



**Міністерство освіти і науки України
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет менеджменту, адміністрування та права
Кафедра менеджменту, бізнесу і адміністрування**

В.М. Петров

БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ

**Методичні вказівки до проведення практичних занять
та самостійної роботи**

**для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
денної і заочної форм навчання спеціальності 073 Менеджмент**

Харків 2024

Міністерство освіти і науки України
ДЕРЖАВНИЙ БІОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет менеджменту, адміністрування та права
Кафедра менеджменту, бізнесу і адміністрування

В.М. Петров

БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ

Методичні вказівки до проведення практичних занять
та самостійної роботи

для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
денної і заочної форми навчання спеціальності 073 Менеджмент

Затверджено
рішенням навчально-методичної комісії
факультету менеджменту,
адміністрування та права
Протокол № 1 від 17 вересня 2024 р.

Харків 2024

УДК 005.51(072)
Б 62

Схвалено
на засіданні кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування
протокол № 1 від 27 серпня 2024 р.

Рецензенти:

Н.І. Шиян, доктор екон. наук, доцент Національного технічного університету
«Харківський політехнічний інститут»

Т.Ю. Білоусько, канд. екон. наук, доцент кафедри економіки та бізнесу Державного біотехнологічного університету

- Б 62** Петров В.М. Бізнес-планування : методичні вказівки до проведення практичних занять та самостійної роботи для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної і заочної форм навчання спеціальності 073 Менеджмент. Харків : ДБТУ, 2024. 37 с.

Методичні вказівки до проведення практичних (семінарських) занять та самостійної роботи з дисципліни «Бізнес-планування» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної і заочної форм навчання за спеціальністю 073 Менеджмент містять її опис, програму та структуру викладання. Наведена тематика теоретичної і практичної складової навчальної дисципліни, питання для підсумкового контролю, критерії оцінки, список рекомендованої літератури. Методичні вказівки можуть бути корисними для здобувачів інших спеціальностей, науково-педагогічних працівників, керівників і спеціалістів виробничих підприємств, підприємців, які цікавляться проблемами бізнес-планування.

УДК 005.51(072)

© Петров В.М., 2024
© ДБТУ, 2024

ВСТУП

В умовах ринкової економіки жодне підприємство не може працювати прибутково без ретельно підготовленого плану. Досвід організації підприємництва свідчить, що планування діяльності набуває все більшого значення в умовах швидких змін у зовнішньому середовищі функціонування суб'єктів господарювання. Чим більше динамічним та невизначеним стає це середовище, тим більше порядку має бути на самому підприємстві, тим більше уваги слід приділяти розробці стратегій та оперативних дій для їх реалізації. Відсутність чіткого плану є незаперечним свідченням незадовільного управління підприємством. Успіх підприємницького проєкту, незалежно від його масштабів, сфери діяльності, форми організації бізнесу, неможливий без чіткого уявлення про перспективи діяльності, без опрацювання надійних орієнтирів та реального плану господарювання.

Виникнення будь-якої підприємницької ідеї (чи буде це створення нового бізнесу, чи удосконалення діяльності вже наявного) ставить багато різноманітних запитань: хто виступає в якості конкретних споживачів, яким є ринок продукції підприємства, які кошти необхідні для реалізації проєкту, чи виправдовує себе проєкт економічно тощо. Задля отримання відповідей на ці запитання й складається бізнес-план.

Бізнес-план – це ретельно розроблений плановий документ, в якому чітко враховані реальні можливості суб'єкта господарської діяльності, детально, на науковій основі визначені перспективи його розвитку та засоби їх реалізації. Відповідно, **бізнес-планування** являє собою процес розробки бізнес-плану.

У бізнес-плані формулюються перспективи та поточні цілі реалізації стратегії розвитку суб'єкта господарювання, оцінюються сильні і слабкі сторони бізнесу, наводяться результати аналізу ринку та його особливостей, викладаються подробиці функціонування підприємства за цих умов, визначаються обсяги фінансових і матеріальних ресурсів для забезпечення досягнення планових показників.

Бізнес-план розглядається також як інструмент залучення необхідних для реалізації певного проєкту фінансових ресурсів. Зовнішні інвестори та кредитори ніколи не вкладатимуть гроші у бізнес, якщо не ознайомляться з ретельно підготовленим бізнес-планом. Такий план має переконати потенційних інвесторів у тому, що підприємни-

цький проєкт має чітко визначену стратегію успіху та заслуговує на фінансову підтримку.

Таким чином, бізнес-план у ринковій системі господарювання виконує дві найважливіші функції:

- *внутрішню* (життєво важливу для діяльності самого підприємства) – опрацювати механізм самоорганізації, тобто цілісну, комплексну систему управління виробничою та комерційною діяльністю підприємства;
- *зовнішню* – ознайомити потенційних партнерів, кредиторів або інвесторів із сутністю та основними аспектами господарської та комерційної діяльності підприємства на менш або більш віддалену перспективу.

Складні умови сьогодення вимагають від менеджерів різних рівнів управління принципово інших підходів до забезпечення ефективного планування, організації та управління виробничою і комерційною діяльністю. Менеджери та економісти повинні добре знати сучасні системи ведення господарства, техніку та інтенсивні технології, техніко-економічні показники використання різних механічних засобів праці, бачити перспективу розвитку галузей та економіки підприємств у цілому. Виникає нагальна потреба у постійному пошуку нових, іноді нестандартних управлінських, організаційно-економічних та техніко-технологічних рішень з метою забезпечення прибуткового господарювання і створення умов для розширеного відтворення.

1. Мета і завдання вивчення дисципліни

Структура робочої програми навчальної дисципліни Бізнес-планування наведена у табл. 1.

1. Структура робочої програми навчальної дисципліни «Бізнес-планування»

Найменування показників	Характеристика навчальної дисципліни	
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 5	Статус дисципліни: <i>обов'язкова</i>	
Тем – 15	Рік підготовки	
	третій	третій
	Семестр	
	п'ятий	п'ятий
Загальна кількість годин – 150	Лекції	
	30 год.	6 год.
	Практичні	
	30 год.	6 год.
	Самостійна робота	
	90 год.	138 год.
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 4; самостійної роботи здобувача – 6	Вид контролю:	
	Екзамен	Екзамен

Метою вивчення навчальної дисципліни Бізнес-планування є набуття здобувачами теоретичних знань і формування практичних навичок щодо бізнес-планування виробничої та комерційної діяльності суб'єктів господарювання в умовах багатукладної економіки і розвитку ринкових відносин.

Завдання вивчення дисципліни полягають в обґрунтуванні шляхів організаційно-господарського зміцнення суб'єктів господарювання, узагальнення нових підходів і методів планування виробничої і комерційної діяльності, пошук шляхів найбільш ефективного використання трудових, матеріально-технічних, фінансових та інвестиційних ресурсів. Конкретизувати ці завдання можна так:

- оволодіння здобувачами методами наукового пізнання;

- надання майбутнім фахівцям теоретичних основ і практичних рекомендацій щодо методології бізнес-планування виробничої та комерційної діяльності;
- обґрунтування підходів до вирішення складних питань розвитку суб'єктів господарювання у сучасних умовах розвитку економіки.

