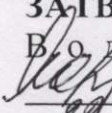


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВІДОКРЕМЛЕНИЙ СТРУКТУРНИЙ ПІДРОЗДІЛ
«ФАХОВИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ КОЛЕДЖ
КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
імені ВАДИМА ГЕТЬМАНА»

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. директора коледжу

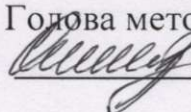
 Валентина МАРУШЕВСЬКА

«22» 09 2025 р.

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
щодо виконання тренінг-практики

«Відкрий власну справу»

для здобувачів освіти
освітньо-професійного ступеня фаховий молодший бакалавр
спеціальності 081 «Право»
освітньо-професійної програми «Правознавство»

Розглянуто та схвалено
на засіданні методичної ради коледжу
Протокол № 1 від «22» 09 2025 р.
Голова методичної ради
 Оксана ВОЛИНЕЦЬ

Київ - 2025

АНОТАЦІЯ

ТРЕНІНГ-ПРАКТИКИ «ВІДКРИЙ ВЛАСНУ СПРАВУ»

рекомендована для здобувачів освіти освітньо-професійного ступеня фаховий молодший бакалавр

Мета тренінг-практики – формування у здобувачів освіти практичних компетенцій, майбутнім підприємцям, які дозволяють сформувати вміння та навички планування і створення власного бізнесу, а також підняття у слухачів підприємницького духу, формування сучасного економічного мислення і системи спеціальних економічних знань, з метою формування навичок для відкриття власного бізнесу, прогнозування і планування економічних показників, розробки економічної стратегії розвитку з урахуванням соціально-економічних аспектів підвищення ефективності діяльності підприємства.

Міждисциплінарні зв'язки: визначаються особливостями підготовки фахового молодшого бакалавра.

Для проведення такої практики після вивчення суміжних дисциплін таких як Основи економічної науки, Фінансова грамотність, Основи правознавства, Трудове право, Підприємство і підприємницька діяльність інших, необхідні знання:

- базових категорій та новітніх теорій, концепцій, технологій і методів у сфері бізнесу;
- сутності, принципів здійснення, форм, типів і моделей бізнесу;
- досвіду створення бізнесу в розвинених ринкових країнах;
- чинних законів та нормативних актів України щодо правових основ здійснення підприємницької діяльності;
- особливостей організації підприємницької діяльності;
- порядку формування інвестиційних програм підприємств;
- сутності та складових формування бізнес-плану;
- технологій попередження та усунення бізнес-конфліктів;
- сучасних методичних підходів щодо оцінювання доцільності реалізації бізнес-проектів;
- сучасних джерел економічної, соціальної, управлінської, облікової інформації для складання службових документів та аналітичних звітів.

Основні завдання бізнес - практики «Відкрий власну справу» інтегрувати практичні аспекти таких дисциплін з метою їх впровадження в практичну діяльність при формуванні бізнес-плану суб'єкту господарювання.

Після проведення тренінг-практики «Відкрий власну справу»

- **студенти будуть вміти:**
 - здійснювати пошук та обґрунтування бізнес-ідеї;
 - обґрунтовувати цілі бізнесу та стратегії їх розвитку;
 - застосовувати в практичній діяльності законодавчо-правову базу, що регулює господарчу діяльність та розробляти установчі документи та бізнес-дизайн ;
 - вибирати стратегію розвитку змодельованої фірми; вид діяльності; організаційно-правову форму, ринки збуту;
 - оптимізувати бізнес-план на підприємстві;
 - оцінювати результати господарської діяльності підприємства;
 - управляти процесом формування й оцінки планових показників діяльності суб'єкта господарювання;
 - розраховувати показники бізнес плану та оформляти проекти його розділів;
 - розв'язувати цивілізованими способами бізнес-конфлікти на підприємстві;
 - оцінювати інвестиційну привабливість та ділову репутацію суб'єктів підприємництва;
 - самостійно використовувати аналітичний та методичний інструментарій для обґрунтування ефективних управлінських рішень та приймання адекватних рішень щодо підвищення ефективності підприємницької діяльності.
- **у студентів будуть сформовані уміння щодо командної роботи, а саме:**
 - донесення інформації, ідей, проблем, рішень, власного досвіду та аргументації;

– здатність працювати в команді - брати на себе відповідальність задля досягнення поставленої мети, спілкування з професійних питань усно та письмово з учасниками економічних відносин щодо забезпечення функціонування та розвитку підприємства;

– здатність розробляти пропозиції щодо усунення виявлених недоліків, помилок.

• **будуть сформовані підприємницькі компетенції:**

загальні:

– здатність до самоосвіти, самовдосконалення і самореалізації;

– мотивована здатність до реалізації нових ідей, до творчого пошуку;

– вміння реалізовувати знання, застосовувати досвід, волю, емоційний стан для вирішення проблем при конкретних обставинах;

– теоретичні розуміння сутності підприємницької діяльності;

– уміння вирішувати різноманітні проблеми у повсякденній професійній діяльності;

– уміння оцінювати особистісні та професійні можливості.

професійні:

– здатність організовувати власну трудову і підприємницьку діяльність та працю колективу, орієнтуватись в нормах і етиці трудових відносин;

– уміння співвідносити власні економічні інтереси з наявними матеріальними, трудовими і природними ресурсами;

– уміння своєчасно адаптуватись до нових потреб ринку;

– складати, здійснювати і оцінювати бізнес-проекти, розробляти прості моделі дій та прийняття економічно і екологічно обґрунтованих рішень;

– презентувати та поширювати інформацію про результати власної економічної діяльності та діяльності колективу.

Рекомендована література:

1. Курс дистанційного навчання «Створення власного бізнесу», 2018 р. (EMBE36049U_DIST) <http://193.110.163.11/moodle/course/view.php?id=730>

2. Створення власного бізнесу: навч. посіб. / [А. М. Колот та ін.]; за заг. ред.: А. М. Колота, Г. О. Швиданенко. - Київ: КНЕУ, 2017. - 312 с.

3. Створення власного бізнесу: практикум / А. М. Колот [та ін.]; за заг. ред.: А. М. Колота, Г. О. Швиданенко. - Київ: КНЕУ, 2016. - 328 с.

4. Підприємницька освіта як ключ успіху: серія дидактичних матеріалів з підприємницької освіти в закладах професійної освіти України.

