

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

Кафедра готельно-ресторанної справи та туризму

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Директор ННІ неперервної освіти і туризму
Іван ГРИЦЕНКО



«06» червня 2024 року

«СХВАЛЕНО»
на засіданні кафедри готельно-ресторанного бізнесу та туризму
Протокол № 21 від «05» червня 2024 р.

Завідувач кафедри
Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО

«РОЗГЛЯНУТО»
Гарант ОП «Готельно-ресторанний бізнес»
Світлана МЕЛЬНИЧЕНКО

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ОСЕЛЬ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»

Освітньо-професійна програма «Готельно-ресторанний бізнес»

ННІ неперервної освіти і туризму

Розробник: доцент кафедри готельно-ресторанної справи та туризму, к.е.н., доц.

Ірина КУДІНОВА

Київ – 2024 р.

Опис навчальної дисципліни

«БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ОСЕЛЬ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ»

Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь		
Освітній ступінь	Магістр	
Спеціальність	241 «Готельно-ресторанна справа»	
Освітня програма	«Готельно-ресторанний бізнес»	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	Обов'язкова	
Загальна кількість годин	120	
Кількість кредитів ECTS	4	
Кількість змістових модулів	2	
Курсовий проект (робота) (за наявності)	-	
Форма контролю	Екзамен	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки (курс)	1 курс	1 курс
Семестр	1	1
Лекційні заняття	30 год.	8 год.
Практичні, семінарські заняття	30 год.	8 год.
Лабораторні заняття	-	-
Самостійна робота	60 год.	104 год.
Індивідуальні завдання	-	-
Кількість тижневих аудиторних годин для денної форми навчання	4 год.	-

1. Мета, завдання та компетентності навчальної дисципліни

Головною метою дисципліни є формування теоретичних знань та практичних навичок з бізнес-планування, як елементу управління оселями сільського зеленого туризму.

Дисципліна «Бізнес-планування осель сільського зеленого туризму» передбачає теоретичну та практичну підготовку студентів з вирішення наступних завдань: визначення сутності, цілей та завдань розробки бізнес-плану розвитку сільських зелених садиб в територіальних громадах, зокрема формування комплексного туристичного продукту в сегменті сільського зеленого туризму згідно територіальної специфіки; володіння методикою розробки окремих розділів бізнес-плану; обґрунтування доцільності й обов'язковості використання бізнес-планів як надійного фінансово-економічного інструменту розвитку й підвищення ефективності функціонування сільських зелених садиб.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен знати: сутність, цілі та логіку бізнес-планування осель сільського зеленого туризму; методику

планування; види планування, та типізацію планування залежно від об'єкта; вміти: визначати цілі планування, та досліджувати внутрішнє та зовнішнє середовище, як основу для планування; розробляти окремі розділи бізнес-плану: маркетинговий, виробничий, організаційний, фінансовий, оцінку ризику; здійснити фінансово-економічну діагностику спроможності бізнес-плану та надати оцінку ефективності його реалізації.

Згідно освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанний бізнес» другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 241 «Готельно-ресторанна справа» галузі знань 24 «Сфера обслуговування», за результатами вивчення дисципліни «Бізнес-планування осель сільського зеленого туризму» у здобувачів будуть сформовані наступні компетентності:

Інтегральна компетентність (ІК): Здатність розв'язувати складні задачі дослідницького та/або інноваційного характеру готельно-ресторанної справи.

Загальні компетентності (ЗК):

ЗК1. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

ЗК2. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК3. Здатність до аналізу, оцінки, синтезу, генерування нових ідей.

ЗК 4. Здатність працювати в команді.

ЗК7. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

Спеціальні (фахові, предметні) компетенції (СК):

СК1. Здатність застосовувати науковий, аналітичний, методичний інструментарій, використовувати міждисциплінарні дослідження аналізу стану розвитку глобальних та локальних ринків готельних та ресторанних послуг для розв'язання складних задач розвитку готельного і ресторанного бізнесу.