Об'єктом вивчення дисципліни є процеси прояву економічних законів та механізмів їх дії у специфічних умовах ведення господарської і комерційної діяльності з метою одержання прибутку при оптимальних витратах праці і коштів на одиницю кінцевої продукції. Досягнення цих цілей у виробничій сфері здійснюється шляхом розробки і використання найбільш раціональних прогресивних форм і методів бізнес-планування, поглиблення спеціалізації і підвищення рівня концентрації виробництва, організації оплати праці і матеріального стимулювання, науково обґрунтованої організації виробничих процесів в усіх сферах діяльності підприємства.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є відносини, які виникають між учасниками виробничого і комерційного процесу з приводу встановлення і реалізації пріоритетів, цілей, пропорцій та комплексу заходів, що забезпечують їх досягнення.

Навчальна дисципліна Бізнес-планування забезпечує формування таких програмних результатів навчання:

ПРН 4. Демонструвати навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень.

ПРН 5. Описувати зміст функціональних сфер діяльності організації.

ПРН 6. Виявляти навички пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень.

ПРН 8. Застосовувати методи менеджменту для забезпечення ефективної діяльності організації.

ПРН 7. Виявляти навички організаційного проектування.

ПРН 16. Демонструвати навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

ПРН 17. Виконувати дослідження індивідуально та/або в групі під керівництвом лідера.

Відповідно до вимог освітньо-професійної програми після вивчення дисципліни Бізнес-планування здобувач повинен *знати*:

- теоретичні основи бізнес-планування виробничої та комерційної діяльності;
- особливості планування (бізнес-планування) за різних суспільно-економічних формацій і форм господарювання;
- основні засади бізнес-планування, враховуючи юридичні, фінансові, економічні та техніко-технологічні вимоги та можливості;
- особливості бізнес-планування у різних галузях;
- обмеження у бізнес-плануванні;
- основні принципи і методи бізнес-планування;
- організацію бізнес-планування у виробничому підприємстві.

вміти:

- розробляти систему бізнес-планування на підприємстві з урахуванням конкретної виробничої ситуації;
- виконувати організаційне, технологічне, технічне та фінансове обґрунтування бізнес-планів;
- оцінювати ефективність реалізації бізнес-плану враховуючи чинники ризику та невизначеності майбутнього;
- розраховувати виробничі бюджети на виробництво різних видів продукції з урахуванням можливих джерел фінансування;
- складати бізнес-плани розвитку основних, обслуговуючих та підсобних галузей підприємства;
- опрацьовувати ринкову стратегію підприємства з метою забезпечення його конкурентоспроможності;
- ефективно контролювати хід реалізації бізнес-планів та управляти можливими змінами процесу.

Базовими дисциплінами для успішного засвоєння програмного матеріалу дисципліни Бізнес-планування є Менеджмент, Економіка підприємства, Маркетинг, Планування діяльності підприємств, Організація виробництва, Аналіз господарської діяльності, Господарське право, Галузевий менеджмент. У процесі свого розвитку вони доповнюють і збагачують одна одну новими теоретичними і прикладними положеннями з питань розвитку господарської і виробничої діяльності суб'єктів господарювання.

2. Структура навчальної дисципліни

Назва розділів та тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	Загальний обсяг	аудиторних				Самостійна робота	Загальний обсяг	аудиторних				Самостійна робота
		усього	в тому числі					усього	в тому числі			
лекції			лабораторні	практичні	лекції				лабораторні	практичні		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Тема 1. Мета і завдання вивчення дисципліни, дисципліни, методи і прийоми досліджень	10	4	2		2	6		10	0,4		0,4	9,2
Тема 2. Теоретичні основи бізнес-планування	10	4	2		2	6		10	0,4		0,4	9,2
Тема 3. Типи бізнес-планів та цілі їх розробки	10	4	2		2	6		10	0,4		0,4	9,2
Тема 4. Вимоги до оформлення бізнес-плану	10	4	2		2	6		10	0,4		0,4	9,2
Тема 5. Загальна структура бізнес-плану	10	4	2		2	6		10	0,4		0,4	9,2
Тема 6. Титульний аркуш, зміст і резюме	10	4	2		2	6		10	0,4		0,4	9,2
Тема 7. Характеристика підприємства	10	4	2		2	6		10	0,4		0,4	9,2
Тема 8. Ринкова діяльність	10	4	2		2	6		10	0,4		0,4	9,2
Тема 9. План маркетингу	10	4	2		2	6		10	0,4		0,4	9,2
Тема 10. План виробництва	10	4	2		2	6		10	0,4		0,4	9,2
Тема 11. Організаційний план	10	4	2		2	6		10	0,4		0,4	9,2
Тема 12. Фінансовий план	10	4	2		2	6		10	0,4		0,4	9,2
Тема 13. План інвестицій	10	4	2		2	6		10	0,4		0,4	9,2
Тема 14. Ризики і страхування	10	4	2		2	6		10	0,4		0,4	9,2
Тема 15. Заключна частина бізнес-плану	10	4	2		2	6		10	0,4		0,4	9,2
Всього годин	150	60	30		30	90	150	150	6		6	138

3. Програма навчальної дисципліни

Лекція – основна форма проведення навчальних занять у закладі вищої освіти. Її призначення – засвоєння теоретичного матеріалу. Лекція є складовою загального курсу лекцій, який охоплює основний теоретичний матеріал окремої або кількох тем навчальної дисципліни. Тематика курсу лекцій визначається робочою навчальною програмою.

Тема 1. Мета і завдання вивчення дисципліни, методи і прийоми досліджень

Розглядаються передумови становлення і розвитку бізнес-планування як складової загальної системи планування суб'єктів господарської діяльності в Україні.

Методологія планування являє собою сукупність принципів, підходів, способів організації та методів планування для ефективного вирішення проблеми і досягнення поставлених цілей.

Організація планування – це спосіб упорядкування певних дій відповідно до їх складу, структури та характерних особливостей. Об'єктом організації є безпосередньо сам процес планування.

Суб'єкти виробничої та комерційної діяльності можуть самостійно обирати і використовувати різну методологію бізнес-планування. Універсальних рішень і рекомендацій на всі можливі випадки не існує. У сучасній методології планування центральне місце займає системний підхід. Використання принципів системного підходу є сполучною ланкою між методологією та організацією планування.

Планування як область наукового пізнання охоплює різні види управлінської діяльності і є міждисциплінарним за своєю природою. Для досягнення цілей планування використовують певні методи.

Методи у плануванні являють собою способи, прийоми і процедури, які дозволяють успішно вирішити конкретне завдання, розрахувати числові значення певних показників.

Методика планування – це сукупність методів і прийомів, які пов'язані спільними рисами у вирішенні конкретного завдання. Вона виконує функцію методичної інструкції.

Тема 2. Теоретичні основи бізнес-планування

Планування та бізнес-планування пізнають у поєднанні теорії і практики, що визначає головні напрями розвитку виробництва та комерційної діяльності. Теорія – це орієнтир для практики, а практика

підтверджує правоту чи безпідставність теоретичних положень, тобто є критерієм істини.

Методологічною основою такого пізнання є діалектичний метод, який розглядає розвиток усіх явищ у взаємодії та взаємозв'язку, переході кількісних змін у якісні, єдності і боротьбі протилежностей.

Теоретична основа навчальної дисципліни «Бізнес-планування» – економічна теорія, яка є науковим фундаментом виробничої та комерційної діяльності суб'єктів господарювання і розкриває механізм дії економічних законів.

Серед законів економічної теорії найбільш істотно на виробничу діяльність суб'єктів господарювання впливає закон вартості, який регулює виробництво та обмін товарів відповідно до їхніх суспільних потреб. Тобто ціна продукції повинна відшкодовувати сукупні, втілені в її виробництво витрати живої та уречевленої праці. Якщо цього не відбувається, то підприємство у ринкових умовах функціонувати не може.