5. Проект ЄС TEMPUS “Набуття професійних та підприємницьких навичок шляхом виховання підприємницького духу та консультацій підприємців-початківців”

Короткий опис самостійного складання бізнес-плану

(для попереднього ознайомлення здобувачем освіти)

Початкова частина бізнес-плану

У початковій частині бізнес плану потрібно описати загальну ідею проекту, а також викласти коротке резюме самої ідеї бізнесу. Резюме - знаходиться в початковій частині, при цьому складається в кінці, після складання всіх частин. Так роблять для правильного сприйняття інформації, коли бізнес-план вже готовий. В резюме обов'язково потрібно відповісти на наступні питання:

1. Скільки потрібно коштів для організації бізнесу;
2. Яка форма реєстрації буде у бізнесу;
3. Які товари буде продавати підприємство або які послуги воно буде надавати;
4. Портрет клієнта - яка буде цільова аудиторія;
5. Плановані джерела фінансування;
6. Кількість найманого персоналу і його кваліфікація;
7. Плановані обсяги продажів за конкретний проміжок часу.

Резюме пишеться коротко, щоб надати загальну картину бізнесу та добре допоможе зрозуміти всю суть вашого майбутнього підприємства.

Резюме можна складати тезово, тому що інші частини бізнес-плану вже більш широко обґрунтовують ці тези.

В описі ідеї проекту, яка пишеться в першу чергу потрібно відповісти на питання:

1. Головна мета проекту (не варто ставити за мету отримання прибутку, це і так ясно. Головна мета це плановані обсяги продажів або виробництва);
2. Що необхідно зробити, щоб б досягти заданої мети;
3. Які чинники завадять досягти мети, які навпаки - допоможуть (тут також можна писати про можливі рішення проблем).

Після складання ідеї проекту, потрібно зробити аналіз слабких і сильних сторін.

Маркетингова частина бізнес-плану

У цій частині бізнес-плану ви повинні описати товари або послуги. Спрогнозувати продаж, зробити огляд конкурентів, а також вивчити ринок збуту. На практиці дана частина бізнес плану найбільш складна при самостійному складанні і лякає більшість бізнесменів-початківців. Але лякатися звичайно ж не варто, краще добре подумати.

У маркетинговій частині бізнес-плану потрібно почати з опису товарів або послуг.

Опис товарів або послуг:

1. Які послуги або товари ви будете пропонувати клієнтам;
2. Яку користь надають ці послуги або товари;
3. Яка сфера застосування у товарів або послуг;
4. Чому клієнт повинен прийти саме до вас;
5. Які недоліки є у ваших товарів або послуг, чим вони гірші за аналогічних товарів або послуг у конкурентів і як це компенсувати.

Це допомагає визначити слабкі і сильні сторони послуг або товарів і розробити стратегію їх просування на ринку.

Ринок збуту описаний в бізнес плані

У цій частині ви визначаєте цільову аудиторію. Це необхідно, хоча і не для всіх видів бізнесу. Наприклад, звичайному шиномонтажу це практично не потрібно, а ось станції техобслуговування - необхідно, так як у випадку з шиномонтажом рівень цін приблизно однаковий, як і надання послуги, а у випадку з СТО вже є необхідність орієнтуватися на аудиторію певної платоспроможності. Також не має сенсу відкривати ресторан з «елітними» цінами в районі, де проживають люди, яким це просто не по кишені.

Це складна частина бізнес плану, адже тут не тільки визначається цільова аудиторія, а й досконально розраховується потенційний обсяг ринку.

Аналіз конкурентів в бізнес-плані

Який би бізнес ви не відкрили - у вас будуть конкуренти. Конкуренція це найгірше для бізнесу (але зате дуже добре для споживача), але конкуренція буде обов'язково. Дуже часто успіх бізнесу залежить виключно від успіху боротьби з конкурентами. Питання, на які потрібно відповісти при аналізі конкурентів це:

1. Скільки у вас конкурентів на ринку;
2. У чому переваги і недоліки їх продукції;
3. Який у них рівень цін і яке у них співвідношення з якістю продукції;
4. Які у конкурентів методи для просування бізнесу;
5. Які у них можливості для подальшого розвитку або вони досягли свого максимуму;
6. Які у ваших товарів або послуг конкурентні переваги або недоліки.

Це вкрай важлива частина бізнес-плану, до речі, саме при складанні цієї частини багато хто відмовляється від ідеї бізнесу. Жорстка конкуренція лякає багатьох. А хто казав, що буде легко?

Прогнозування продажів в бізнес плані

Необхідно скласти прогноз продажів за усіма видами продукції і її асортиментом, послугами. Прогноз, як правило, складають на цілий рік, намагаючись враховувати всі фактори. Прогноз продажів складається після вивчення ринку збуту і буде дуже добре, якщо в результаті збудеться реалістичний прогноз.

План маркетингу в бізнес плані

Після написання всіх попередніх частин саме час розробляти маркетинг. Тут потрібно скласти список дій для просування на ринку товару або послуги. Необхідно розробити рекламну кампанію, виділити найефективніші майданчики з метою оптимізувати витрати на рекламу.

Обґрунтування ресурсів - заключна частина бізнес-плану

У цій частині бізнес-плану ви будете планувати ресурси, які можуть знадобитися. Саме тут потрібно запланувати витрати на обладнання, виробничі площі, витрати на персонал і т.д. Питання, на які потрібно відповісти:

1. Розташування підприємства (для деяких видів бізнесу це ключовий момент);
2. Режим роботи підприємства;
3. Чи всі виробничі потужності доступні;
4. З якими підприємствами доведеться співпрацювати (постачальники і т.д.);
5. Капітальні витрати на організацію бізнесу.

Пояснимо кожен пункт докладно, так як це необхідно.

Те, де підприємство розташовується, має важливе значення для багатьох видів бізнесу. Це не тільки магазини або ресторани, а й виробничі підприємства, для яких вкрай важлива близькість до інфраструктури (наприклад, електроенергія, транспортні магістралі).

Режим роботи підприємства може бути різний, що також накладає певні вимоги до фінансових витрат. Доступність виробничих потужностей також важлива, сюди можна віднести і покупку необхідних ресурсів. Співпраця з іншими підприємствами також має на увазі ґрунтовний підхід, адже що вже приховувати, не всі постачальники надійні.

Під капітальними витратами потрібно розуміти витрати на оренду або купівлю приміщення, створення інфраструктури і т.д.

Амортизаційні витрати згідно бізнес плану

Багато хто не враховують амортизаційні витрати, а даремно. Амортизаційні витрати це витрати, які йдуть на підтримку матеріальних або нематеріальних активів в належному стані. Як приклад можна привести техобслуговування автомобілів. Амортизаційні витрати додаються до вартості товару або послуги, тобто, за великим рахунком їх оплачує споживач

Витрати на персонал - розрахунки в бізнес плані

Потрібно усвідомлювати, що кваліфікований персонал це головний капітал багатьох видів бізнесу. У частині бізнес-плану, яка присвячена витрат на персонал потрібно описати:

1. Кількість працівників, які будуть потрібні;
2. Яким вони повинні володіти досвідом або освітою;
3. Якими методами ви будете їх шукати;
4. Який планується режим роботи персоналу;
5. Планована система оплати праці;
6. Системи винагороди за працю.