СК 2. Здатність систематизувати та синтезувати інформацію для врахування крос-культурних особливостей функціонування суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

СК 3. Здатність планувати та здійснювати ресурсне забезпечення діяльності суб'єктів готельного і ресторанного бізнесу.

СК 4. Здатність створювати і впроваджувати продуктивні, сервісні, організаційні, соціальні, управлінські, інфраструктурні, маркетингові інновації у господарську діяльність суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

СК 5. Здатність забезпечувати ефективну сервісну, комерційну, виробничу, маркетингову, економічну діяльність суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

СК 6. Здатність координувати та регулювати взаємовідносини з партнерами та споживачами. СК 7. Здатність до підприємницької діяльності.

СК 8. Здатність розробляти антикризові програми корпорацій, готельних та ресторанних мереж, суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу.

СК 11. Здатність до самостійного опанування новими знаннями, використання інноваційних технологій у сфері готельного та ресторанного бізнесу.

СК 12. Здатність інтегрувати знання та розв'язувати складні задачі готельно-ресторанної справи у мультидисциплінарних контекстах, у нових або незнайомих середовищах за наявності неповної або обмеженої інформації.

СК 13. Здатність здійснювати бізнес-планування діяльності осель сільського зеленого туризму, формулювати завдання, пов'язані з екологічністю діяльності

суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу.

Програмні результати навчання (ПРН) ОП:

ПРН 1. Розробляти і приймати ефективні рішення з питань розвитку суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу, враховуючи цілі, ресурси, обмеження та ризики, забезпечувати їх реалізацію, аналізувати і порівнювати альтернативи, оцінювати ризики та імовірні наслідки їх впливу.

ПРН 3. Розробляти, впроваджувати та застосовувати сучасні методи оцінювання ефективності впровадження інновацій в готельно-ресторанному бізнесі.

ПРН 4. Здійснювати моніторинг кон'юнктури ринку готельних та ресторанних послуг.

ПРН 5. Оцінювати нові ринкові можливості, формулювати бізнес-ідеї та розробляти маркетингові заходи з невизначених умов і вимог, що потребують застосування нових підходів, методів та інструментарію соціально-економічних досліджень.

ПРН 8. Ініціювати, розробляти та управляти проектами розвитку суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу із врахуванням інформаційного, матеріального, фінансового та кадрового забезпечення.

ПРН 10. Відповідати за формування ефективної кадрової політики суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу, організаційні комунікації, розвиток професійного знання, оцінювання стратегічного розвитку команди, підбір та мотивування персоналу на ефективне вирішення професійних завдань.

ПРН 11. Здійснювати дослідження та/або провадити інноваційну діяльність з метою отримання нових знань та створення нових технологій та видів послуг (продукції) в сфері готельно-ресторанного бізнесу та в ширших мультидисциплінарних контекстах.

ПРН 13. Здійснювати бізнес-планування осель сільського зеленого туризму, досліджувати світові і вітчизняні екологічні вимоги до засобів розміщення та закладів ресторанного господарства.

2. Програма та структура навчальної дисципліни для:

- повного терміну денної (заочної) форми навчання;
- скороченого терміну денної (заочної) форми навчання.

Назви змістовних модулів і тем	Кількість годин												
	денна форма							Заочна форма					
	тижні	усього	у тому числі					усь ого	у тому числі				
			л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	і н д	с.р.
Змістовний модуль 1. Теоретичні основи бізнес-планування підприємств на сільських територіях													
Тема 1. Сутність та зміст бізнес-планування підприємств	1	10	2	2			6	13	1	1			11
Тема 2. Дослідження ринку сільського	2/3	12	4	2			6	13	1	1			11