Закон зростання продуктивності суспільної праці вимагає заощадження сукупної праці, але у такий спосіб, щоб частка уречевленої праці неухильно зростала, а живої – зменшувалася швидшими темпами, що дає змогу знижувати її загальну кількість в одиниці продукції.

Із цим законом тісно пов'язана дія закону економії часу, який передбачає організацію робіт з мінімально можливими витратами часу на їх здійснення, тобто дозволяє зменшувати витрати на одиницю продукції.

Планування діяльності суб'єктів господарювання здійснюють використовуючи різні методи, але під час роботи з ними необхідно враховувати певні особливості щодо їх застосування.

Методи планування повинні бути адекватними зовнішнім умовам здійснення виробничої та комерційної діяльності, особливостям різних етапів розвитку ринкових відносин у галузі та країні у цілому; якнайповніше враховувати специфіку діяльності об'єкта планування; застосовуватися відповідно до виду плану (бізнес-плану).

Тема 3. Типи бізнес-планів та цілі їх розробки

За своєю економічною природою бізнес у будь-якій галузі економіки є складним процесом, який передбачає прийняття комплексу відповідальних рішень, а успішність його здійснення багато в чому залежить від володіння спеціальними знаннями: виробничими, управлінськими, маркетинговими, фінансовими, юридичними тощо.

Бізнес-план є традиційним для ринкової економіки документом, без якого у сфері бізнесу не провадять жодні серйозні дії. У певному значенні він є формалізацією системного підходу до процесу планування, формою обґрунтування економічної доцільності обраних підприємством напрямів виробничої і комерційної діяльності та використання тих чи інших джерел їх фінансування, оцінки очікуваних фінансових результатів (надходження грошових коштів, прибуток, віддача на вкладений капітал тощо).

Традиційно бізнес-план розглядають у кількох аспектах: як самодостатній інструмент внутрішньогосподарського (внутрішньофірмового) планування й аналог стратегічного плану; як інструмент ділового планування, насамперед, планування відносин з контактними аудиторіями підприємства, від яких залежить обсяг залучення фінансових ресурсів (кредиторами, інвесторами); як плановий документ, що розробляють на рівні структурного підрозділу підприємства; як результат досліджень та обґрунтування конкретного напрямку діяльності і розвитку підприємства.

В іноземній практиці бізнес-план використовують незалежно від сфери і масштабів діяльності, відносин власності та організаційно-правової форми підприємства, оскільки потрібно вирішувати як внутрішні завдання, пов'язані з управлінням суб'єктом господарювання, так і зовнішні, обумовлені встановленням контактів з іншими підприємствами й організаціями.

У господарській практиці розрізняють декілька типів бізнес-планів, вибір якого залежить від кола завдань, що постають перед їх укладачами.

Тема 4. Вимоги до оформлення бізнес-плану

Оформлення і стиль викладу матеріалу бізнес-плану є не менш важливими, ніж його зміст. Недбало оформлений, неграмотно складений, надмірно великий або навпаки, невиправдано стислий бізнес-план не знайде розуміння і підтримки у потенційних інвесторів, кредиторів чи ділових партнерів.

Бізнес-план має виглядати професійно. Це рекламний продукт, який характеризує топ-менеджмент підприємства (фірми). Про його компетентність будуть робити висновок не лише за змістом, а й за зовнішнім оформленням. Це зовсім не означає, що він повинен бути складним та наповненим великою кількістю матеріалу. Бізнес-план

має бути простим для сприйняття, функціональним, зрозумілим і зручним у використанні.

Складати бізнес-план необхідно так, щоб потенційні користувачі легко могли відшукати у ньому саме ті розділи, які їх цікавлять, оскільки не кожен з них захоче читати документ у повному обсязі. На початку бізнес-плану слід розмістити зміст. Потрібно також передбачити й функціональний поділ розділів. Використання таблиць, діаграм і графіків зазвичай сприяє більш повному сприйняттю інформації. Під час складання бізнес-планів для подання деякої інформації часто використовують розвороти.

Як правило, бізнес-план містить конфіденційну інформацію про підприємство, тому слід добре контролювати його розповсюдження. Деякі підприємці нумерують кожний примірник, інші під час першого знайомства з потенційним партнером надають йому стислий огляд. Якщо партнер висловив зацікавленість, його ознайомлюють з повним планом.

Тема 5. Загальна структура бізнес-плану

Незалежно від сфери (галузі) діяльності та особливостей підприємства (фірми), що готує бізнес-план, можна виокремити декілька стандартних етапів, які потрібно послідовно виконати перед його розробкою.

Зміст та обсяг бізнес-плану залежать від мети його складання, обраної сфери господарської та комерційної діяльності й потенційних користувачів. Сьогодні чинна нормативно-правова база ведення господарської (бізнесової) діяльності не надає суб'єктам господарювання стандартизовані форми для складання бізнес-планів як, наприклад, у сфері державної статистичної або податкової звітності, адже напрями бізнесу в різних галузях економіки є надзвичайно різноманітними, мають свої специфічні особливості, що об'єктивно унеможлиблює уніфікацію. Тому будь-яка запропонована у відповідних методичних фахових рекомендаціях універсальна форма бізнес-плану має, як правило, лише певний загальний (рамковий) рекомендаційний характер.

Аналіз досвіду складання бізнес-планів у різних сферах (галузях) господарської та комерційної діяльності довів, що за обсягом бізнес-плани умовно можна поділити на три основні категорії: стислий, повний та операційний. Обсяг бізнес-плану залежить головним чином від мети його укладання – для внутрішнього використання менедж-

ментом підприємства (фірми) або для залучення інвесторів, кредиторів, надавачів лізингових послуг тощо.

Тема 6. Титульний аркуш, зміст і резюме

Підготовка бізнес-плану розвитку виробничого підприємства (фірми) починається з правильного оформлення титульного аркуша.

На титульному аркуші доцільно розмістити меморандум конфіденційності, який складають для застереження осіб, які знайомляться з бізнес-планом, щодо конфіденційності інформації, що в ньому міститься; застереження від несанкціонованого копіювання всього бізнес-плану або його окремих частин та передачі цих відомостей третім особам без згоди керівника підприємства. Крім того, у меморандумі конфіденційності необхідно зазначити вимогу щодо повернення бізнес-плану керівникові підприємства у разі відмови інвестора або кредитора від співробітництва.

На наступній сторінці бізнес-плану слід надрукувати його детальний зміст, указати сторінки кожного з його розділів. Зміст є дуже важливою частиною бізнес-плану, яка дає потенційним інвесторам або партнерам відомості про розміщення у ньому інформації, що найбільше їх цікавить.

Якщо у тексті бізнес-плану є специфічні вузькогалузеві або складні для сприйняття категорії, поняття й терміни, на наступному аркуші необхідно додатково подати визначення їх змісту.

Основна частина бізнес-плану повинна починатися з резюме – стисло викладу його основних положень. Саме резюме у першу чергу читають потенційні інвестори або партнери. Зі змісту цієї частини у них складається перше емоційне враження про підприємство (або проєкт) у цілому, і вони приймають рішення щодо доцільності ознайомлення з наступними розділами бізнес-плану.

Резюме складають, коли вже остаточно завершено написання основної частини бізнес-плану. З кожного його розділу відбирають найбільш важливу (визначальну) інформацію.

Тема 7. Характеристика підприємства

Головна мета цього розділу – дати загальну уяву про підприємство (фірму) потенційним кредиторам, інвесторам або партнерам. Тут також важливо показати зацікавленим особам, що менеджмент підприємства повністю контролює його діяльність.