Тут же враховуються і інші пов'язані з витратами на персонал витрати - соціальні відрахування, робочий одяг, навчання, необхідність транспортування до місця роботи і т.д.

Витрати які враховує бізнес план

У цьому розділі бізнес-плану потрібно створити таблицю, куди вносяться всі витрати. Витрати вносяться реальні, які можна спланувати. Це допоможе намітити орієнтир, за допомогою якого буде легко контролювати всі витрати. На практиці дуже багато підприємств закривається через те, що не контролюють свої витрати належним чином і не вміють їх планувати. І часто у нових підприємств просто не виявляється коштів на необхідні витрати.

План реалізації прописаний в бізнес плані

Тут складається календар, який можна назвати покроковою інструкцією. Тут позначають всі заходи, які необхідні для реалізації проекту. Продуманий план реалізації дозволяє підрахувати кількість часу, необхідного для створення бізнесу. На практиці план реалізації дуже допомагає в створенні бізнесу.

Для кожного виду бізнесу потрібен свій бізнес-план. Для ознайомлення дано загальний опис як самостійно розробити бізнес-план.

Складання бізнес-плану нітрохи не складніше ведення бізнесу, при цьому на його розробку витрати можуть і не знадобитися, якщо робити все самостійно, зате можна оцінити свої сили і можливості.

Бажаємо вам самостійно і вдало розробити бізнес - план і домогтися згодом - процвітання вашого власного бізнесу!

ДОТРИМАННЯ АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Дотримання академічної доброчесності здобувачами фахової передвищої освіти:

- самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їх індивідуальних потреб і можливостей);
- посилення на джерела інформації в разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;
 - дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права;
 - надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

Порушенням академічної доброчесності учасниками освітнього процесу є:

- академічний плагіат - оприлюднення (частково або повністю) наукових (творчих) результатів, отриманих іншими особами, як результатів власного дослідження (творчості) та/або відтворення опублікованих текстів (оприлюднених творів мистецтва) інших авторів без зазначення авторства;
 - самоплагіат - оприлюднення (частково або повністю) власних, раніше опублікованих наукових результатів як нових наукових результатів;
 - фабрикація - вигадкування даних чи фактів, що використовують в освітньому процесі або наукових дослідженнях;
 - фальсифікація - свідомо зміна чи модифікація вже наявних даних, що стосуються освітнього процесу чи наукових досліджень;
 - списування - виконання письмових робіт із залученням зовнішніх джерел інформації, крім дозволених для використання, зокрема під час оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти;
 - обман - надання завідомо неправдивої інформації щодо власної освітньої (наукової, творчої) діяльності чи організації освітнього процесу;
 - неправомірна вигода - грошові кошти або інше майно, переваги, пільги, послуги матеріального або нематеріального характеру, що їх обіцяють, пропонують, надають або одержують безоплатно чи за ціною, нижчою за мінімальну ринкову, без законних на те підстав, що призводить на необ'єктивності оцінювання;
 - хабарництво - надання (отримання) учасником освітнього процесу чи пропозиція щодо надання (отримання) коштів, майна, послуг, пільг чи будь-яких інших благ матеріального нематеріального характеру з метою отримання неправомірної переваги в освітньому процесі, яке призводить на необ'єктивності оцінювання;
 - необ'єктивне оцінювання - свідоме завищення або заниження оцінки результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Дотримання принципів академічної доброчесності здобувачами освіти регулюється Положенням про академічну доброчесність учасників освітнього процесу у ВСП «Фаховий економічний коледж Київського національного економічно університету імені Вадима Гетьмана», затверджене педагогічною радою коледжу 30.09.2022 р. (протокол № 1).

БІЗНЕС-ПЛАН ВЛАСНОЇ СПРАВИ

Структура бізнес-плану

Пропонуємо ознайомитися зі структурою бізнес плану за стандартами UNIDO (United Nations Industrial Development Organization) — підрозділом ООН, який направлений на боротьбу з бідністю шляхом підвищення продуктивності.

Титульний аркуш:

- назва проекту чи організації;
- дані керівника проекту;
- дата складання;
- сума інвестицій та кредитів тощо;
- інформація про розробника плану.

1. Порядок створення підприємства (фірми)*

- визначити місію створеного підприємства (фірми);
- дати характеристику підприємницької діяльності (сфери діяльності);
- вказати правову базу Вашої підприємницької діяльності (Господарський кодекс, закон України «Про власність», «Про господарські товариства», «Про селянське (фермерське) господарство» та інші);
- здійснити вибір найменування власного підприємства (фірми) (фірма повинна мати: назву, логотип, шапку для бланків листів, емблему на упаковці і ін.);
- вибрати і охарактеризувати організаційно-правову форму вашого підприємства (фірми);
- назвати партнерів вашого бізнесу, якщо такі будуть (склад власників власної фірми (підприємства), якщо потребує організаційно-правова форма Вашої фірми);
- визначити цілі підприємства;
- розкрити статус вашого бізнесу (створення нового підприємства), охарактеризувати організаційно-правову форму підприємства, фірми .
- скласти установчі документи власного підприємства , фірми та описати порядок їх підготовки до державної реєстрації;
- описати послідовність дій Ваших при реєстрації підприємства (фірми) (реєстрація в Єдиному державному реєстрі, взяття на облік у податковій службі, взяття на облік у пенсійному фонді, відкриття банківського рахунку, оформлення атрибутів діяльності суб'єкта підприємницької діяльності. процедура ліцензування або патентування, якщо така необхідна для Вашого виду діяльності)

**При розкритті кожного пункту розділу використовувати Закони України та нормативні документи, що регламентують таку діяльність (вказати назву нормативного документу, вказати статтю , чи розділ, пункт чи підпункт) та вказати підстави застосування такого документу.*

2. Резюме:

- головна ідея продукту та компанії в деталях;
- конкурентні переваги;
- організація виробництва;
- необхідний обсяг інвестицій;
- гарантії отримання прибутку та повернення інвестицій;
- запланована виручка від продажів за певний період;
- термін окупності;
- стратегія просування;
- кількість вкладених власних коштів;
- чи зареєстрована ТМ та інше.

Дивлячись на структуру цього пункту, Ви, певно, здогадалися, що Резюме пишеться в останню чергу. Але розташовувати його обов'язково потрібно на початку.

