела фінансування. Фінансова участь учасників бізнесу.

Основні поняття: основні фонди, туристична індустрія, оборотні фонди, оборотні засоби, виробничий план, виробнича програма, оборотні фонди, фінансові відносини.

План практичного заняття

1. Завдання та складові виробничого плану підприємства туристичного бізнесу

2. Основні фонди підприємств туристичної індустрії.
3. Оборотні фонди та оборотні засоби туристичного підприємства
4. Облік основних фондів підприємств туристичної індустрії.
5. Виробнича структура основних фондів.
6. Оцінка основних фондів.
7. Методи нарахування амортизації
8. Оборотні фонди туристичного підприємства

Література:

Законодавчо-нормативна література: 1, 2, 13, 19, 20.

Основна література: 1, 2, 4, 15, 31, 37.

Додаткова література: 5, 7, 13.

Контрольні запитання:

1. Облік основних фондів підприємств туристичної індустрії.
2. Виробнича структура основних фондів.
3. Оцінка основних фондів.
4. Методи нарахування амортизації.
5. Оборотні фонди.

Тема 6. Фінансовий план

Тема: Розуміти фінансовий план, володіти технологією розробки фінансового плану туристичного підприємства, правильно визначити стратегію фінансування підприємства, знати всі види страхових ризиків з якими може зіштовхнутися підприємство

Короткий зміст теми:

Фінансовий план – ключовий розділ бізнес-плану. Мета розробки фінансового плану туристичного підприємства. Основні підрозділи фінансового плану. План доходів і видатків (план прибутків та збитків), послідовність складання. Показники плану доходів і видатків: загальний обсяг продажу, собівартість продукції, витрати, прибуток та ін. План грошових надходжень і виплат (план руху готівки), порядок складання. Плановий баланс, складові частини: активи, пасиви, власний капітал. Вимоги до складання планового балансу для бізнес-плану. Аналіз чутливості – оцінка достовірності висновків отриманих в результаті розробки бізнес-плану. Розрахунок точки беззбиткової діяльності. Строк окупності. Критерії оцінки проекту. Економічна оцінка (ефективність інвестицій): прості статистичні

методи, методи дисконтування. Коефіцієнти фінансової оцінки. Особливості фінансових відносин туризму. Планування ключових фінансових показників. Планування продуктивності, мотивації та оплати праці. Планування видатків на підприємстві. Податок на прибуток підприємства. Податок на додану вартість. Єдиний податок суб'єктів малого підприємництва. Комунальний податок. Плата за землю.

Оцінка ефективності проекту в умовах невизначеності: укрупнена оцінка усталеності; розрахунок рівнів беззбитковості; метод варіації параметрів; оцінка очікуваного ефекту проекту з врахуванням кількісних характеристик невизначеності.

Поняття підприємницького ризику. Види ризиків підприємств туристичного бізнесу. Способи реагування на небезпеки та загрози бізнесу. Концепція управління ризиками. Страхування ризиків.

Основні поняття: поточні витрати, продуктивність, мотивація, оплата праці, податки, збори, фінансові показники, ліквідність.

План практичного заняття

1. Особливості фінансових відносин туризму.
2. Планування ключових фінансових показників
3. Планування продуктивності, мотивації та оплати праці
4. Планування податків на підприємстві
5. Прогнозована оцінка обсягів продажу послуг та продукції туристичного підприємства
6. Розрахунок чисельності і фонду оплати праці працівників підприємств туристичного бізнесу
7. Розрахунок витрат та фінансового результату підприємства туристичного бізнесу.

Література:

Законодавчо-нормативна література: 2, 3, 6, 11, 13, 14, 15, 16, 19, 20, 23.

Основна література: 8, 9, 10, 13, 14, 19, 28, 30, 31, 32, 37, 42.

Додаткова література: 3, 5, 7, 9, 10

Контрольні запитання:

1. Особливості фінансових відносин туристичної установи.
2. Планування ключових фінансових показників на туристичному підприємстві.
3. Планування продуктивності, мотивації та оплати праці.

4. Планування податків на туристичному підприємстві.

Тема 7. Бізнес-план як кінцевий продукт планування

Мета: Володіти вимогами до написання та презентації бізнес плану, вміти створити бізнес-план туристичного підприємства і вдало проводити презентації бізнес-плану

Короткий зміст теми:

Мета складання бізнес плану та сфери його застосування. Вимоги до написання бізнес-плану підприємства туристичного підприємства. Оформлення бізнес-плану: титульний аркуш, виконавче резюме, зміст, додатки.

Цілі та завдання презентації бізнес-плану підприємства готельного та ресторанного господарства. Організація проведення презентації бізнес-плану: характеристика підприємства туристичного бізнесу, його послуг та продукції; маркетингова, виробнича та фінансова стратегія підприємства; власники підприємства; календар повернення інвестованих коштів. Внутрішня ставка дохідності. Індекс рентабельності. Термін окупності. Оцінка комерційної та бюджетної ефективності проекту. Методи аналізу та оцінки інвестицій.

Способи підвищення ефективності презентації бізнес-плану: попереднє ознайомлення учасників презентації з бізнес-планом; використання наочних матеріалів; встановлення контактів з учасниками презентації.

Основні поняття: бізнес-план, резюме, індекс дохідності, термін окупності, комерційна ефективність, доходи, бізнес, ринок збуту, фінансовий план, рентабельність, ставка дохідності, комерційна ефективність, проект, ризик.

План практичного заняття

1. Сутність бізнес-планування
2. Критерії оцінки ефективності бізнес-плану
3. Оцінка комерційної та бюджетної ефективності проекту.
4. Методи аналіз та оцінки ризиків інвестиційних проектів.
5. Способи підвищення ефективності презентації бізнес-плану.
6. Мета складання бізнес-плану та сфери його застосування.
7. Структура бізнес-плану. Резюме.