зеленого туризму													
Тема 3. Міжнародний досвід організації та функціонування садиб зеленого туризму	4	12	2	2			6	11	0,5	0,5			10
Тема 4. Конкурентоспромо- жність туристичного продукту сільської території	5/6	14	4	4			6	12	1	1			10
Тема 5. Якість послуг садиб сільського зеленого туризму	7	12	2	2			6	11	0,5	0,5			10
Разом за змістовним модулем 1	60		14	12			30	60	4	4			52
Змістовий модуль 2. Розробка бізнес-плану осель сільського зеленого туризму													
Тема 6. План і стратегія маркетингу	8	11	4	4			6	13	1	1			11
Тема 7. Виробничий план	9/10	12	4	4			6	13	1	1			11
Тема 8. Організаційно- юридичний план	11	10	2	2			6	11	0,5	0,5			10
Тема 9. Фінансовий план. Оцінка та страхування ризику.	12/13	13	4	4			6	12	1	1			10
Тема 10. Презентація бізнес-плану оселі сільського зеленого туризму	14/15	14	2	4			6	11	0,5	0,5			10
Разом за змістовним модулем 2	60		16	18			30	60	4	4			52
Усього годин	120		30	30			60	120	8	8			104

3. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи бізнес-планування підприємств на сільських територіях		
1	Тема 1. Сутність та зміст бізнес-планування підприємств	2
2	Тема 2. Дослідження ринку сільського зеленого туризму	2
3	Тема 3. Міжнародний досвід організації та функціонування садиб зеленого туризму	2
4	Тема 4. Конкурентоспроможність туристичного продукту сільської території	4
5	Тема 5. Якість послуг садиб сільського зеленого туризму	2

Змістовий модуль 2. Розробка бізнес-плану осель сільського зеленого туризму		
6	Тема 6. План і стратегія маркетингу	4
7	Тема 7. Виробничий план	4
8	Тема 8. Організаційно-юридичний план	2
9	Тема 9. Фінансовий план. Оцінка та страхування ризику.	4
10	Презентація бізнес-плану оселі сільського зеленого туризму	4
	Разом	30

4. Теми самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
Змістовий модуль 1. Теоретичні основи бізнес-планування підприємств на сільських територіях		
1	Тема 1. Сутність та зміст бізнес-планування підприємств	6
2	Тема 2. Дослідження ринку сільського зеленого туризму	6
3	Тема 3. Міжнародний досвід організації та функціонування садіб зеленого туризму	6
4	Тема 4. Конкурентоспроможність туристичного продукту сільської території	6
5	Тема 5. Якість послуг садіб сільського зеленого туризму	6
Змістовий модуль 2. Розробка бізнес-плану осель сільського зеленого туризму		
6	Тема 6. План і стратегія маркетингу	6
7	Тема 7. Виробничий план	6
8	Тема 8. Організаційно-юридичний план	6
9	Тема 9. Фінансовий план. Оцінка та страхування ризику.	6
10	Презентація бізнес плану оселі сільського зеленого туризму	6
	Разом	60

5. Зразки контрольних питань, тестів для визначення рівня засвоєння знань студентами

5.1. Контрольні питання

1. Класифікація бізнес-планів в сільському зеленому туризмі.
2. Види бізнес-планів садіб сільського зеленого туризму, особливості їх розробки.
3. Структура та основні розділи бізнес-плану садіб сільського зеленого туризму
4. Концепція, її сутність, зміст та місце в бізнес-плані.
5. Дослідження стану та тенденцій розвитку ринку послуг садіб сільського зеленого туризму.
6. Сегментування ринку готельних послуг та послуг харчування садіб сільського зеленого туризму.