Якщо бізнес-план складають для зовнішнього використання, то наводять докладний перелік необхідних даних. Якщо ж бізнес-план

розробляють для внутрішніх цілей, то зміст цього розділу можна звести до мінімуму.

Характеристика підприємства повинна стисло і точно висвітлити його основні параметри та їх відповідність один одному. Без надмірної деталізації слід навести основну та найбільш суттєву інформацію відповідно до цілей і потреб бізнес-плану, оскільки більшість характеристик докладно буде розкрито в інших розділах.

У цій частині бізнес-плану доцільно подати стисло історичну довідку про підприємство: дата створення; основні етапи становлення і розвитку; видатні досягнення за останній період та їх значення для ефективного ведення виробничої та комерційної діяльності; стадія розвитку в умовах сьогодення.

Тема 8. Ринкова діяльність

На відміну від промисловості, де звичайно переважає 100 % рівень товарності, у сільському господарстві певна частка готової продукції входить до подальших циклів виробництва (насіння, корми, молоко для випоювання телят і поросят, приплід тварин тощо) або використовується для внутрішньогосподарських потреб. З-за цього опрацюванню плану ринкової діяльності бізнес-плану повинно передувати ретельне складання балансів (планів виробництва, внутрішньогосподарського використання і реалізації) кожного виду продукції тваринництва, рослинництва і підсобних промислових підрозділів.

Баланс будь-якої продукції – це зіставлення її залишків на початок планового періоду (року, кварталу, місяця, декади) і надходження (виробництво, купівля, отримання за обміном та інші надходження) з плановою потребою (витратна частина).

Складання балансів розпочинають з розрахунку планових обсягів продукції для внутрішньогосподарських потреб. Для кожного виду сільськогосподарської та промислової продукції методика складання балансів має свої специфічні особливості, обумовлені системами ведення окремих галузей тваринництва, рослинництва і підсобної промислової діяльності, напрямами внутрішньогосподарського використання продукції, її споживчими характеристиками, особливостями логістики тощо.

Тема 9. План маркетингу

План маркетингу – це розділ бізнес-плану, в якому визначають конкретні завдання, терміни, тривалість, місце і форми здійснення заходів, що забезпечують досягнення поставлених цілей у сфері вироб-

ництва продукції та її збуту. План маркетингу охоплює практично всі ділянки роботи підприємства, тому процес його розробки передбачає активне використання міжфункціональних зв'язків між керівниками різних рівнів управління і сфер діяльності (основне виробництво, фінанси, персонал тощо).

План маркетингу має важливе практичне значення як для потенційних інвесторів чи кредиторів, так і для менеджменту підприємства, адже він є дієвим інструментом контролю за всіма показниками, пов'язаними зі збутовою політикою (обсяги продажу, ціни, канали реалізації, бюджети на здійснення окремих маркетингових заходів тощо).

Основними функціями маркетингу в будь-якому виробничому підприємстві є: комплексне вивчення ринку; планування товарного асортименту; розробка цінової політики; реклама і стимулювання збуту; правління збутом та комунікації у після продажний період.

Наведені функції визначають загальну спрямованість маркетингової діяльності підприємства, яка має специфічні особливості залежно від його виробничої спеціалізації, масштабів виробництва, характеру товарного асортименту або ринків збуту (наприклад, маркетинг сільськогосподарської продукції, яка має здатність до швидкого псування (молоко, свіжі овочі, плоди, ягоди, виноград тощо), суттєво відрізняється від маркетингу продукції зерновиробництва або продукції вирощування технічних культур (льон, коноплі тощо).

Складання цього розділу бізнес-плану повинно підпорядковуватися загальним принципам маркетингу як системи управління виробничо-комерційною діяльністю підприємства.

Тема 10. План виробництва

Якість розробки бізнес-плану розвитку сільськогосподарського підприємства багато у чому залежить від детального опрацювання саме плану виробництва, в якому подають такі підрозділи (параграфи): баланс земельних угідь та їх використання; виробнича програма з тваринництва; виробнича програма з рослинництва; програма з виробництва промислової продукції; планування основних засобів виробництва.

Сільське господарство, як жодна інша галузь економіки, дуже тісно пов'язане з використанням у виробництві природних ресурсів – землі, води, повітря, сільськогосподарських рослин і тварин. Тому складання цього розділу бізнес-плану має певні специфічні особливо-

сті, які зумовлюють неодмінність комплексного врахування значно більшої, порівняно з іншими галузями, сукупності факторів.

Тема 11. Організаційний план

Цей розділ бізнес-плану присвячено опрацюванню оптимальної організаційної структури підприємства, системи його управління та ефективної кадрової політики.

Організаційна структура сільськогосподарського підприємства являє собою сукупність виробничих, допоміжних та обслуговуючих підрозділів, які організовують свою діяльність на основі поділу і кооперації праці. Для зручності сприйняття у бізнес-плані організаційну структуру подають у вигляді схеми.

На відміну від суб'єктів господарювання сфери матеріального виробництва інших галузей економіки (наприклад, промисловості), які, як правило, спеціалізуються на виробництві одного виду продукції або її подібного обмеженого асортименту, сільськогосподарські підприємства характеризуються багатогалузевою організаційною структурою. Це зумовлено дією багатьох факторів – біологічних, організаційно-технологічних, соціально-економічних, фінансових тощо, які існують об'єктивно, взаємодіють між собою, взаємно впливають один на одного і результати господарювання в цілому.

Тема 12. Фінансовий план

У фінансовому плані узагальнюються основні положення всіх попередніх розділів бізнес-плану у грошовому обчисленні. У процесі складання фінансового плану вирішують такі основні завдання організації фінансової діяльності сільськогосподарського підприємства: економне витрачання коштів; виявлення та мобілізація резервів зростання доходності господарської діяльності за рахунок поліпшення використання матеріальних, трудових та грошових ресурсів; покриття запланованих витрат за рахунок власних доходів; повне виконання фінансових зобов'язань (погашення кредитів та сплата відсотків за користування ними); визначення напрямів ефективного вкладення фінансових ресурсів, оцінка рівня ефективності їх використання; створення у визначених розмірах фондів підприємства.

Основною метою складання фінансового плану на плановий рік є взаємоузгодження доходів і витрат у плановому році. У разі перевищення доходів над витратами їх надлишок направляють до резервного фонду.

Під фінансовим плануванням розуміють визначення обсягу фінансових ресурсів, необхідних для забезпечення запланованої виробничо-господарської діяльності підприємства, а також джерел їх надходження.

Тема 13. План інвестицій

Відповідно до чинного законодавства інвестиції являють собою всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладають в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, у результаті якої створюється прибуток (доход) і/або досягається соціальний та екологічний ефект. Такими цінностями можуть бути: кошти, цільові банківські вклади, паї, акції та інші цінні папери (крім векселів); рухоме та нерухоме майно (будинки, споруди, устаткування та інші матеріальні цінності); майнові права інтелектуальної власності; сукупність технічних, технологічних, комерційних та інших знань, оформлених у вигляді технічної документації, навичок і виробничого досвіду, необхідних для організації того чи іншого виду виробництва, але не запатентованих («ноу-хау»); права користування землею, водою, ресурсами, будинками, спорудами, обладнанням, а також інші майнові права; інші цінності.