8. Критерії оцінки ефективності бізнес-плану.
9. Комерційна ефективність
10. Визначення бюджетної ефективності.
11. Організація проведення презентації бізнес-плану
12. Проведення презентації.

Література:

Законодавчо-нормативна література: 3, 22.

Основна література: 2, 4, 7, 11, 16, 22, 24, 36, 42, 43, 44.

Додаткова література: 1, 2, 4, 6.

Контрольні запитання:

1. Сфера застосування, бізнес-планування.
2. Основні структурні елементи бізнес-планування.
3. Критерії оцінки інвестиційного проекту.
4. Комерційна ефективність проекту.
5. Бюджетна ефективність проекту.
6. Методи аналізу інвестиційних проектів.

4. Індивідуальне науково-дослідне завдання

Під час вивчення дисципліни кожен здобувач повинен виконати та презентувати проект бізнес-плану. При складанні бізнес-плану використовуються результати маркетингових досліджень, ринкова, виробнича, організаційна та фінансова інформація, список рекомендованих літературних та Інтернет джерел щодо визначеного виду бізнес-плану. В процесі обробки й акумулювання теоретичних знань, результатів досліджень та економічних розрахунків студент набуває навичок творчості, обґрунтування власних підприємницьких ідей та пропозицій у вигляді бізнес-плану.

Здобувач обирає проект бізнес-плану, користуючись рекомендованим переліком видів бізнес-планів підприємств туристичної індустрії з урахуванням зацікавленості та актуальності бізнес-проектів, доступності літературних та інформаційних джерел.

Під час виконання проекту здобувач повинен знати, що структура бізнес-плану, як і його зміст, залежить від сфери діяльності (туристичне підприємство, туристичний, діловий готель, ресторан, кафе, барі-ресторані, фаст-фуд та ін.), до якої належить бізнес, розмірів бізнесу, суми коштів,

необхідних для її організації (оновлення), конкретних характеристик майбутнього продукту та стадій його життєвого циклу.

Процес бізнес-планування вимагає від здобувача дотримання певної логіки, тобто послідовності виконуваних етапів при написанні бізнес-плану, а саме:

I етап Визначення основних та додаткових туристичного підприємства, або готельних послуг /асортименту ресторанної продукції, які будуть запропоновані для реалізації потенційним споживачам

II етап Дослідження середовища (у тому числі ринку майбутнього бізнесу)

III етап Вибір місцезнаходження майбутнього бізнесу

IV етап Прогнозування обсягів доходів від продажів туристичного продукту або готельних послуг / ресторанної продукції

V етап Визначення виробничих параметрів майбутнього бізнесу (приміщення, меблі, устаткування, обладнання, постачальники меблів, посуду та приборів, контроль якості готельних послуг / ресторанної продукції)

VI етап Розробка цінової і збутової політики, вибір способу реклами

VII етап Обґрунтування вибору форми організації бізнесу, характеристика власників підприємства та основних керівників, визначення якості персоналу, організаційної структури, форм та умов оплати праці

VIII етап Опис потенційних ризиків майбутнього бізнесу і пошук дій, які можуть звести їх до мінімуму

IX етап Оцінка передбачуваних прибутків та збитків, аналіз стану готівки та розробка балансу, звіт про фінансові результати

X етап Написання висновків, які узагальнюють основні положення обґрунтованої бізнес-ідеї

Студент повинен розуміти, що бізнес-план - це своєрідний рекламний документ, на підставі якого можна зробити висновок не лише про бізнес, але і про "власників". Тому важливим є як зміст, так і оформлення. Основними вимогами до оформлення бізнес-плану є:

1) бізнес-план має бути стислим, простим, але адекватно розкривати зміст підприємницького проекту (як свідчить практика, обсяги бізнес-плану обмежуються 20-25 сторінками);

2) бізнес-план має бути функціональним, тобто містити лише корисну інформацію, яка цікавить або може зацікавити "потенційних інвесторів";

2) бізнес-план має спиратися на реалістичні припущення (прогнози необхідно обґрунтовувати та підкріплювати посиланнями на Дослідження цільового ринку);

3) будь-яке припущення повинно мати кілька варіантів: від найгіршого до найоптимістичнішого, у процесі бізнес-планування необхідно орієнтуватися на найгірший;

4) у структурі бізнес-плану необхідно виділяти розділи та підрозділи так, щоб можна було швидко знайти необхідну інформацію;

5) за необхідності додаткова інформація може бути винесена в додатки, які містять:

- первинні матеріали аналізу ринку готельного/ ресторанного бізнесу;
- рекламні матеріали;
- схему грошових потоків;
- угоди оренди; гарантійні листи від основних клієнтів, постачальників, кредиторів та ін.

Існують також певні правила технічного оформлення, які включають:

- наявність титульного аркуша;
- наявність сторінки змісту;
- розміщення резюме на початку бізнес-плану;
- розміщення в кінці бізнес-плану додатків;
- наявність приміток та посилань на джерела використання інформації.

У процесі презентації бізнес-плану студенту необхідно досягти розумного компромісу між інтересами як "кредитора" (здатність повернути кредит та виплачувати проценти), так і "інвестора" (прибутковість, рівень ризику, посилення позицій на ринку). Тому бажано прокоментувати такі питання, як:

- очікувані обсяги продажу туристичних продуктів, готельних послуг / ресторанної продукції в динаміці;
- необхідний обсяг інвестування та напрямки його використання;
- величина прибутковості вкладеного капіталу;
- спроможність повернути позику в обумовлений термін;
- можливі типи ризиків.