7. Вибір цільового ринку готельних послуг та ресторанної продукції.
8. Визначення місткості регіонального ринку покупця.
9. Визначення обсягу попиту на послуги та продукцію садиб сільського зеленого туризму.
10. Оцінка впливу зовнішніх факторів та ступеня конкуренції на ринку послуг та продукції садиб сільського зеленого туризму.
11. Завдання та цілі розробки маркетинг-плану садиби сільського зеленого туризму.
12. Формування стратегії маркетингу-мікс.
13. Життєвий цикл послуг садиб сільського зеленого туризму, характеристика основних етапів.
14. Формування бренду, іміджу та фірмового стилю садиб сільського зеленого туризму.
15. Завдання та складові операційного (виробничого) плану послуг та продукції садиби сільського зеленого туризму.
16. Зміст операційного (виробничого) плану послуг та продукції садиби сільського зеленого туризму.
17. Обґрунтування операційної (виробничої) стратегії функціонування садиби сільського зеленого туризму.
18. Цілі, структура та зміст основних розділів організаційно-юридичного плану як складової бізнес-плану підприємства в зеленому туризмі.
19. Визначення потреби в персоналі зеленої садиби функціонуючої на сільській території.
20. Визначення організаційної структури підприємства зеленого туризму (сільської садиби).
21. Формування кадрової політики в агрооселях.
22. Значення, зміст й технологія розробки фінансового плану розвитку підприємницької діяльності на сільській території.
23. Стратегія фінансування сільських територій.
24. План доходів і видатків.
25. План грошових надходжень і витрат.
26. Плановий баланс активів та пасивів.
27. Методи оцінки усталеності та ефективності проекту в умовах невизначеності.
28. Види та страхування ризиків. Фінансовий механізм управління ризиками.
29. Вимоги до написання та оформлення бізнес-плану садиби сільського зеленого туризму.
30. Цілі та завдання презентації бізнес-плану садиби сільського зеленого туризму.

31. Організація проведення презентації бізнес-плану садиби сільського зеленого туризму.

32. Способи підвищення ефективності презентації бізнес-плану.

5.2. Тестові завдання

Тести до атестації Змістовний модуль 1. Теоретичні основи бізнес-планування діяльності підприємств на сільських територіях.

1. 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) підприємства на сільських територіях;
 - 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;
 - c) системний підхід.
13. Дослідник, підготовлений за спеціальною програмою, грає роль звичайного покупця за методом:
- a) Дельфі;
 - b) Таємничий покупець;
 - c) Аудит торгових точок.
14. Для дослідження вибирається фокус-група, що складається з:
- a) 100-150 учасників;
 - b) 10-25 учасників;
 - c) 8-10 учасників.
15. Хоум-тестце:
- a) глибинне фокусоване інтерв'ю;
 - b) домашній тест;
 - c) експрес-опитування.
16. Методикою «торгові панелі» користуються при визначенні:
- a) споживчого кошика сім'ї;
 - b) інформації про продажі;
 - c) специфічних властивостей окремого продукту.
17. Преактивізм складається з:

- a) аналізу минулого досвіду
- b) передбачення майбутнього і підготовки до нього;
- c) аналізу сучасного стану речей.

18. Основні принципи інтерактивного планування:

- a) участі;
- b) аналізу;
- c) аналогії.

19. Інтеграція охоплює взаємодію одиниць:

- a) всіх рівнів;
- b) різних рівнів;
- c) одного рівня

20. Стратегічне планування виконує:

- a) керівник підрозділу;
- b) керівник установи;
- c) менеджер напрямку.

21. Якщо об'єктом планування обрана садиба сільського зеленого туризму, як елемент туристичної галузі країни, то застосовується:

- a) стратегічне планування;
- b) нормативне планування;
- c) 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) операційного розділу.
29. Фінансовий аналіз здійснюють за 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 поставаннями;
 - 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 Змістовний модуль 2. Розробка бізнес-плану осель сільського зеленого туризму

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) садиба сільського зеленого туризму;

- 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;
 - b) споживчі панелі;
 - c) аудит торгових точок.
- 10. Управління підприємствами на сільській території 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;

с) хол-тесту.

13. Найбільшу аудиторію охоплює опитування за методом:

- а) фокус-групи;
- б) омнібусу;
- с) таємничого покупця.

14. Найкраще співвідношення ціни-якості спостерігається при використанні:

- а) аудиту торгових точок;
- б) хол-тесту;
- с) омнібусу

15. Реактивне планування базується на:

- а) аналізі сучасного стану речей;
- б) досвіді минулих років;
- с) знанні майбутнього.

16. Принципи інтерактивного планування:

- а) системності;
- б) холізму;
- с) комунікації.