3. Опис галузі та компанії:

3.1. Місія і ціль компанії;

3.2. Характеристика продукції, що виготовляється підприємством чи послуг, що надаються:

- найменування продукції (послуг);
- призначення й сфера застосування продукції (послуг);
- короткий опис і основні характеристики;
- конкурентоспроможність продукції (послуги), за якими параметрами випереджає конкурентів за якими уступає їм;
 - ступінь готовності;
 - безпека і екологічність;
 - гарантії і сервіс;
 - експлуатація;
 - специфіка ринку – циклічність, сезонність і ін.
- місце розташування підприємства (коротко описати: адреса підприємства, характеристика будинку або приміщення, власність або оренда, необхідність реконструкції, чим гарне місце для Вашого бізнесу;
 - рівень захисту товару, тобто чи має підприємство патент, авторське право, зареєстровану торгову марку тощо.

3.3. Місце компанії на ринку (заплановане чи існуюче);

- розмір (потенціал) ринку товару (послуги) даного профілю;
- тенденції (зростання, стабілізація, звуження) характерні для ринку даного продукту (послуги) в останні роки;
- прогнози щодо майбутнього розвитку ринку;
- хто є споживачами (потенційними споживачами) продукції фірми;
- що є специфічним саме для ваших наявних або потенційних клієнтів (особливі потреби, пріоритети, звички, географічні, демографічні, соціально-економічні ознаки тощо);
- фактори що визначають конкурентоспроможність фірми на ринку даної групи товарів (послуг);
- найближчі конкуренти фірми (конкретні назви);
- сильні та слабкі сторони конкурентів;
- який рівень цін у конкурентів?

3.4. SWOT -аналіз підприємства (сильні та слабкі сторони, можливості для розвитку та загрози чи ризику).

| | |
|--------------------------|---|
| Strengths-переваги | Широкий асортимент товарів; Рівень якості продукції вище середнього; Розвинена бонусна система для постійних клієнтів. |
| Weakness-недоліки | Погана впізнаваність бренду; Брак власних коштів; Висока текучка кадрів. |
| Opportunities-можливості | Збільшення доходів населення в регіоні; Підвищення попиту на спортивні товари; Відсутність прямих конкурентів, які здійснюють діяльність онлайн; Поява нових постачальників з вигідними умовами. |
| Threats-загрози | Висока залежність від постачальників; Недолік кваліфікованих кадрів в регіоні (людей, які розбираються в технічних характеристиках спортивної продукції і модних трендах). |

- переваги вашої фірми перед конкурентами;
- зовнішні фактори (законодавчого, екологічного, санітарного та іншого характеру), які впливають або можуть впливати за певних обставин на бізнес фірми.

4. Маркетинг-план

4.1. Загальна маркетингова стратегія підприємства (фірми):

- на який з типів маркетингового підходу (масовий, концентрований, диференційований маркетинг) орієнтуються підприємство (фірма) і чому?
- яка стратегія збуту та розповсюдження продукції (послуг) фірми та як реалізовуватиметься продукція фірми: через власну службу збуту або за допомогою посередників?
- чому вибрано саме такі канали збуту? Якою буде їхня вартість?

4.2. Політика ціноутворення підприємства (фірми) при виготовленні продукції (товару):

В Україні діє ринкова модель гуртово-відпускної ціни промисловості на окремі види продукції, товарів чи послуг (Ц_{гв}):

$$Ц_{гв} = В + П + ПДВ,$$

де В – витрати підприємства на виробництво і реалізацію продукції (послуги);

П – запланований прибуток;

ПДВ – податок на додану вартість.

До складу роздрібною ціни (Ц_р), за якою товари реалізуються населенню, входить торговельна надбавка (ТН), яка повинна покривати витрати обігу, прибуток торговельного підприємства і податок на додану вартість, який воно сплачує до бюджету:

$$Ц_{р} = Ц_{гв} + ТН$$

Якщо крім торговельної надбавки буде застосовуватися і націнка (Н) на покриття додаткових витрат (наприклад, у підприємствах громадського харчування), то остання визначається за формулою:

$$Н = В + П + ПДВ - ТН,$$

де В – витрати підприємства;

П – прибуток підприємства;

ПДВ – податок на додану вартість у складі торговельної надбавки і націнки.

Роздрібна ціна (Ц_р) складатиме:

$$Ц_{р} = Ц_{гв} + ТН + Н$$

- Суттєво пов'язаними з ціновою стратегією є стратегія щодо якості товару і дизайнові стратегії, де вирішуються такі основні питання:
 - які характеристики якості товару є найпривабливішими для покупців;
 - чи є тенденції до змін привабливості товару;
 - як організоване дизайнове обслуговування нового товару;
 - чи передбачені спеціальні статті витрат на таке обслуговування.
- Наступний етап у стратегії маркетингу – розробка просування товару і, зокрема, реклама нових товарів і послуг, яка передбачає:
 - організацію реклами та розрахунок вартості цього заходу;
 - визначення виду реклами, якому слід віддати перевагу (інформаційний, спонукальний, нагадувальний).
- Конкретизуйте політику ціноутворення фірми:
 - як визначена на продукцію фірми ціна впливатиме на частку ринку фірми?
 - яка політика цінних знижок буде застосовуватись?

4.3. Ціноутворення підприємства (фірми) при наданні послуг:

Об'єктом визначення вартості послуг є види послуг, що надає фірма, підприємство. При визначенні вартості послуги використовуйте позамовний метод при якому складають калькуляцію на кожне окреме замовлення, або окремий контракт, договір.

При формуванні калькуляції необхідно вирахувати прямі на виготовлення окремих замовлень і непрямі, які розподіляють між такими замовленнями за встановленою базою розподілу (наприклад: заробітною платою за допомогою відповідного розрахованого проценту%).

Затверджую

(підпис)

(уповноважена особа)

« ___ »

20__ року

КАЛЬКУЛЯЦІЯ
вартості виконання робіт (послуг)

| № з/п | Показники | Витрати на одну калькуляційну одиницю, грн. | Примітка |
|-------|--|---|----------|
| 1. | Прямі витрати: | | |
| | витрати на оплату праці | | |
| | відрахування на соціальні заходи | | |
| 2. | Загальновиробничі витрати ___% від суми заробітної плати | | |
| 3. | Усього витрат (р. 1+р. 2) | | |
| 4. | Норма прибутку ___% від суми витрат (р.3) | | |
| 5. | Калькуляційна вартість (р.3+р.4) | | |

(підпис)

(виконавець)

4.4. Ціноутворення при наданні юридичних послуг:

У вартість послуг включаються всі стандартні витрати (оренда офісу, зарплата співробітників, телефонні переговори, витрати на збір, обробку, копіювання інформації, документів, транспортні витрати по місту та області і т.д)

1. Витрати на відрядження фахівців в інший регіон, якщо таке необхідно за родом послуги (наприклад, представництво в суді в іншому регіоні, участь в переговорах, супровід клієнта та проекту);

2. Витрати на сплату держмита, зборів, а також витрати на оплату послуг експертів (наприклад, у випадку проведення судових експертиз). Такі витрати найчастіше оплачуються самим клієнтом безпосередньо до бюджету або експертного органу, минаючи нас.