Інвестиційна діяльність – це сукупність практичних дій громадян, юридичних осіб і держави щодо реалізації інвестицій. Вона може здійснюватися за рахунок: власних фінансових ресурсів підприємства (прибуток, амортизаційні відрахування, відшкодування збитків від аварій, стихійного лиха, грошові кошти з господарських фондів розвитку тощо); позикових фінансових ресурсів (банківські кредити, випуск облігацій); залучених фінансових ресурсів інвесторів (пайові та інші внески громадян та юридичних осіб, кошти, одержані від продажу акцій); бюджетних інвестиційних асигнувань; безоплатних та благодійних внесків, пожертвувань організацій, підприємств і громадян.

Інвестиції, що спрямовують на створення (придбання), реконструкцію, технічне переоснащення основних засобів, очікуваний строк корисної експлуатації яких перевищує один рік, здійснюються у формі капітальних вкладень.

Сільськогосподарські підприємства самостійно планують обсяги капітальних вкладень, зважаючи на власну потребу у будівництві об'єктів виробничого і невиробничого призначення придбанні сільськогосподарської техніки тощо, а також реальні джерела фінансування.

Тема 14. Ризики і страхування

Будь-яка господарська і комерційна діяльність в умовах ринкової економіки пов'язана з певним ризиком, тобто з імовірністю отримання негативного результату. Сільськогосподарське підприємство постійно перебуває в «ситуації ризику», що зумовлено специфікою галузі – використанням у технологічному процесі природних ресурсів (землі, води, повітря, сільськогосподарських рослин і тварин) та великою залежністю від факторів навколишнього середовища.

Ризик являє собою невизначеність, мінливість величини прибутку, віддачі на вкладений капітал. Ризик дає шанс отримати надприбуток і водночас означає імовірність зазнати збитків. Характерними елементами ризикової ситуації є: випадковий характер події (визначає, який з можливих результатів буде реалізовано на практиці); наявність альтернативних рішень; можливість визначити імовірність очікуваних результатів; імовірність виникнення збитків; імовірність отримання додаткового прибутку.

У господарській і комерційній діяльності втрати можуть бути матеріальні, трудові та фінансові. Ефективність заходів, прийняття й реалізації управлінських рішень, пов'язаних зі зниженням рівня (ліквідацією) ризику великою мірою залежить від правильної класифікації ризиків.

Тема 15. Заклучна частина бізнес-плану

У цьому розділі остаточно узагальнюються усі розрахунки і висновки, що були опрацьовані в усіх попередніх розділах бізнес-плану.

Практичне заняття – форма навчального заняття, під час якого здійснюється детальний розгляд здобувачами окремих теоретичних положень навчальної дисципліни та формуються вміння і навички їх практичного застосування шляхом індивідуального виконання відповідно сформульованих завдань.

Перелік тем практичних занять визначається робочою навчальною програмою дисципліни (табл. 3). Проведення практичного заняття ґрунтується на попередньо підготовленому методичному матеріалі для виявлення ступеня оволодіння здобувачами теоретичних положень, наборі завдань різної складності для розв'язання їх на занятті.

Практичне заняття передбачає проведення попереднього контролю знань, умінь і навичок здобувачів, постановку загальної про-

блеми викладачем та її спільне обговорення, розв'язування контрольних завдань, їх перевірку, оцінювання.

3. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми заняття	Кількість годин	
		д/ф	з/ф
1.	Бізнес-планування як специфічна складова системи планування в організації	2	0,4
2.	Особливості дії основних економічних законів при укладанні бізнес-планів	2	0,4
3.	Сфери застосування бізнес-планів в умовах багатоукладної економіки	2	0,4
4.	Особливості структури і змісту різних типів бізнес-планів та обґрунтування їх обсягу	2	0,4
5.	Основні етапи укладання бізнес-плану	2	0,4
6.	Основні вимоги до оформлення титульного аркушу, змісту і резюме	2	0,4
7.	Методологічні принципи опрацювання розділу «Характеристика підприємства».	2	0,4
8.	Особливості здійснення ринкової діяльності виробничих підприємств різних галузей економіки	2	0,4
9.	Послідовність розробки маркетингової стратегії підприємства	2	0,4
10.	Планування різних видів виробничої діяльності	2	0,4
11.	Проектування організаційної структури та структури управління підприємства	2	0,4
12.	Методологія складання різних форм фінансового плану	2	0,4
13.	Обґрунтування обсягів, джерел залучення та механізмів освоєння інвестицій	2	0,4
14.	Визначення і рівні прояву ризиків. Обґрунтування напрямів і механізмів страхування	2	0,4
15.	Остаточне формулювання цілей бізнес-плану та механізмів їх досягнення	2	0,4
	Разом	30	6

Оцінки, отримані здобувачем на окремих практичних заняттях, враховуються при виставленні підсумкової оцінки з навчальної дисципліни.

Необхідною складовою успішного засвоєння матеріалу навчальної дисципліни Бізнес-планування є **самостійна робота** здобувачів з науковою і спеціальною літературою, нормативно-правовими актами, статистичними матеріалами різних рівнів управління.

Основні види самостійної роботи, що пропонуються здобувачам:

1. Вивчення лекційного матеріалу.
2. Робота з опрацювання рекомендованої літератури.
3. Вивчення основних термінів та понять за темами дисципліни.
4. Підготовка до практичних занять, дискусій, роботи у малих групах.

Контрольна перевірка кожним здобувачем особистих знань здійснюється за питаннями для самоконтролю.

При заочній формі навчання технологія ведення самостійної роботи здобувачів аналогічна денній (табл. 4).

4. Теми для самостійної роботи

№ з/п	Назва теми заняття	Кількість годин	
		д/ф	з/ф
1.	Предмет, завдання і методи дисципліни	6	9
2.	Організаційно-правова форма підприємства, юридичний статус, склад засновників, резюме	6	9
3.	Організаційна структура та структура управління підприємством. Меморандум конфіденційності	6	9
4.	Баланс земельних угідь та їх використання	6	9
5.	Фінансово-економічний стан підприємства (основні економічні показники виробничо-фінансової діяльності підприємства за останні три роки)	6	10
6.	Виробництво і розподіл продукції тваринництва	6	9
7.	Виробництво і розподіл продукції рослинництва	6	9
8.	План маркетингу	6	10
9.	Розрахунок надходження грошових коштів і результатів від реалізації продукції підприємства	6	9
10.	Планування адміністративних витрат, витрат на збут та інших витрат операційної діяльності	6	10
11.	Розрахунок прибутку, валового і чистого доходу	6	9
12.	Прогноз грошових потоків (надходжень і витрат коштів)	6	9
13.	Нормування власних оборотних коштів і джерела їх покриття	6	9
14.	Розрахунок потреби у капітальних вкладеннях	6	9
15.	Планування страхових платежів	6	9
	Разом	90	138

4. Методи навчання

Під час вивчення дисципліни Бізнес-планування можуть використовуватися такі **методи навчання**:

1. Група методів за джерелом інформації і сприйняття навчальної інформації – **словесні** (лекція, бесіда, розповідь), **наочні** (ілюстрація, демонстрація), **практичні** (виконання конкретних прикладних розрахунків).

2. Група методів за логікою передачі і сприйняття навчального матеріалу: **індуктивні, дедуктивні, аналітичні, синтетичні**.

3. Група методів за ступенем самостійного мислення при засвоєнні знань – **репродуктивні, продуктивні**, а саме: **дослідницькі, пошукові, частково-пошукові**.

4. Група методів за ступенем управління навчальним процесом: навчання під керівництвом викладача, самостійна робота з підручниками і науковою літературою, текстами лекцій, практичних і семінарських занять; робота з комп'ютером; виконання письмових завдань; прикладні дослідження.