17. Координація охоплює взаємодію одиниць:

- а) всіх рівнів;
- б) різних рівнів;
- с) одного рівня

18. Комунальний податок залежить від:

- а) середньо-спискової чисельності працівників;
- б) зарплати працівників;
- с) наявності транспорту.

19. ПДВ забезпечує доходи бюджету на:

- а) 10%
- б) 35 %
- с) 50 %

20. Податок на прибуток становить відсоток від прибутку:

- а) 6%
- б) 25%
- с) 10 %

21. Поточний запас це:

- а) норма запасів матеріалів;
- б) час необхідний для комплектації;

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

а) дерево рішень;

б) щоденникові панелі;

с) аудит.

33. Метою складання бізнес-плану 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. Інтерактивне планування націлене на:

а) планування майбутнього;

б) збереження 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:

а) менеджером з напрямку;

б) керівником проекту;

с) керівником підприємства

40. Стратегічний план здійснюється за:

- а) квартал;
- б) до 10 років;
- с) рік.

41. Місія підприємства:

- а) прибуток;
- б) задоволення споживачів;
- с) ефективність виробництва.

42. Ціль діяльності підприємства це:

- а) прибуток;
- б) кар'єрний ріст;
- с) покращення добробуту суспільства.

43. За умови перебування підприємства на єдиному податку, сплачується державі:

- а) 35 %
- б) 10% доходу
- с) 25%.

44. Садоби сільського зеленого туризму є платниками податку:

- а) акциз;
- б) на землю;
- с) ПДВ.

45. Стратегії по відношенню до продукту:

- а) диференціації;
- б) вертикальної інтеграції;
- с) диверсифікації

46. SWOT- аналіз це:

- а) аналіз ситуації на ринку;
- б) дослідження конкурентів;
- с) аналіз факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.

47. До факторів внутрішнього середовища відносяться:

- а) споживачі;
- б) конкуренти;
- с) управління.

48. Коефіцієнт оборотності показує:

- а) кількість оборотів за рік;
- б) кількість оборотних коштів, що припадає на гривню реалізованої

продукції;

с) тривалість обороту.

49. Гарантійний запас:

а) половина поточного запасу;

б) час між двома поточними поставаннями;

с) мінімальна кількість сировини.

50. Коефіцієнт рентабельності:

а) відношення чистого прибутку до затрат;

б) мінімально необхідний прибуток;

с) відношення собівартості до загальних продаж.

51. Життєвий цикл туристичного продукту має:

а) етап зрілості;

б) етап підготовки;

с) етап реабілітації.

52. Методи оцінки обраної стратегії:

а) платіжна матриця;

б) таємничий покупець;

с) споживчі панелі.

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

а) дві;

б) чотири;

с) шість.

6. Методи навчання

Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності студентів, які використовуються при вивченні дисципліни:

1) словесний (лекція, дискусія, співбесіда);

2) практичний метод (практичні заняття);

3) наочний (ілюстрація, демонстрація);

4) робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату, написання тез, статей);

5) відеометод (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо);

6) самостійна робота (виконання завдань, «есе», навчальні тести);

7) індивідуальна науково-дослідна робота здобувачів вищої освіти.

7. Методи оцінювання.

- екзамен;

- усне та письмове опитування;

- модульне тестування;
- командні проекти;
- есе;
- захист практичних робіт;
- презентації та виступи на наукових заходах;
- інші види.

8. Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти. Оцінювання знань здобувача вищої освіти відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 чинного «Положення про екзамени та заліки у НУБіП України»

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна та результати складання	
	екзаменів	заліків
90-100	відмінно	зараховано
74-89	добре	
60-73	задовільно	
0-59	незадовільно	не зараховано

Для визначення рейтингу здобувача вищої освіти із засвоєння дисципліни $R_{\text{дис}}$ (до 100 балів) одержаний рейтинг з атестації (до 30 балів) додається до рейтингу здобувача вищої освіти з навчальної роботи $R_{\text{нр}}$ (до 70 балів): $R_{\text{дис}} = R_{\text{нр}} + R_{\text{ат}}$.