4.5. Рекламна діяльність підприємства (фірми) :

- які засади покладено в основу рекламної політики фірми?
- які засоби реклами передбачається використовувати в бізнесі фірми?
- яким засобом розповсюдження рекламної інформації буде віддано перевагу?
- скільки коштуватиме організація рекламної кампанії фірми?
- як ці витрати розподіляться за окремими видами реклами?
- які спеціальні послуги фірма запропонує споживачам? Скільки коштуватиме сервісне обслуговування?
- як змінюватимуться пріоритети маркетингової діяльності фірми в процесі її розвитку?

Необхідно визначити загальні витрати на рекламну діяльність підприємства (фірми) (Таблиця 1).

Таблиця 1

Бюджет витрат на рекламну діяльність підприємства (фірми)

| Види засобів розповсюдження реклами | Місяці | | | | | | | | | | | | Усього за рік, грн. | |
|-------------------------------------|--------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|---------------------|--|
| | 01 | 02 | 03 | 04 | 05 | 06 | 07 | 08 | 09 | 10 | 11 | 12 | | |
| | | | | | | | | | | | | | | |
| Всього: | | | | | | | | | | | | | | |

5. План виробництва (надання послуг)

План виробництва – це система завдань по випуску продукції (наданні послуг), певної номенклатури й асортименту, відповідної кількості та якості, в певні терміни з оптимальним виробничим циклом та яка повинна бути виготовлена і поставлена споживачеві чи надана споживачеві.

В складі виробничого плану мають бути такі блоки (підрозділи):

- опис виробничого процесу виробництва продукції (надання послуг);
- обґрунтування розміщення виробництва (виробничі і невиробничі приміщення);
- планові обсяги виробництва та асортимент продукції (різні види послуг);
- капітальні витрати (витрати на оренду чи придбання приміщень, машин та обладнання інструментів довгострокового використання);
- розрахунок суми амортизаційних відрахувань.
- сировина, матеріали й комплектуючі вироби;
- обґрунтування потужності підприємства (фірми). Виробнича програма обґрунтовується наявними виробничими ресурсами (виробничими фондами, трудовими і матеріальними ресурсами);
- вплив зовнішніх факторів на виробничий процес

5.1. Планові обсяги виробництва та асортимент продукції (різні види послуг) : визначити вартість виготовленої та проданої продукції та внести дані в **Таблицю 2**

Таблиця 2

Виробнича програма

| Найменування продукції (послуг) | План випуску (продажу або надання послуг), шт.* | | | Планова ціна за одиницю або планова вартість послуг, грн. | Вартість виготовленої (проданої) продукції або наданих послуг, тис. грн. | | |
|---------------------------------|---|---------|-----|---|--|---------|-----|
| | Місяць | Квартал | Рік | | Місяць | Квартал | Рік |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |

5.2. Основні фонди, які необхідні для виконання виробничого процесу (надання відповідних послуг) , це засоби праці, які функціонують у виробничому процесі тривалий час (понад один рік), не змінюючи при цьому своїх форм і розмірів, мають вартість, не меншу від встановленої державою межі, і переносять її на вартість готової продукції поступово, шляхом амортизаційних відрахувань.

У цьому розділі необхідно вказати основні виробничі фонди , які необхідні для виконання запланованого виробничого процесу виготовлення продукції, чи наданні відповідних послуг.

Приклад орієнтовного списку основних засобів, потрібних для здійснення технологічного процесу:

- Будівлі (власні чи орендовані) - офіси, корпуси цехів, адміністративно-господарські побудови, склади, кладові тощо.
- Споруди – інженерно-технічні об'єкти: нафтові і газові свердловини, насосні станції, тунелі, очисні споруди, мости, стволи шахт, водонапірні башти та ін.
- Передавальні пристрої – засоби, за допомогою яких передаються всі види енергії (електричної, механічної, теплової) від машин-двигунів до робочих машин: електромережі, водо-, газо-, нафтопроводи.

Машини і обладнання поділяються на:

- силові машини і обладнання (котли, дизелі);
- робочі машини і обладнання (верстати, преси, агрегати);
- вимірювальні та регулюючі прилади та пристрої.

У підрозділі необхідно здійснити розрахунки витрат, пов'язаних з придбанням або орендою (лізингом) основних фондів технологічного обладнання (Таблиця 3), а також внести інформацію щодо строків служби та амортизаційних відрахувань (Таблиця 4).

У разі потреби можна надати характеристику основних техніко-експлуатаційних показників устаткування.

Таблиця 3

Придбання основних засобів

| Найменування | Купівля або оренда | | Нове або вживане | Вартість, або орендна плата, грн. |
|----------------|--------------------|---|------------------|-----------------------------------|
| | Кількість, шт. | Ціна за одиницю, грн., або орендна плата, грн.. | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| Всього: | X | X | | |

Таблиця 4.

Амортизаційні відрахування

| Показники | Строк служби, місяці | Норма амортизації (в %) | Сума амортизаційних відрахувань по місяцях (грн.)* | | | | | | | | | | | | Сума річної амортизації, грн. | |
|---|----------------------|-------------------------|--|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-------------------------------|--|
| | | | 01 | 02 | 03 | 04 | 05 | 06 | 07 | 08 | 09 | 10 | 11 | 12 | | |
| | | | 1. Основні засоби та нематеріальні активи за проектом: | | | | | | | | | | | | | |
| в тому числі: | | | | | | | | | | | | | | | | |
| а) за бізнес-планом | | | | | | | | | | | | | | | | |
| будівлі та споруди | | | | | | | | | | | | | | | | |
| обладнання | | | | | | | | | | | | | | | | |
| нематеріальні активи | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2. Нарахована амортизація, всього | X | X | | | | | | | | | | | | | | |
| 3. Залишкова вартість ОЗ і нематеріальних активів | | | | | | | | | | | | | | | | |

*Місячну суму амортизації визначити шляхом ділення первісної вартості основних фондів на строк служби їх і на 12 місяців

5.3. «Сировина, матеріали й комплектуючі вироби» - це розділ у якому визначають придбання усіх видів матеріальних ресурсів, котрі будуть використані у виробничому процесі (Таблиця 5):

- конкретних постачальників сировини, й матеріалів;
- закупівельних цін на всі види матеріальних ресурсів;
- фінансових та інших умов постачання цих ресурсів фірмі;
- обсягів потрібних запасів сировини, матеріалів і комплектуючих виробів, а також відомості щодо особливих умов їх зберігання.