Для більшої наочності та переконливості бажано, щоб студент презентацію проводив з використанням схем, рисунків, таблиць, важливим є також попереднє ознайомлення учасників презентації з ключовими положеннями і показниками бізнес-плану.

Відповідно оформлений та презентований бізнес-план свідчить про високий рівень самостійної роботи студентів.

Презентація проекту бізнес-плану здійснюється безпосередньо на занятті під час вивчення відповідної теми.

Приблизний перелік видів бізнес-планів для підприємств туристичного, готельного чи ресторанного господарства

1. Бізнес-план будівництва нового туристичного підприємства (готельного / ресторанного господарства).
2. Бізнес-план створення нового туристичного підприємства (готельного / ресторанного господарства) з послугами дозвілля.
3. Бізнес-план створення нового туристичного підприємства (готельного / ресторанного господарства) в рекреаційних зонах.
4. Бізнес-план реконструкції туристичного підприємства (готельного / ресторанного господарства).
5. Бізнес-план розвитку туристичного комплексу готельних послуг.
6. Бізнес-план реконструкції туристичного підприємства (готельного / ресторанного господарства).
7. Бізнес-план реорганізації туристичного підприємства (готельного / ресторанного господарства).
8. Бізнес-план диверсифікації діяльності туристичного підприємства (готельного / ресторанного господарства).
9. Бізнес-план розвитку комерційної ідеї.
10. Бізнес-план реального інвестиційного проекту.
11. Бізнес-план інноваційного проекту.

Теми рефератів:

1. Аналіз факторів мікросередовища туристичної фірми.
2. Загальна характеристика маркетингового плану туристичного підприємства.
3. Загальна характеристика виробничого плану туристичної установи.
4. Внутрішнє середовище туристичного підприємства.
5. SWOT-аналіз туристичної фірми.
6. Особливості фінансових відносин у туристичному бізнесі.
7. Сучасна політика оплати праці в організаціях туристичного сектора.
8. Система фінансових планів у туристичному бізнесі.
9. Основні методи нормування оборотних засобів.
10. Моніторинг внутрішнього середовища туристичної фірми.
11. Використання основних економічних законів розвитку в прогнозуванні.
11. Методи вибору стратегії в умовах монопрофільної діяльності.
12. Методи вибору стратегії в умовах диференційованого виробництва.
13. Тактичне планування.
14. Мотивація трудової діяльності. Економічні та неекономічні

стимули.

15. Планування комплексних фінансових показників туристичного бізнесу.
16. Класифікація витрат туристичних фірм за економічними елементами.
17. Методологія проведення маркетингового дослідження (етапи проведення).
18. Маркетингова інформаційна система.
19. Поняття зовнішнього та внутрішнього середовища маркетингу.
20. Розробка стратегії маркетингу.
21. Матриця можливостей по товарах/ринках.
22. Матриця "Бостон консалтинг груп".
23. Стратегії по відношенню до продукту.
24. Стратегії по відношенню до ринку.
25. Стратегічна модель Портера.
26. Сім кількісних методів для оцінки альтернативних маркетингових стратегій.
27. Планування конкурентоздатності туристичних послуг.
28. Життєвий цикл туристичного продукту.
29. Структура маркетингових заходів для кожної стадії життєвого циклу.
30. Мета складання бізнес-плану та сфера його застосування.

5. Контрольні питання для засвоєння знань здобувачами

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи бізнес-планування діяльності туристичних підприємств

Тема 1. Бізнес-планування як особлива форма діяльності підприємств туристичного бізнесу

1. Важливість бізнес-планування в сучасному житті.
2. Основні наукові категорії планування.
3. Класифікація проектів.
4. Економічна сутність процесу бізнес-планування.
5. Практичні завдання впровадження бізнес-планування на туристичному підприємстві.

Тема 2. Методологічні основи бізнес-планування діяльності підприємств туристичного бізнесу

1. Методологічні рівні процесу бізнес-планування,.
2. Базові закони планомірного розвитку.
3. Загальнонаукові методи, що використовуються в бізнес-плануванні діяльності туристичних підприємств.
4. Основні класифікації емпіричних методів дослідження.

Тема 3. Систематизація основних видів планування діяльності підприємств туристичного бізнесу

1. Чотири підходи до визначення орієнтації планування: реактивний, інактивний, преактивний, інтерактивний.
2. Принципи інтерактивного планування.
3. Застосування різних видів планування: оперативного, тактичного, стратегічного, нормативного.
4. Підсистеми планування діяльності, туристичних установ.

Змістовий модуль 2. Розробка бізнес-плану туристичного підприємства

Тема 4. Маркетинговий план діяльності туристичних установ

1. Вплив зовнішніх та внутрішніх факторів на діяльність туристичних установ.
2. Визначення, пріоритетів туристичних фірм на основі проведених маркетингових досліджень.
3. Методика розробки маркетингової стратегії.
4. Вибір найбільш, вдалої маркетингової стратегії.
5. Стратегічні альтернативи маркетингових підходів "товар-ринок", "Бостон консалтинг груп" та моделі Портера.
6. Оцінка маркетингових стратегій.
7. Зміст товарної політики.
8. Конкурентоздатність товару.
9. Планування розробки нової послуги.
10. Асортиментна політика.
11. Складові ціни туристичної послуги.
12. Стратегії ціноутворення.
13. Тип ринку, що визначає ціну.
14. Цінова еластичність.
15. Вплив комунікаційної системи на ефективність.

5. Виробничий план діяльності підприємства туристичного бізнесу

1. Облік основних фондів підприємств туристичної індустрії.
2. Виробнича структура основних фондів.
3. Оцінка основних фондів.
4. Методи нарахування амортизації.
5. Оборотні фонди.