9. Методичне забезпечення

Сторінка

дисципліни

в

Elearn

<https://elearn.nubip.edu.ua/enrol/index.php?id=3419>

10. Рекомендовані джерела інформації

- нормативно-правові акти

1. Конституція України. 1996 рік (із змінами і доповненнями). - Електронний ресурс. Режим доступу:

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>

2. Господарський кодекс України №436-IV від 16.01.2003 року (із змінами і доповненнями). Електронний ресурс. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15/page2>

3. Про господарські товариства: Закон України від 19.09.1991 р. №1577-ХІІ (зі змінами і доповненнями). Електронний ресурс. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1576-12#Text>

4. Про підприємництво: Закон України від 26.02.1991 р. №785-ХІІ (зі змінами і доповненнями). Електронний ресурс. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12#Text>

5. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 р. №325/95-ВР (зі змінами і доповненнями). Електронний ресурс. Режим доступу:

– основна література

6. Бізнес-планування підприємницької діяльності : навч. посіб. / З. С. Варналій, Т.Г. Васильців, Р.Л. Лупак, Р.Р. Білик. Чернівці: Технодрук, 2019. 264 с.
7. Вествуд Дж. Як скласти маркетинговий план. Харків: Фабула. 2020. 176 с.
8. Гапоненко Г.І., Парфіненко А.Ю., Шамара І.М. Сільський зелений туризм: навчальний посібник. Суми: ПФ «Видавництво «Університетська книга». 2019. 178с.
9. Дикань В.Л., Павліченко В.М., Полякова О. М. Бізнес-планування: Конспект лекцій. Харків: УкрДУЗТ, 2021. – 68 с.
10. Должанський І.З, Загорна Т.О. Бізнес-план. Технологія розробки. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 384 с.
11. Доценко А.І. Організація сільського туризму. Навчальний посібник. Київ: ВДК Університету «Україна». 2019. 76 с.
12. Зелений туризм. Як відкрити зелену садибу. Методичний посібник на допомогу клубним працівникам та представникам туристичної галузі/«ДОНМЦК»; [укладач. Лимаренко В.М., Гладков Ю.О.]. Краматорськ. 2020. 32 с.
13. Кушнір Р. Б-Бізнес. Покрокова інструкція створення системного, ефективного і прописаного бізнесу в Україні. Дрогобич: Коло. 2019. 432 с.
14. Мельник Л.Г., Карінцева О.І. Економіка і бізнес : підручник / за ред. Л.Г. Мельника, О.І. Карінцевої. Суми: Університетська книга, 2021. 316 с.
15. Остервальдер О., Піньє І., Бернарда Г., Алан С. Розробляємо ціннісні пропозиції. Як створити продукти та послуги, яких хочуть клієнти/ пер. з англ. Р. Корнута. Київ: Наш формат, 2018. 324с.

– додаткова література

16. Бізнес-план Україна 2019: як правильно скласти і все розрахувати – Режим доступу до журн. <https://znaj.ua/society/266456-biznes-plan-ukrayina-2019-yak-pravilno-sklasti-i-vse-rozrahuvati>
17. Глущенко Л. Д., Лесько О. Й., Бальзан М. В. Теоретичні аспекти та сучасні тенденції бізнес-планування на підприємстві. Modern Economics. 2022. № 31(2022). С. 32-37. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V31\(2022\)-05](https://doi.org/10.31521/modecon.V31(2022)-05)
18. Генеруй бізнес-ідею. Посібник для підприємця. Міжнародна організація праці. Женева. 2019. 65 с.
19. Розпочни свій бізнес. Навчальний посібник для тренерів РВСБ. Міжнародна організація праці. Женева. 2019. 96 с.
20. Розпочни свій бізнес. Посібник для тренера. Рекомендовані плани сесій. Міжнародна організація праці. Женева. 2019. 84 с.
21. Розпочни свій бізнес. Навчальний посібник для потенційних підприємців і підприємців початківців. Міжнародна організація праці. Женева. 2019. 110 с.