Таблиця 5

Потреба в сировині, матеріалах та комплектуючих виробах

| Найменування видів сировини, матеріалів та комплектуючі вироби | Постачальники і умови поставок | Одиниці виміру | Кількість. | Ціна за одиницю, грн. | Сума витрат, грн. |
|--|--------------------------------|----------------|------------|-----------------------|-------------------|
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| Всього: | | X | X | X | |

5.4. «Виробничі й невиробничі приміщення» - це розділ у якому викладають інформацію про потреби фірми в конкретних виробничих і невиробничих приміщеннях (включаючи адміністративні, складські, підсобні). Причому приміщення характеризуються щодо їх розмірів, територіального розміщення, забезпечення майданчиками для навантажувально-розвантажувальних робіт, транспортними засобами тощо.

Насамкінець у виробничому плані обов'язково визначається можливий вплив зовнішніх факторів на виробничо-господарську діяльність фірми.

До таких факторів належать:

- зміна цін на окремі види матеріальних ресурсів з ініціативи постачальників або під впливом економічної ситуації в країні;
- імовірність появи нових технологій виготовлення окремих видів продукції;
- юридичні обмеження стосовно виробничих процесів (санітарно-екологічні норми, вимоги до утилізації відходів виробництва, безпеки праці тощо).

Опишіть вплив зовнішніх факторів на виробничий процес:

- як буде організовано утилізацію відходів і дотримання санітарних вимог?
- в якій мірі виробничий процес на фірмі залежатиме від конкретних постачальників сировини та матеріалів?
- чи існують будь-які обмеження щодо придбання (орендування) приміщень, машин та устаткування, постачання сировини та матеріалів?

6. Організаційний план

- 6.1. Форма власності бізнесу (Організаційно-правова форма бізнесу);
- 6.2. Розташування підприємства - офіс, склад, виробництво, точки продажу;
- 6.3. Власники підприємства (фірми) і керівники та розподіл їх обов'язків;
- 6.4. Основний персонал підприємства (фірми);
- 6.5. Організаційна схема структури управління фірмою і розподіл обов'язків.

Якщо це корпорація, то необхідно навести короткі дані стосовно основних акціонерів і про те якою часткою вони володіють а також про тип кількості акцій.

Якщо це товариство, то необхідно описати партнерів і умови статутної угоди.

Визначити та внести інформацію в таблиці:

- якого профілю, з якою освітою і досвідом потрібні працівники для успішного ведення справи (Таблиця 6);
- які спеціалісти залучаються зі сторони для роботи як консультанти;

- розрахунок фонду оплати праці (Таблиця 7);
- хто входить до керівного складу підприємства, та який розподіл обов'язків між працівниками фірми (Таблиця 8).

Визначити форми оплати праці працівників і членів команди управлінців.

Таблиця 6

Потреба підприємства (фірми) в персоналі

| Посада | Освіта, спеціальність | Необхідна чисельність персоналу, осіб | Стаж роботи | Джерела покриття потреб у персонал і (штатний персонал, залучені зі сторони) |
|---------|-----------------------|---------------------------------------|-------------|--|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| Всього: | | | | |

Таблиця 7

Потреба у персоналі та розрахунок фонду оплати праці

| Назва стратегічного підрозділу, відділу; категорія персоналу; посада | Кількість працівників, осіб | Середньомісячна основна заробітна плата, грн | Додаткова заробітна плата, грн | Інші заохочувальні і компенсаційні виплати, грн | Нарахування на фондоплати праці, грн | Всього місячний фонд оплати праці, грн |
|--|-----------------------------|--|--------------------------------|---|--------------------------------------|--|
| 1. Керівники | | | | | | |
| 2. Робітники | | | | | | |
| 3. Фахівці | | | | | | |
| 4. Службовці | | | | | | |
| 5. Молодший обслуговуючий персонал | | | | | | |
| 6. Стажери | | | | | | |
| Всього: | | | | | | |

Таблиця 8.

Матриця управлінських здібностей

| Основні функції управління фірмою | Вказати назву посад, які будуть виконувати управлінські функції | Необхідна зовнішня допомога | Спосіб отримання зовнішньої допомоги | |
|------------------------------------|---|-----------------------------|---|-----------------------------------|
| | | | Підвищення кваліфікації персоналу фірми | Залучення зовнішніх консультантів |
| 1. Бухгалтерський облік | | | | |
| 2. Оподаткування | | | | |
| 3. Планування | | | | |
| 4. Організація виробничого процесу | | | | |
| 5. Управління фінансами | | | | |
| 6. Управління персоналом | | | | |
| 7. Збут | | | | |
| 8. Ціноутворення. | | | | |
| 9. Юридичні питання | | | | |
| 10. Страхування | | | | |

Загальна інформація щодо організаційного плану

| | |
|--|--|
| Організаційно-правова форма бізнесу | |
| Статутний капітал | |
| Склад організації | |
| Форма власності | |
| Директор, або члени ради директорів, короткі біографічні довідки | |
| Право підпису фінансових документів - першого - другого | |
| Розподіл обов'язків між членами керівного складу | |

7. ФІНАНСОВИЙ ПЛАН

7.1. Фінансовий план – це кількісне вираження маркетингових і виробничих планів, який допоможе переконатися, наскільки ваш маркетинговий план відповідає виробничому і допоможе вам керувати бізнесом. Саме на основі даних фінансового плану підприємець, а також його інвестори і кредиторі, одержують відомості про дохідність запропонованих інвестицій, потребу у матеріальних і фінансових ресурсах, джерела їх надходження і витрат.

Підприємцю фінансовий план має чітко показати:

- звітність і коли фірма може одержувати гроші;
- на що і коли ці гроші витратяться фірмою;
- яким буде фінансовий стан фірми в кінці року.

Планування фінансового стану фірми в бізнес - плані потрібно розпочати зі складання прогнозних фінансових звітів.

Фінансовий план має містити наступні основні підрозділи:

1. План доходів та видатків (прибутків і збитків);
2. План руху грошових коштів (готівки);
3. Плановий баланс;
4. Фінансові показники.

7.2. План доходів і видатків (Таблиця 10), має характеризувати загальні суми прогнозованих доходів підприємства (фірми) від започаткованої бізнесової діяльності та її витрат за певний (у більшості випадків — трирічний) період а ви розраховуєте на один рік. Він має складатися за стандартною формою і містити такі розрахункові показники:

- виручка (дохід) від реалізації продукції (без ПДВ);
- витрати на виробництво. Розраховуються прямі і операційні витрати на виробництво та реалізацію (надання послуг)

Прямі витрати включають:

- 1) прямі матеріальні витрати – це вартість сировини, матеріалів, комплектувальних виробів та інші змінні витрати, пов'язані з виготовленням продукції (надання послуг);
- 2) прямі затрати праці, включають основну і додаткову заробітну плату та інші виплати основному виробничому персоналу (робітникам, зайнятих у виробництві продукції і виконують виробничий процес).