Тема 6. Фінансовий план

1. Особливості фінансових відносин туристичної установи.
2. Планування ключових фінансових показників на туристичному підприємстві.
3. Планування продуктивності, мотивації та оплати праці.
4. Планування податків на туристичному підприємстві.

Тема 7. Бізнес-план як кінцевий продукт планування

1. Сфера застосування, бізнес-планування.
2. Основні структурні елементи бізнес-планування.
3. Критерії оцінки інвестиційного проекту.
4. Комерційна ефективність проекту.
5. Бюджетна ефективність проекту.
6. Методи аналізу інвестиційних проектів.

6. Комплекти тестів з дисципліни для визначення рівня засвоєння знань здобувачами

Тести до атестації 1. Теоретичні основи бізнес-планування діяльності туристичних підприємств

1. Бізнес-планування це:
 - a) сукупність знань про закономірності розвитку різних господарських систем в майбутньому;
 - b) дослідження ринку;
 - c) досягнення поставлених цілей.
2. Об'єктом планування є:
 - a) Земля як планета Сонячної системи;
 - b) туристична фірма;
 - c) будь-яка організаційна система, відкрита для взаємодії.
3. Методологія планування це:

- a) прийоми дослідження;
 - b) сукупність теоретичних висновків, загальних закономірностей наукових принципів розробки планів;
 - c) вибір орієнтації планування.
4. Проект це:
- a) безперервний процес планування діяльності;
 - b) певний план дій, обумовлений конкретними цілями, що визначають спосіб його вирішення;
 - c) програма розвитку регіонів.
5. Інвестиційний проект вимагає:
- a) застосування нових технологій;
 - b) вкладення капіталу;
 - c) економічних перетворень.
6. Ціна є виразом закону:
- a) вартості;
 - b) накопичення;
 - c) пропорційного розвитку виробництва.
7. Сучасна методологія виділяє основні рівні дослідження:
- a) три;
 - b) дев'ять;
 - c) п'ять.
8. Теоретичному рівню дослідження відповідають:
- a) експертні опитування;
 - b) комунікаційний підхід
 - c) принципи діалектики;
9. Теоретико-емпіричний рівень дослідження використовує:
- a) регресійний аналіз;
 - b) дедукцію;
10. Емпіричний рівень дослідження використовує:
- a) польові методи;
 - b) індукцію;
 - c) закон вартості.
11. Формалізовані методи:
- a) платіжна матриця;
 - b) синтез;
 - c) аналіз.
12. Міждисциплінарні методи:
- a) закон попиту та пропозиції;
 - b) картографічний;

- с) системний підхід.
- 13. Дослідник, підготовлений за спеціальною програмою, грає роль звичайного покупця за методом:
 - а) Дельфі;
 - б) Таємничий покупець;
 - с) Аудит торгових точок.
- 14. Для дослідження вибирається фокус-група, що складається з:
 - а) 100-150 учасників;
 - б) 10-25 учасників;
 - с) 8-10 учасників.
- 15. Хоум-тестце:
 - а) глибинне фокусоване інтерв'ю;
 - б) домашній тест;
 - с) експрес-опитування.
- 16. Методикою «торгові панелі» користуються при визначенні:
 - а) споживчого кошика сім'ї;
 - б) інформації про продажі;
 - с) специфічних властивостей окремого продукту.
- 17. Преактивізм складається з :
 - а) аналізу минулого досвіду
 - б) передбачення майбутнього і підготовки до нього;
 - с) аналізу сучасного стану речей.
- 18. Основні принципи інтерактивного планування:
 - а) участі;
 - б) аналізу;
 - с) аналогії.
- 19. Інтеграція охоплює взаємодію одиниць:
 - а) всіх рівнів;
 - б) різних рівнів;
 - с) одного рівня
- 20. Стратегічне планування виконує:
 - а) керівник підрозділу;
 - б) керівник установи;
 - с) менеджер напрямку.
- 21. Якщо об'єктом планування обрана туристична фірма, як елемент туристичної галузі країни, то застосовується:
 - а) стратегічне планування;
 - б) нормативне планування;
 - с) тактичне планування.

22. Коли об'єктом планування є виробничий процес, то застосовується планування:

- a) оперативне;
- b) тактичне;
- c) стратегічне.

23. ПП забезпечує доходи бюджету на:

- a) 25%;
- b) 35 %;
- c) 5,5 %

24. Податок на додану вартість становить частину від обороту:

- a) десяту;
- b) шосту;
- c) четверту.

25. Виробіток працівників залежить від:

- a) величини зарплати;
- b) акцизу;
- c) прибутку від реалізації

26. Стимулювання праці працівників забезпечується:

- a) технологіями;
- b) податками;
- c) зарплатою.

27. Бізнес-план складається з основних частин:

- a) передмови;
- b) основної частини;
- c) маркетингового розділу

28. Резюме складається з :

- a) трьох частин;
- b) висновків бізнес-плану;
- c) оперативного розділу

29. Фінансовий аналіз здійснюють з допомогою:

- a) ПДВ;
- b) ПП;
- c) показника Альтмана;

30. Ліквідність підприємства це:

- a) можливість розширювати виробництво;
- b) спроможність оплатити короткотермінові кредити;
- c) дістати прибуток.