Лекція – логічно вивершений, науково обґрунтований і систематизований виклад певного наукового або науково-методичного питання, ілюстрований, за необхідності, засобами наочності та демонстрацією дослідів. Лекція є однією з основних організаційних форм навчальних занять і, водночас, методів навчання.

Лекція із застосуванням ігрових методів – застосовуються методи мозкової атаки, методи конкретних ситуацій та інші, коли здобувачі самі формулюють проблему, і самі намагаються її вирішити.

Семінари – форма навчального заняття, при якій викладач організує дискусію навколо попередньо визначених тем, до яких здобувачі готують тези виступів на підставі індивідуально виконаних завдань. Семінарські заняття можуть проводитися у формі бесіди, рецензування та обговорення рефератів і доповідей, дискусій тощо.

Практичні заняття – форма навчального заняття, на якому викладач організує детальний розгляд здобувачами окремих теоретичних положень навчальної дисципліни та формує вміння та навички їх практичного застосування шляхом індивідуального виконання сформульованих завдань.

Індивідуальне заняття – форма навчального заняття, що проводиться з окремими здобувачами з метою підвищення рівня їх підготовки та розкриття індивідуальних творчих здібностей.

Рольові ігри – форма активізації здобувачів, за якої вони задіяні в процесі інсценізації певної виробничої ситуації у ролі безпосередніх учасників подій.

Консультація – форма навчального заняття, при якій здобувач отримує відповіді від викладача на конкретні запитання або пояснення певних теоретичних положень чи аспектів їх практичного застосування (проводяться протягом семестру – поточні та екзаменаційні консультації).

5. Індивідуальне завдання

Виконання **індивідуального завдання (ІЗ)** може здійснюватися у формі індивідуальних занять, консультацій, перевірки виконання індивідуальних завдань, перевірки та захисту завдань, що винесені на поточний контроль тощо.

Індивідуально-консультативна робота за теоретичною частиною дисципліни Бізнес-планування проводиться у вигляді:

- індивідуальних консультацій (запитання – відповідь стосовно проблемних питань теоретичного матеріалу дисципліни);
- групових консультацій (розгляд типових прикладів, практики впровадження та використання нових методик у виробничу практику).

Індивідуально-консультативна робота за практичною частиною навчальної дисципліни проводиться у вигляді:

- індивідуальних консультацій (розгляд практичних завдань стосовно яких виникли запитання);
- групових консультацій (розгляд практичних ситуацій, рольових ігор, які потребують колективного обговорення).

Індивідуально-консультативна робота для комплексної оцінки засвоєння програмного матеріалу може проводитися у вигляді:

- ✓ індивідуального захисту індивідуальних завдань;
- ✓ підготовки рефератів для виступу на науковому семінарі;
- ✓ підготовки рефератів для виступу на науковій конференції.

6. Питання для підсумкового контролю знань, що охоплюють зміст робочої програми дисципліни

1. Бізнес-планування як специфічна форма системи внутрішньогосподарського (внутрішньофірмового) планування на підприємстві.
2. Особливості планування за різних суспільно-економічних формаций.
3. Планування в умовах ринкового механізму господарювання.
4. Макроекономічні фактори, які найбільш суттєво впливають на ефективність планування у сучасних умовах розвитку економіки України.
5. Мета і завдання вивчення навчальної дисципліни Бізнес-планування.
6. Зв'язок Бізнес-планування з іншими навчальними дисциплінами.
7. Організація і методика бізнес-планування.
8. Теоретична основа вивчення навчальної дисципліни.
9. Методи і прийоми досліджень навчальної дисципліни та особливості їх застосування.
10. Основні типи бізнес-планів.
11. Суб'єкти розробки бізнес-планів.
12. Особливості розробки бізнес-планів спеціалізованими фірмами.
13. Розробка альтернативних проєктів бізнес-планів.
14. Зовнішня і внутрішня функції бізнес-плану.
15. Особливості бізнес-планування на виробничому підприємстві (фірмі).
16. Найбільш поширені типи бізнес-планів на виробничому підприємстві (фірмі).
17. Оформлення і стиль викладу матеріалу бізнес-плану.
18. Основні правила складання й оформлення бізнес-плану.
19. Правила технічного оформлення бізнес-плану.
20. Правила нумерації складових частин бізнес-плану.
21. Підготовчі етапи, що передують складанню бізнес-плану.
22. Особливості використання і складання стислих бізнес-планів.
23. Призначення повних бізнес-планів.
24. Особливості використання і складання операційних бізнес-планів.

25. Опрацювання структури бізнес-плану.
26. Основні розділи бізнес-плану виробничого підприємства.
27. Відомості, які повинен містити титульний аркуш бізнес-плану.
28. Необхідність складання меморандуму конфіденційності.
29. Аспекти господарської діяльності, які викладають у резюме.
30. Визначення місії діяльності підприємства.
31. Вихідна база розробки місії.
32. Основні цілі формування місії підприємства.
33. Класифікаційні групи, за якими визначають цілі діяльності підприємства.
34. Головні цілі діяльності виробничого підприємства.
35. Вимоги, що пред'являються до цілей діяльності виробничого підприємства.
36. Форми складання резюме.
37. Мета укладання розділу «Характеристика підприємства».
38. Особливості укладання розділу для зовнішнього і внутрішнього використання бізнес-плану.
39. Історична довідка про підприємство.
40. Характеристика складу засновників.
41. Участь у спільній діяльності.
42. Особливості відображення організаційної структури підприємства.
43. Планування структури управління та кадрового складу.
44. Головні питання, які розглядають при характеристиці галузі.
45. Особливості характеристики галузі для підприємств з різним рівнем концентрації виробництва.
46. Відображення у розділі основних досягнутих і запланованих показників виробничо-фінансової діяльності підприємства.
47. Планування впровадження досягнень науково-технічного прогресу.
48. Особливості використання продукції у різних галузях матеріального виробництва.
49. Розрахунок обсягів ринкового продажу продукції.
50. Особливості складання балансів за різними видами продукції тваринництва.
51. План надходження і використання різних видів продукції рослинництва.

52. Планування ринку послуг.
53. Планування обсягів закупівлі та реалізації основних засобів та матеріальних ресурсів.
54. Що являє собою план маркетингу виробничого підприємства?
55. Основні функції маркетингу на підприємстві.
56. Основні принципи маркетингу.
57. Формулювання цілей маркетингової діяльності на підприємстві.
58. План реалізації (продажу).
59. Критерії прогнозування обсягів реалізації продукції на підприємстві.
60. Статистичний проноз у плануванні продажів.
61. Особливості застосування методу експертних оцінок при плануванні обсягів реалізації продукції підприємства.
62. Етапи складання прогнозів за методом експертних оцінок.
63. Доцільність застосування методу визначення точки беззбитковості.
64. Використання бенчмаркінгу у прогнозуванні обсягів реалізації.
65. Фактори, які необхідно враховувати при прогнозуванні обсягів реалізації продукції підприємством.
66. Опрацювання альтернативних сценаріїв розвитку подій при прогнозуванні.
67. Розробка планів реалізації продукції.
68. Параметри плану реалізації продукції.
69. Стратегія і цілі маркетингової політики підприємства.
70. Товарна політика підприємства.
71. Ціни і політика ціноутворення.
72. Фактори, що впливають на формування цін реалізації продукції підприємства.
73. Стратегія проникнення на ринок.
74. Стратегія «зняття вершків».
75. Стратегія цінових ліній (стратегія параметричного ціноутворення).
76. Стратегія преміальних цін (або знижок з цін).
77. Стратегія «опортуністичного ціноутворення».
78. Методологія розрахунку ціни пропозиції.