Операційні витрати та інші (накладні витрати) – це всі інші витрати, які необхідні для забезпечення нормальної діяльності фірми підприємства.

Вони включають:

- заробітну плату адміністративно-управлінського, допоміжного та обслуговуючого персоналу фірми;
- витрати на загальнообов'язкове державне соціальне страхування цих категорій персоналу;
- додаткові виплати, які передбачені колективним договором (дотації на харчування, медичне

- обслуговування тощо);
- витрати на службові відрядження;
 - рентні платежі;
 - платежі на комунальні послуги (освітлення, водопостачання, водовідведення та інші);
 - витрати на оренду виробничих приміщень;
 - витрати на відрядження;
 - витрати на рекламу;
 - страхові платежі;
 - витрати на утримання і експлуатацію та ремонт основних засобів 17агально виробничого призначення;
 - амортизаційні відрахування;
 - інші операційні витрати.

7.3. План доходів Які спеціальні послуги фірма запропонує споживачам? Скільки коштуватиме сервісне обслуговування?

- як змінюватимуться пріоритети маркетингової діяльності фірми в процесі її розвитку?
- які спеціальні послуги фірма запропонує споживачам? Скільки коштуватиме сервісне обслуговування?

Таблиця 10

План доходів та видатків (тис. грн.)

| № п/п | Показники | Місяці | | | | |
|-------|---|--------|-------|----------|-----------------|-----|
| | | січень | лютий | березень | Всього, квартал | ... |
| 1. | Виручка (дохід) від реалізації продукції, послуг(без ПДВ і акцизного податку) | | | | | |
| 2. | Змінні витрати | | | | | |
| 3. | Маржинальний прибуток (валовий прибуток) | | | | | |
| 4. | Умовно-постійні витрати (накладні витрати) | | | | | |
| 5. | Прибуток до оподаткування | | | | | |
| 6. | Податок на прибуток (або сума єдиного податку) | | | | | |
| 7. | Чистий прибуток | | | | | |

7.4. Маржинальний прибуток – різниця між виручкою від реалізації (без урахування ПДВ і акцизів) та змінними витратами;

▪ умовно-постійні витрати (накладні витрати), зокрема: заробітна плата адміністративного персоналу, нарахування на заробітну плату, рентні платежі, комунальні послуги, витрати на утримання офісу й відрядження, реклама, послуги зовнішніх консультантів;

- прибуток до оподаткування;
- податок на прибуток;
- чистий прибуток.

В плані необхідно подати структуру доходів і видатків (у процентах до загального обсягу продажу товарів), а фінансові показники навести в помісячному й поквартальному розрізі відповідно для першого року нової бізнесової діяльності та інших двох років.

У процесі розробки підрозділу фінансового плану «План доходів і видатків» необхідно спрогнозувати майбутні обсяги продажу товарів з помісячним розподілом для першого року і поквартальним — для другого й третього років нової бізнесової діяльності. Майбутній обсяг продажу має бути прогнозованим окремо по кожному виробу та по всій сукупності таких на основі продажної ціни за одиницю й кількості проданих товарів у фізичних одиницях або наданих послуг. При цьому необхідно давати чітке пояснення припущень, які обґрунтовують прогнозування обсягів продажу продукції.

У цьому підрозділі фінансового плану мають бути здійснений розрахунок *точки беззбитковості* виробництва та реалізації продукції майбутнього бізнесу.

7.5. Прогноз руху грошових коштів показує передбачувані джерела й напрямки використання коштів за певний період. Під терміном «кошти» розуміють як безпосередньо гроші в касі і на розрахунковому рахунку підприємства, так і грошові еквіваленти (цінні папери).

При розрахунку прогнозу руху грошових коштів враховуються передбачувані результати виробничої діяльності (чистий прибуток, амортизація, різниця дебіторської та кредиторської заборгованості, прибуток від інвестиційної діяльності, придбання основних засобів) і фінансової діяльності (одержання кредиту і його обслуговування).

Особливо варто зупинитися на прогнозі результатів виробничої діяльності (без обліку кредиторської, дебіторської заборгованості й т.п.). Звичайно в економічній літературі (у тому числі навчальній) передбачається розраховувати *готівку на кінець планового періоду за формулою*:

$$Г_{кр} = Г_{пр} + НГ - ВГ,$$

де $Г_{кр}$ – готівка на кінець планового періоду;

$Г_{пр}$ – готівка на початок планового періоду;

НГ – надходження готівки;

ВГ – відтік готівки.

Причому надходження готівки – це практично виручка від реалізації продукції й послуг без ПДВ і акцизів, а відтік готівки – це собівартість реалізованої продукції (за мінусом амортизації).

Розрахунок прогнозу готівки на кінець періоду за цією формулою вимагає визначення повної собівартості всіх виготовлених виробів (за мінусом амортизації). Оскільки номенклатура й асортимент продукції щомісяця будуть змінюватися, це вимагатиме щомісячного розрахунку повної собівартості з розподілом умовно-постійних витрат між виробами відповідно до прийнятої бази розподілу (найчастіше за «базу» приймають заробітну плату робітників на нормованих роботах). Тим часом набагато простіше й точніше робити цей прогноз на основі складання калькуляцій тільки по змінних витратах за допомогою маржинального прибутку.

Розрахунок готівки на кінець планового періоду:

$$Г_{кр} = Г_{пр} + (\sum П_{ij} * ОП_{ij} - В_{пост.j}) * (1 - С_{под}) + А_j,$$

де $ОП_{ij}$ – кількість і-х виробів за планом на j-й місяць (обсяг продажу);

$П_{ij}$ – маржинальний прибуток по і-му виробу в j-му місяці;

$В_{пост.j}$ – умовно-постійні витрати в j-му місяці;

$С_{под}$ – ставка податку на прибуток (у частках одиниці);

$А_j$ – амортизаційні відрахування в цілому по підприємству в j-му місяці.

Оскільки вираз в дужках є чистий прибуток ($Г_{кр}$), то

$$Г_{кр} = Г_{пр} + П_ч + А$$

При складанні прогнозу руху грошових коштів варто використати дані розрахунку прибутків і збитків.

Використовуючи інформацію таблиці 10, а також дані про дебіторську, кредиторську заборгованість, інвестиційну й фінансову діяльність, а також амортизаційні відрахування, сформувані прогноз коштів на перший квартал та заповнити Таблицю 11:

Звіт про фінансові результати
за _____ 20__ р.