31. Валовий прибуток визначають як:

- a) об'єм загальних продаж;

- b) різниця між об'ємом продажів та ПДВ;
 - c) різниця між об'ємом продажів і ПП.
32. Прибуток чистий визначається як:
- a) різниця між об'ємом продажів та ПДВ;
 - b) різниця між об'ємом продажів і ПП.
 - c) різниця між балансовим прибутком і ПП
33. Поточний запас:
- a) час між двома послідовними постачаннями;
 - b) час необхідний для комплектації;
 - c) мінімальна необхідна кількість днів, на яку треба скласти запас.
34. Основна мета планування:
- a) ефективне управління підприємством;
 - b) забезпечення пропорційного та динамічного розвитку в майбутньому;
 - c) організація виробництва.
35. В інвестиційному проекті окреслюється зокрема:
- a) реформування виробництва;
 - b) концепція нової системи управління;
 - c) термін завершення.
36. За масштабом проекти класифікуються на:
- a) соціальні;
 - b) міжрегіональні;
 - c) комплексні.
37. За величиною проекти класифікуються на:
- a) мультипроект;
 - b) галузевий;
 - c) корпоративний.
38. Методика планування це:
- a) формалізовані дії дослідника;
 - b) сукупність методів для проведення конкретного дослідження;
 - c) сукупність способів, прийомів розробки планів.
39. Теоретичному рівню дослідження відповідають:
- a) аналіз;
 - b) системний підхід
 - c) закон попиту і пропозиції;
40. Теоретико-емпіричний рівень дослідження використовує:
- a) кореляційний аналіз;
 - b) аксіоматичний підхід;

- c) експедиційний метод.
- 41. Емпіричний рівень дослідження використовує:
 - a) метод мозкової атаки;
 - b) синтез;
 - c) метод районування.
- 42. Формалізовані методи:
 - a) SWOT-аналіз;
 - b) регресійний аналіз;
 - c) дедукція.
- 43. Міждисциплінарні методи:
 - a) закон попиту та пропозиції;
 - b) моделювання;
 - c) метод Дельфі.
- 44. Експертні методи:
 - a) індукція;
 - b) аналогія;
 - c) метод «Дельфі»
- 45. Одержання даних про товарний асортимент торгових точок забезпечує:
 - a) хол-тест;
 - b) аудит;
 - c) омнібус.
- 46. Споживчі панелі дають дані про:
 - a) торгові точки;
 - b) ситуацію на ринку;
 - c) купівельну спроможність вибраних сімей.
- 47. Комплексні опитування, що проводяться з періодичністю називаються:
 - a) хоум-тестом;
 - b) омнібусом;
 - c) аудитом
- 48. Методикою глибинного фокусованого інтерв'ю користуються при визначенні:
 - a) тенденцій ринку;
 - b) специфічних властивостей даного продукту;
 - c) споживчого кошика сім'ї.

Тести до атестації 2. Розробка бізнес-плану туристичного підприємства

1. Планування розглядають у системі:

- a) природничих наук
 - b) менеджменту;
 - c) філософських наук.
2. Найважливішими категоріями проекту є:
- a) комплексність;
 - b) системність;
 - c) результативність заходів
3. Об'єктом планування є:
- a) людина;
 - b) туристичне підприємство;
 - c) будь-яка організаційна система, відкрита для взаємодії.
4. Теоретичному рівню дослідження відповідають:
- a) матричні методи;
 - b) закони діалектики;
 - c) моделювання
5. Теоретико-емпіричний рівень дослідження використовує:
- a) комунікаційний підхід
 - b) екстраполяцію;
 - c) регресійний аналіз
6. Емпіричний рівень дослідження використовує:
- a) статистичний метод;
 - b) системний підхід;
 - c) закон попиту і пропозиції.
7. Формалізовані методи це:
- a) матричні;
 - b) інтуїтивні;
 - c) опитування.
8. Міждисциплінарні методи:
- a) закон попиту та пропозиції;
 - b) метод індексу випереджаючих показників;
 - c) системний підхід.
9. Методика спрямована на проведення сегментації ринку:
- a) торгові панелі; споживчі панелі;
 - b) аудит торгових точок.
10. Управління туристичної фірми найчастіше користуються методом дослідження:
- a) хоум-тест;
 - b) ролінгове опитування;
 - c) таємничий покупець.

11. Омнібус це:
- a) дослідження з метою продажі даних;
 - b) глибинне інтерв'ю;
 - c) ролігове опитування
12. Замовник омнібусу отримує дані у вигляді:
- a) ексклюзивного експрес-звіту;
 - b) хоум-тесту;
 - c) хол-тесту.
13. Найбільшу аудиторію охоплює опитування за методом:
- a) фокус-групи;
 - b) омнібусу;
 - c) таємничого покупця.
14. найкраще співвідношення ціни-якості спостерігається при використанні:
- a) аудиту торгових точок;
 - b) хол-тесту;
 - c) омнібусу
15. Реактивне планування базується на:
- a) аналізі сучасного стану речей;
 - b) досвіді минулих років;
 - c) знанні майбутнього.
16. Принципи інтерактивного планування:
- a) системності;
 - b) холізму;
 - c) комунікації.
17. Координація охоплює взаємодію одиниць:
- a) всіх рівнів;
 - b) різних рівнів;
 - c) одного рівня
18. Комунальний податок залежить від:
- a) середньо-спискова чисельність працівників;
 - b) зарплати працівників;
 - c) наявності транспорту.
19. ПДВ забезпечує доходи бюджету на:
- a) 10%
 - b) 35 %
 - c) 50 %
20. Податок на прибуток становить відсоток від прибутку:
- a) 6%