79. Збутова політика підприємства.
80. Канали реалізації продукції підприємства.
81. Доцільність залучення посередників.
82. Обґрунтування організації власної (фірмової) торгівельної мережі.
83. Основні функції реклами.
84. Вимоги, що пред'являються до реклами.
85. Формування бюджету рекламної кампанії.
86. Обґрунтування бюджету маркетингу.
87. Контроль за ходом виконання плану маркетингу.
88. Основні причини невиконання плану маркетингу на підприємстві.
89. Основні завдання служби маркетингу (маркетолога) на підприємстві.
90. Особливості оформлення плану маркетингу.
91. Основні складові плану виробництва бізнес-плану сільськогосподарського підприємства.
92. Особливості сільського господарства як об'єкта бізнес-планування.
93. Проектування технологій виробництва сільськогосподарської продукції.
94. Складання виробничої програми тваринництва.
95. Природні та організаційно-економічні умови відтворення стада як основа бізнес-планування тваринництва.
96. Послідовність складання виробничої програми по рослинництву.
97. Програмування ресурсної урожайності сільськогосподарських культур.
98. Послідовність розрахунку посівних площ сільськогосподарських культур.
99. Планування потреби у насіннєвому матеріалі.
100. Планування потреби в органічних і мінеральних добривах.
101. Планування потреби у хімічних засобах захисту рослин.
102. План виробництва промислової продукції.
103. Розрахунок потреби в окремих видах сільськогосподарської техніки.
104. Планування амортизаційних відрахувань.

105. Планування витрат на ремонти і технічне обслуговування сільськогосподарської техніки.
106. Особливості опрацювання організаційної структури сільськогосподарського підприємства.
107. Фактори, що впливають на формування організаційної структури сільськогосподарського підприємства.
108. Класифікація та економічний зміст галузей сільськогосподарського підприємства.
109. Принципи спеціалізації та оптимального сполучення галузей.
110. Типи організаційних структур сільськогосподарського підприємства.
111. Принципи побудови структури управління сільськогосподарського підприємства.
112. Категорії працівників сільськогосподарського підприємства.
113. Планування фонду робочого часу працівників.
114. Загальні принципи планування кількості працівників і фонду заробітної плати.
115. Організація оплати праці у рослинництві.
116. Тарифна система оплати праці.
117. Організація оплати праці у тваринництві.
118. Організація оплати праці у підсобних промислових виробництвах (цехах), допоміжних та обслуговуючих підрозділах.
119. Планування підготовки кадрів і підвищення кваліфікації усіх категорій працівників.
120. Основні завдання складання фінансового плану бізнес-плану.
121. Основні принципи фінансового планування у сільськогосподарському підприємстві.
122. Складові частини фінансового плану.
123. Розрахунок надходжень грошових коштів і результатів від реалізації продукції (робіт, послуг).
124. Складання циклограми реалізації продукції (робіт, послуг).
125. Прогнозування цін на окремі види продукції (робіт, послуг) за окремими каналами реалізації.

126. Розрахунок загальних надходжень грошових коштів від реалізації продукції (робіт, послуг) за місяцями планового року та за рік у цілому.
127. Розрахунок прибутку, валового і чистого доходу.
128. Планування адміністративних витрат.
129. Планування витрат на збут.
130. Планування інших витрат операційної діяльності.
131. Планування фінансових витрат.
132. Планування витрат від участі у капіталі.
133. Планування інших витрат, що покриваються за рахунок прибутку.
134. Розподіл чистого доходу.
135. Нормування потреби в оборотних коштах і джерела їх покриття.
136. Інформаційне поле для розрахунку нормативів власних оборотних коштів.
137. Особливості нормування окремих видів виробничих запасів.
138. Джерела покриття нормативу оборотних коштів.
139. Розрахунок сталих пасивів, які спрямовують на покриття нормативу власних оборотних коштів.
140. Планування потреби у короткострокових кредитах.
141. Планування витрат на сплату відсотків за банківський кредит.
142. Баланс надходжень і витрат коштів.
143. Планування бюджетних асигнувань.
144. Планування операційних витрат.
145. Що таке інвестиції та інвестиційна діяльність?
146. Що може бути інвестиціями?
147. За рахунок чого може здійснюватися інвестиційна діяльність?
148. Планування капітальних вкладень.
149. Планування введення у дію потужностей.
150. Планування витрат на формування основного стада та джерела їх покриття.
151. Планування потреби у довгострокових кредитах.
152. Розрахунок витрат на оплату відсотків за банківський кредит.

153. Кредитори і терміни повернення довгострокових кредитів.
154. Що таке ризик?
155. Характерні елементи ризику.
156. Види ризику.
157. Причини виникнення фінансового ризику.
158. Форми податкового ризику.
159. Систематичні та несистематичні фінансові ризики.
160. Етапи управління ризиками на підприємстві.
161. Рівні ризику.
162. Договір страхування.
163. Правила укладання договору страхування.
164. Види добровільного страхування.
165. Об'єкти страхування у сільськогосподарських підприємствах.
166. Що не підлягає страхуванню у сільськогосподарських підприємствах.
167. Страхування урожаю сільськогосподарських культур.
168. Програми страхування у тваринництві.

7. Методи контролю

Під час вибору критеріїв оцінки засвоєння здобувачем програми дисципліни враховується виконання програми і засвоєння матеріалу в частині лекційних і практичних занять, а також виконання передбаченої програмою самостійної роботи.

Усі види контролю (усне опитування, поточна перевірка індивідуальних завдань) тісно пов'язані та організуються так, щоб стимулювати ефективну самостійну роботу здобувачів і забезпечити об'єктивне оцінювання рівня їх знань.

Після закінчення вивчення курсу підсумковий контроль з дисципліни проводиться у формі екзамену і здобувач може набрати протягом семестру в точках контролю до 60 балів включно (табл. 5, 6).

5. Розподіл балів, які отримують здобувачі

Поточний контроль та самостійна робота	Всього балів
Тема 1. Мета і завдання вивчення дисципліни, дисципліни, методи і прийоми досліджень	4
Тема 2. Теоретичні основи бізнес-планування	4
Тема 3. Типи бізнес-планів та цілі їх розробки	4
Тема 4. Вимоги до оформлення бізнес-плану	4
Тема 5. Загальна структура бізнес-плану	4
Тема 6. Титульний аркуш, зміст і резюме	4
Тема 7. Характеристика підприємства	4
Тема 8. Ринкова діяльність	4
Тема 9. План маркетингу	4
Тема 10. План виробництва	4
Тема 11. Організаційний план	4
Тема 12. Фінансовий план	4
Тема 13. План інвестицій	4
Тема 14. Ризики і страхування	4
Тема 15. Заклучна частина бізнес-плану	4
За підсумками розділів	60
Екзамен	40
Загальна рейтингова оцінка	0-100

6. Шкала (національна та ECTS) оцінювання рівня знань і навичок

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для іспиту, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90-100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	незараховано з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	незараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Критерії оцінювання:

«Відмінно» (90-100 балів) – здобувач виявляє всебічні системні і глибокі знання програмного матеріалу, вільно оперує матеріалом, чітко володіє понятійним апаратом, уміє аналізувати і робити висновки;

«Дуже добре» (82-89 бали) – здобувач виявляє широкий професійний кругозір, уміння логічно мислити, виявляє достатньо системне і глибоке знання програмного матеріалу, чітко володіє понятійним апаратом, проте у відповідях допускаються окремі неточності, які не змінюють суті питання;