- b) 25%
 - c) 10 %
21. Поточний запас це:
- a) норма запасів матеріалів;
 - b) час необхідний для комплектації;
 - c) час між двома послідовними постачаннями.
22. Балансова відомість це:
- a) фінансовий звіт фірми;
 - b) таблиця активів і пасивів фірми;
 - c) таблиця джерел капіталу.
23. Показник оборотності основних засобів це:
- a) спроможність підприємства заплатити кредити;
 - b) співвідношення між текучими активами та пасивами;
 - c) співвідношення чистих продаж до вартості основних фондів.
24. Оборотні виробничі фонди це:
- a) сукупність засобів і предметів праці;
 - b) засоби праці, що використовуються тривалий час;
 - c) засоби праці, що використовуються в одному виробничому циклі.
25. Амортизація це:
- a) процес відшкодування зношення основних фондів;
 - b) процес відшкодування зношення оборотних фондів;
 - c) процес відшкодування зношення виробничих фондів;
26. Стратегії орієнтовані на попит:
- a) диференційованих цін;
 - b) «вершків»
 - c) цінове лідерство
27. Цінова еластичність визначається:
- a) співвідношенням ціни та якості;
 - b) відношенням зміни величини попиту до зміни цін;
 - c) характером ринку.
28. Чистий приведений дохід інвестиційного проекту це:
- a) прибуток інвестора;
 - b) результат діяльності проекту;
 - c) прибуток за весь період приведений до початкового кроку.
29. Стратегії по відношенню до ринку:
- a) низьких витрат;
 - b) вузької спеціалізації;

- с) диверсифікації.
30. За БКГ основна частка прибутку забезпечується такими видами продукту:
- а) «зірками»
 - б) «собаками»
 - с) «коровами»
31. Основні фінансові показники бізнес-плану відображені у розділі:
- а) маркетинговому;
 - б) виробничому;
 - с) фінансовому.
32. Методи оцінки вибраної стратегії:
- а) дерево рішень;
 - б) щоденникові панелі;
 - с) аудит.
33. Метою складання бізнес-план є:
- а) планування господарської діяльності;
 - б) одержання прибутку;
 - с) вибір форм господарювання
34. За умови перебування підприємства на єдиному податку, сплачується державі:
- а) 35 %
 - б) 10%
 - с) 25%
35. Інактивне планування націлене на:
- а) планування майбутнього;
 - б) збереженні існуючого стану речей;
 - с) повернення до минулого.
36. Основні принципи інтерактивного планування:
- а) досягнення прибутковості
 - б) неперервності;
 - с) аналіз минулого досвіду
37. Інтеграція охоплює взаємодію одиниць:
- а) всіх рівнів;
 - б) різних рівнів;
 - с) одного рівня
38. Нормативне планування здійснюється:
- а) керівництвом підприємства;
 - б) керівником проекту;
 - с) вищим керівництвом всієї галузі.

39. Оперативне планування здійснюється:
- a) менеджером з напрямку;
 - b) керівником проекту;
 - c) керівником підприємства
40. Стратегічний план здійснюється за:
- a) квартал;
 - b) до 10 років;
 - c) рік.
41. Місія підприємства:
- a) прибуток;
 - b) задоволення споживачів;
 - c) ефективність виробництва
42. Ціль діяльності підприємства це:
- a) прибуток;
 - b) кар'єрний ріст;
 - c) покращення добробуту суспільства.
43. За умови перебування підприємства на єдиному податку, сплачується державі:
- a) 35 %
 - b) 10% доходу
 - c) 25%.
44. Туристичні агенції є платниками податку:
- a) акциз;
 - b) на землю;
 - c) ПДВ.
45. Стратегії по відношенню до продукту:
- a) диференціації;
 - b) вертикальної інтеграції;
 - c) диверсифікації
46. SWOT-аналіз це:
- a) аналіз ситуації на ринку;
 - b) дослідження конкурентів;
 - c) аналіз факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.
47. До факторів внутрішнього середовища відносяться:
- a) споживачі;
 - b) конкуренти;
 - c) управління.
48. Коефіцієнт оборотності показує:
- a) кількість оборотів за рік;

- b) кількість оборотних коштів, що припадає на гривню реалізованої продукції;
- c) тривалість обороту.

49. Гарантійний запас:

- a) половина поточного запасу;
- b) час між двома поточними постачаннями;
- c) мінімальна кількість сировини.

50. Коефіцієнт рентабельності:

- a) відношення чистого прибутку до затрат;
- b) мінімально необхідний прибуток;
- c) відношення собівартості до загальних продаж.

51. Життєвий цикл туристичного продукту має:

- a) етап зрілості;
- b) етап підготовки;
- c) етап реабілітації.

52. Методи оцінки вибраної стратегії:

- a) платіжна матриця;
- b) таємничий покупець;
- c) споживчі панелі.

53. Бостонська консалтингова група виділяє основні групи продуктів, для яких формуються стратегії:

- a) дві;
- b) чотири;
- c) шість.

7. Розподіл балів, які отримують здобувачі

	№ залікового кредиту	№ атестації	Назва змістовного модуля	Види навчальної дисципліни	Загальна кількість заходів/ годин	Кількість балів за кожний вид діяльності
Поточний контроль	Екзаменаційний кредит 150 год./ 5 кр.	Атестація І: 37 год./1,2 кр.	Атестація 1. Теоретичні основи бізнес-планування діяльності туристичних підприємств	Лекції	3/5	3
				Практичні	3/5	9
				Самостійна робота	2/29	6
				Контрольні заходи	1	5
				<i>Всього А І</i>	9/39	23 б.
				<i>Захист атестації І</i>	1	5 б.
		Всього за атестацію 1				28 б.
		1 1 1	Атестація 2.	Лекції	4/8	4

			Розробка бізнес-плану туристичного підприємства	Практичні	4/8	12
			Самостійна робота	5/95	16	
			Контрольні заходи	1	5	
			Всього А2	13/111	37 б.	
			Захист атестації 2	1	5 б.	
	Всього за атестацію 2				42 б.	
	Всього за поточний контроль				70 б.	
Підсумковий контроль					1	30 б.
РАЗОМ					26/150	100

8. Рекомендована література

8.1. Законодавчо–нормативна література

1. Конституція України.-К.: Україна, 1996.
2. Господарський Кодекс України № 436-IV від 16.01.2003 р.
3. Положення про типовий бізнес-план: Затв. Наказом Фонду державного майна України від 26.10.94. № 301 // Підприємництво і ринок України. – 1994. - № 11.
4. Про акцизний збір: Закон України № 1996-XII від 18.12.3991 (зі змінами та доповненнями).
5. Про власність: Закон України № 697-XII від 7.12.1991
6. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України з питань оподаткування: Закон України № 1523-III від 02.03.2000.
7. Про внесення змін до Закону України “Про антимонopolний комітет України” № 1907-14 від 13.07.2000 р.: Закон України // Голос України. – 01.09.2000.
8. Про господарські товариства: Закон України від 19.09.1991 р. № 1576-XII (зі змінами і доповненнями).
9. Про захист прав споживачів: Закон України № 1023-XII від 12.05.1993 (зі змінами та доповненнями).
10. Про захист споживчого ринку в Україні: Закон України №1255-XII від 25.06.1991
11. Про інвестиційну діяльність: Закон України № 1560-XII від 18.09.1991 (зі змінами та доповненнями).
12. Про об'єднання громадян: Закон України // Голос України. – 18.07.2000.
13. Про оплату праці: Закон України № 108/95 ВР від 24.03.1995 (зі змінами та доповненнями).
14. Про оподаткування прибутку підприємств: Закон України № 83/97-ВР від 22.05.1997 (зі змінами та доповненнями).

15. Національні стандарти бухгалтерського обліку в Україні: Закон. Положення. Інструкції: 36. норм.-прав. актів / Упоряд. Д.О, Горлов, І.В. Шпак. - К.: Юрінком Інтер, 2000.
16. Про податок на додану вартість: Закон України № 168/97-ВР від 3.04.1997 (зі змінами та доповненнями).
17. Про приватизацію майна держаних підприємств: Закон України// Вісник податкової служби України. – 27.10.2004.
18. Про приватизацію невеликих державних підприємств (малу приватизацію): Закон України // Вісник податкової служби України. – 27.10.2004.
19. Про систему оподаткування: Закон України № 1251 -ХІІ від 25.06.1991 (зі змінами та доповненнями).
20. Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва. Указ Президента України № 746/99 від 28.06.1999 (зі змінами та доповненнями).
21. Про впорядкування застосування контрактної форми трудового договору: Постанова Кабінету Міністрів України № 170 від 19.03.1994.
22. Методика складання бізнес-планів (Агентство з питань запобігання банкрутства підприємств та організацій): наказ/методика ; 56 від 04.21.1997 р.
23. Методичні рекомендації з формування складу витрат та порядку і планування в торговельній діяльності: Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 22.05.2002 р. № 145.

8.2. Основна література

1. Акуленок Д.Н.,Буров В.П.,Морошкин В.А.,Новиков О.К. Бізнес-план фірми. - М.: Гном-пресс,1998.
2. Бізнес-план или как повысить доходность вашего предприятия. -М.: АНКИЛ, 2005.
3. Бізнес-план инвестиционного проекта. - М.: Экспертное бюро-М, 2004.
4. Бізнес-план: рекомендації по составлению. Нормативная база. / Ред. А.В.Громков. - М.: Приор, 2003.
5. Бізнес-плани. Под ред. Степановой - М.: Лаборатория базовых знаний,2004.-239с.
6. Бланк І.О. Основи інвестиційного менеджменту: Монографія: У 2 т. - К.: Ельга-Н, Ніка-Центр, 2001.

7. Буров В.П. Бизнес-план инвестиционного проекта. Методика составления. - М.: ЦИПКК АП, 2003.
8. Василенко В.А. Стратегия и инновации в системе менеджмента: Учебное пособие. - М: МГИУ, 2001.
9. Василенко В.А., Ткаченко Т.І. Стратегічне управління. – К.: ЦУЛ, 2003.
10. Головань С.И. Бизнес-планирование. Учеб. пособие. - Ростов на/Д.: Феникс, 2004.
11. Горемыкин В.А., Богомолов А.Ю. Бизнес-план. - М.: Ось-89, 2003.
12. Горохов М.Ю., Малев В.В. Бизнес-планирование и инвестиционный анализ. - М.: Информационно-издательский дом “Филинь”, 2003.
13. Гуткевич С.А. Бізнес-план як інструмент управління (структура та розробка) // Актуальні проблеми економіки. - 2003. - № 2, С. 79-82.
14. Ефимова О.П., Ефимова А.И Экономика общественного питания и гостиничного хозяйства / Под ред. Н.И. Кабушкина. - Мн.: ООО “Новое знание”, 2003.
15. Зигель Э.С. Пособие по составлению бизнес-плана. / Пер. с англ. - М.: Сирин, 2002.
16. Куницына Н.Н., Ушвицкий Л.И., Малеева А.В. Бизнес-планирование в коммерческом банке. - М.: Финансы и статистика, 2003.
17. Кураков Л.П. Бизнес-план: Зарубежный и отечественный опыт. - Чебоксары: Изд-во Чувашск. ун-та, 2004.
18. Лігоненко Л. О. Управління підприємницьким ризиком як елемент протидії банкрутству торговельного підприємства. Навчальний посіб.- К.: КДТЕУ, 1998.
19. Любанова Т.П., Мясоедова Л.В., Грамотенко Т.А., Олейникова Ю.А. Бизнес-план. Опыт, проблемы. - М.: ПРИОР, 2002.
20. Макаревич Л.М. Бизнес-план для иностранного инвестора. - М.: Финпресс, 1998.
21. Маниловский Р.Г., Юлкина Л.С., Колесникова Н.А., Маневич П.Б. Бизнес-план: Методические материалы. - М.: Финансы и статистика, 2002.
22. Пелих А.С. Бизнес-план. - М.: Ось-89, 2002.
23. Покропивний С.Ф., Соболев С.М., Швиданенко Г.О. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування. - К.: КНЕУ, 2003.
24. Покропивний С.Ф., Колот В.М. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність: Навч. посіб. - К.: КНЕУ, 1998.