«Добре» (74-81 бали) – здобувач виявляє достатньо глибоке знання програмного матеріалу, володіє понятійним апаратом, вміє аргументувати свої відповіді, проте у відповідях допускаються неточності, які впливають на чіткість;

«Задовільно» (64-73 бали) – здобувач виявляє не достатньо глибоке знання програмного матеріалу, в основному володіє основним понятійним апаратом, але допускає принципові помилки;

«Достатньо» (60-63 бали) – здобувач виявляє слабкі знання, у відповідях не точно формулює причинно-наслідкові зв'язки між явищами і процесами, оперування фактами відбувається на рівні запам'ятовування, допускаються значні помилки;

«Незадовільно» (35-59 бали) – здобувач виявляє значні прогалини в знаннях основного програмного матеріалу, у володінні окремими поняттями, не знає більшої частини фактичного матеріалу, не вміє встановлювати причинно-наслідкові зв'язки між явищами і процесами, завчивши матеріал без його усвідомлення;

«Не зараховано» (0-34 бали) – здобувач не розуміє суті питань, виявляє прогалини в знаннях основного навчального матеріалу, допускає принципові помилки у виконанні передбачених програмою завдань, що свідчить про необхідність обов'язкового повторного вивчення дисципліни.

8. Навчально-методичні засоби вивчення дисципліни

1. Підручники, навчальні посібники, конспект лекцій, практикуми.
2. Бланк робочого зошиту.
3. Робоча програма навчальної дисципліни Бізнес-планування.
4. Пакет індивідуальних завдань з дисципліни.
5. Пакет аналітично-розрахункових задач з дисципліни «Бізнес-планування».
6. Методичні рекомендації до виконання та захисту кваліфікаційної роботи здобувачами першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 073 «Менеджмент».

Петров В.М. Бізнес-планування : конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної і заочної форм навчання за спеціальності 073 Менеджмент. Харків : ДБТУ, 2024. 181 с.

Петров В.М. Бізнес-планування : робочий зошит для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної і заочної форм навчання спеціальності 073 Менеджмент. Харків : ДБТУ, 2024. 51 с.

9. Список рекомендованої літератури

Основна

1. Агафонова Л. Підготовка бізнес-плану : практикум. Київ : Знання, 2009. 158 с.
2. Акулов М. Г. Робоча книга з бізнес планування : метод. рекомендації з написання і розробки бізнес-плану. Умань : Аналітик, 2003. 56 с.
3. Барроу К., Барроу П., Браун Р. Бізнес-план : практ. посіб. Київ : Знання, 2001. 285 с.
4. Бескровна Л.О. Бізнес-планування підприємства : навч. посіб. Одеса : ОНАЗ, 2012. 124 с.
5. Варналій З. С., Васильців Т. Г., Лупак Р. Л., Білик Р. Р. Бізнес-планування підприємницької діяльності : навч. посібник. Чернівці : Технодрук, 2019. 264 с.
6. Васильців Т. Г., Качмарик Я. Д., Блонська В. І., Лупак Р. Л. Бізнес-планування : навч. посібник. Київ : Знання, 2013. 173 с.
7. Гетало В.П., Гончаров Г.О., Колісник А.В.. Бізнес-планування : навч. посібник. Київ : Професіонал, 2008. 240 с.
8. Должанський І.З., Загорна Т.О. Бізнес-план: технологія розробки : навч. посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 384 с.
9. Дробот В.І., Мартьянов В.П., Соловійов М.Ф. Бізнес-план розвитку сільськогосподарського підприємства : навч. посібник. Київ : Мета, 2003. 336 с.
10. Ільчук М.М., Коновал І.А. Бізнес-планування підприємницької діяльності в АПК : навч. посібник. Київ : НІЧЛАВА, 2013. 275 с.
11. Козловський В.О., Лесько О.Й. Бізнес-планування : навч. посібник. Вид. 2-е, доповн. та переробл. Вінниця : УНІВЕРСУМ, 2008. 241 с.
12. Колонтаєвський О.П., Самойленко І.О. Бізнес-планування : конспект лекцій. Харків : ХНАМС, 2007. 137 с.
13. Кривонос А.О. Бізнес-планування на підприємстві : навч. посібник. Київ : МАУП, 2015. – 160 с.
14. Кучеренко В.Р., Карпов В.А., Маркітан О.С.. Бізнес-планування фірми : навч. посібник. Київ : Знання, 2006. 423 с.
15. Мазнев Г.Є., Красноруцький О.О., Ніценко В.С. Бізнес-планування в аграрних формуваннях : навч. посібник. Одеса : ЛЕРАДРУК, 2012. 250 с.

16. Макаренко С.М., Олійник Н.М. Бізнес-планування : навч.-метод. посіб. Херсон : ВКФ СТАР ЛТД, 2017. 224 с.
17. Македон В.В. Бізнес-планування : навч. посіб. Київ : Центр учб. літ., 2009. 236 с.
18. Покропивний С.Ф., Соболев С.М., Швиданенко Г.О., Дерев'яно О.Г. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування: навч. посібник. Вид. 2-ге, доп. Київ : КНЕУ, 2002. 379 с.
19. Попов В.М. Збірник бізнес-планів з коментарями і рекомендаціями. Київ : Центр учб. літ., 2003. 317 с.
20. Скворцов М.Н. Бізнес-план підприємства : вироб.-практ. вид. Київ : Вища школа, 1995. 189 с.
21. Тарасюк Г.М. Бізнес-план: розробка, обґрунтування та аналіз : навч. посіб. Київ : Каравела, 2006. 280 с.
22. Телетов О.С. Бізнес-план : навч. посіб. Суми : СумДУ, 2005. 104 с.
23. Як підготувати успішний бізнес-план. Київ, 1994. 106 с.

Додаткова

1. Конституція України: станом на 01 січня 2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр#Text>.
2. Господарський кодекс України: станом на 16 липня 2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>.
3. Цивільний кодекс України: станом на 16 липня 2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>.
4. Про державне прогнозування та розроблення програм економічного і соціального розвитку України: Закон України станом на 02 грудня 2012 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1602-14#Text>.
5. Про інвестиційну діяльність: Закон України станом на 20 жовтня 2019 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12#Text>.
6. Про підприємництво: Закон України станом на 29 січня 2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12#Text>.

Інформаційні ресурси

Поточна інформація з всесвітньої мережі Інтернет з питань техніко-технологічного та ресурсного забезпечення виробничої діяльності суб'єктів господарювання, формування ринків продукції і матеріально-технічних ресурсів тощо.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
1. Мета і завдання вивчення дисципліни.....	6
2. Структура навчальної дисципліни.....	9
3. Програма навчальної дисципліни.....	10
4. Методи навчання.....	22
5. Індивідуальне завдання.....	23
6. Питання для підсумкового контролю знань, що охоплюють зміст робочої програми дисципліни.....	24
7. Методи контролю.....	31
8. Навчально-методичні засоби вивчення дисципліни.....	33
9. Список рекомендованої літератури.....	34

Навчальне видання

БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ

Методичні вказівки до проведення практичних занять
та самостійної роботи

Укладач:

ПЕТРОВ Вадим Миколайович

Формат 60×84/16. Гарнітура Times New Roman
Папір для цифрового друку. Друк ризографічний.

Ум. друк. арк. 2,1.

Наклад ____ .

Державний біотехнологічний університет
61002, м. Харків, вул. Алчевських, 44