25. Попов В.М., Кураков Л.П., Ляпунов С.И., Медведев Г.В. и др. Сборник бизнес-планов с комментариями и рекомендациями. – М.: Финансы и статистика, 2002.
26. Розробка бізнес-плану (довідник по плануванню малого бізнесу). - К.: Венчур, 2004.-14с.
27. Сергеев А.А. Экономические основы бизнес-планирования. Учеб. пособие для вузов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002.
28. Скворцов Н.Н. Бизнес-план предприятия. - К.: Вища школа, 2001.
29. Сухова Л.Ф., Чернова Н.А. Практикум по разработке бизнес-плана и финансовому анализу предприятия. - М.: Финансы и статистика, 2005.
30. Ткаченко Т.І., Гаврилюк С.П. Економіка готельного господарства та туризму: Навч. посібник. – Київ: КНТЕУ, 2005.
31. Ушакова Н.М., Кукурудза Л. О. Методи оцінки рівня господарського ризику // Підприємництво у торгівлі: 36. наук. праць. -К.: КДТЕУ, 1995.
32. Уткин Э.А. Бизнес-план. Организация и планирование предпринимательской деятельности. - М.: Ассоциация авторов и издателей "Тандем"; ЭКСМОС, 1998.
33. Уткин Э.А., Котляр Б.А., Рапопорт Б.М. Бизнес-планирование. - М.: Экмос, 2002.
34. Уткин Э.А., Кочеткова А.И. Бизнес-план. Как развернуть собственное дело. - М.: Аркалис, 2003.
35. Черняк В.З. Бизнес-планирование. Учеб. пособие для вузов. - М.: Юнити-Дана, 2002.
36. Филипповский Е.Е., Шмарова Л.В. Экономика и организация гостиничного хозяйства. - М.: Финансы и статистика, 2003.
37. <http://www.world-hotal.com>
38. <http://www.world-hotels.net>
39. www.aup.ru
40. www.cfin.ru
41. www.devbusiness.ru
42. www.management.com.ua
43. www.smanagement.ru

8.3. Додаткова література

1. Барроу К., Барроу П., Браун Р. Бізнес-план.-К.: Знання, 2001.
2. Белашев В. Оценка эффективности бизнеса // Отдел маркетинга,

2005.-№1 .-С.7-10.

3. Валдайцев С.В. Оценка бизнеса и управление стоимостью предприятия: Учеб.пособие для вузов .-М.: Юнити-Дана, 2002

4. Грязнова А.Г., Федотова М.А., Ленская С.А., Беляева И.Ю. Оценка бизнеса: Учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям/Под ред.А.Г.Грязновой, М.А.Федотовой . -2-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2004.

5. Есипов В., Маховикова Г., Терехова В. Оценка бизнеса: Учебник для вузов .- СПб.: Питер,2002 .-

6. Мейер Маршал В. Оценка эффективности бизнеса: Что будет после Balanced Scorecard? / Пер. с англ. - М.:Вершина, 2004 .

7. Бэнгз Дэвид Г. Руководство по составлению бизнес-плана: Создание плана для успешного ведения вашего бизнеса / Пер. с англ. Под ред. и с предисл. Макаревича Л.М. – 7-е изд. - М.: Финпресс, 2003.

8. Горемыкин В.А., Богомолов А.Ю. Бизнес-план: Методика разработки 25 реальных образцов бизнс-плана. - М.: Ось-89, 2004.

9. Диксон Д.Е. Совершенствуйте свой бизнес. - М.: НПЦ “Инновации академии интерменеджмента”, 2002.

10. Ефимова О.П. Экономика общественного питания, / Под ред. Н.И. Кабушкина. - Мн.: 000 “Новое знание”, 2000.

11. Ковелло Дж.А., Хейзелгрэн Бриан Дж. Бизнес-планы. - М.: Изд-во БИНОМ, 2001.

12. Мазаракі А.А., Лігоненко Л.О., Ушакова Н.М. Економіка торговельного підприємства: Підруч. для вузів./ За ред. проф. Н.М. Ушакової - К.: Хрещатик, 1999.

13. Мірошніченко А.В. Діловий успіх: бізнес-планування та маркетинг. - К.: А.Л.Д., 2003.

14. Попов В.М. Сборник бизнес-планов с комментариями и рекомендациями. - М.: Финансы и статистика, 2001.

15. Смолін І. В., Лещук Н.М. Стратегія розвитку торговельного підприємства в ринкових умовах: Навч. посіб. - К.: КДТЕУ, 1998.

16. Современный бизнес: Учеб. В 2-х./ Д.Дж.Регмен, М.Х.Мескон, К.Л.Боуви, Дж.В.Тилл; Пер. с англ. – М.: Республика, 2000.

17. Ушакова Н.М., Кукурудза Л.О. Економічна стратегія діяльності торговельного підприємства в умовах ринкової економіки. - К.: УкрИНТЭИ, 1993.

18. Чернов Г.Е. Бизнес-планирование на предприятиях общественного питания. - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2000.