Форма № 2-мс
Код за ДКУД

1801007

| Стаття | Код рядка | За звітний період | За попередній період |
|---|-------------|-------------------|----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 2000 | | |
| Інші доходи | 2160 | | |
| Разом доходи (2000 + 2160) | 2280 | | |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) | 2050 | () | () |
| Інші витрати | 2165 | () | () |
| Разом витрати (2050 + 2165) | 2285 | () | () |
| Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285) | 2290 | | |
| Податок на прибуток | 2300 | () | () |
| Витрати (доходи), які зменшують (збільшують) фінансовий результат після оподаткування | 2310 | | |
| Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300 - (+) 2310) | 2350 | | |

Керівник

Головний бухгалтер

8. ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПЛАН

У цьому розділі слід викласти план одержання коштів для створення чи розширення підприємства. Формами і джерелами одержання фінансових коштів можуть бути:

- банківські позички;
- наявність вільних власних коштів;
- лізингове фінансування і інші.

Для фінансового обґрунтування інвестиційного проекту в бізнес плані необхідно провести аналіз свого фінансового стану та розрахувати дві групи показників:

- показники фінансового стану, які характеризують ефективність оперативної діяльності підприємства;
- показники ефективності інвестицій, розраховані за вибраною ставкою дисконтування, які характеризують ефективність залучення інвестицій у проект.

Перша група характеризує ефективність оперативної діяльності підприємства в ході реалізації інвестиційного проекту, а друга – ефективність залучення інвестицій у проект.

При формуванні плану визначити потребу в обладнанні чи матеріальних активах для організації виробництва та внести в Таблицю 14 і розрахувати загальну вартість інвестиційного проекту (Таблиця 15).

Таблиця 14.

Потреба в обладнанні, оборотних активах

| | Кількість | Ціна одиниці, тис. грн. | Вартість, тис грн.. |
|--|-----------|----------------------------|---------------------|
| Обладнання (вказати найменування) | | | |
| оборотні активи (матеріали) | x | x | |
| Інші придбання для збільшення виробничих потужностей | | | |
| Разом-обсяг інвестицій | x | x | |

Таблиця 15.

Загальна вартість інвестиційного проекту

тис. грн.

| Статті витрат | 1 рік | | | | | 2 рік | | | | | 3 рік | |
|---|--------|--------------|----|-----|-------|--------|--------------|----|-----|----|--------|----|
| | Всього | по кварталах | | | | Всього | по кварталах | | | | Всього | ГО |
| | | I | II | III | IV... | | I | II | III | IV | | |
| 1. Капітальні вкладення в проект | | | | | | | | | | | | |
| 2. Капітальні вкладення в об'єкти збуту | | | | | | | | | | | | |
| 3. Придбання оборотних коштів | | | | | | | | | | | | |
| 4. Інші інвестиції в період освоєння та експлуатації виробничих потужностей | | | | | | | | | | | | |
| 5. Разом - обсяг інвестицій (сума показників пунктів 1-4) | | | | | | | | | | | | |

9. ПЛАН ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Описати екологічну політику власного підприємства з питань:

- забезпечення охорони навколишнього середовища;
- безпечних умов виробництва;
- забезпечення здоров'я працівників ;
- виготовлення екологічно-чистої продукції.

10. ДОДАТКИ ДО БІЗНЕС – ПЛАНУ

Логотип підприємства (фірми).

Специфікації продукції.

Схеми, фотографії продукції, приміщень підприємства.

Зразки: рекламного матеріалу на продукцію, гарантійного листа на один вид продукції.

Юридичні документи (копії установчих документів, контрактів, угод, патентів, ліцензій тощо).

Реєстраційні документи.

БІЗНЕС-ПЛАН

(коротка назва проекту)

Назва та адреса підприємства: _____

Дані про основних засновників підприємства

ПІБ адреса

Домашній телефон

Частка в основному капіталі

ПІБ керівника організації _____

Суть проекту

Форма участі держави у фінансовому забезпеченні проекту _____

Фінансування проекту (у відсотках):

- власні кошти _____
- позикові кошти (окремо – вітчизняні та іноземні) _____

Вартість проекту _____

Термін окупності проекту _____

Зміст бізнес-плану

стор.

1. Резюме.....
2. Характеристика підприємства (фірми).....
3. Опис ситуації на ринку.....
4. Маркетинг – план.....
5. Виробничий план.....
6. Організаційний план.....
7. Фінансовий план
8. Інвестиційний план.....
9. План забезпечення екологічної безпеки.....
10. Додатки.....

Резюме

Загальна характеристика проекту

Цілі і завдання проекту

Переваги продукції (послуг) в порівнянні з кращими вітчизняними і закордонними аналогами _____

Обсяг очікуваного попиту на продукцію: _____

Потреба в інвестиціях _____

Термін повернення позикових коштів: _____

Чи сприяє реалізація проекту вирішення соціальних питань (створення нових робочих місць, прокладка доріг і комунікацій загального користування, розширення житлового фонду, використання праці інвалідів тощо)?

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗВІТУ ТА ПРАКТИКИ

Загальна оцінка результатів проходження технологічної тренінг-практики «Відкрий власну справу» здійснюється з урахуванням оцінки за звіт та публічний захист практики і становить сумарний підсумок. При оцінюванні звіту враховується письмове оформлення звітної документації, ступінь реалізації індивідуальної програми практики, додержання календарного плану та графіка індивідуально-консультативної роботи *тощо*.

| <i>Критерії оцінювання звіту</i> | <i>Бали</i> |
|---|-------------|
| Структура звіту | |
| Структура звіту складена з додержанням усіх установлених вимог і містить усі необхідні елементи | 5 |
| Побудова структури звіту не відповідає встановленим вимогам (розподілу на розділи та інші обов'язкові елементи немає, матеріал подано загальним текстом без структуризації) | 0 |
| Оформлення звіту | |
| Звіт оформлено з додержанням усіх установлених вимог | 5 |
| Наявні грубі порушення вимог щодо оформлення звіту або окремих його частин, текст звіту не вивірений на предмет наявності граматичних чи стилістичних помилок. | 0 |
| Зміст звіту | |
| Звіт містить усю необхідну інформацію щодо процесу організації та результатів проходження практики: реалізації індивідуальної програми практики та інших завдань,; ефективності та корисності практики з погляду набутих навичок та вмінь, стану підготовленості; матеріали звіту охоплюють всі етапи практик, що програму практики виконано повною мірою і належним чином. | 40 |
| Звіт у цілому висвітлює необхідну інформацію, передбачену вимогами, охоплює при цьому обидва етапи практики, містить високу позитивну оцінку керівника практики, однак наявні несуттєві зауваження. Зі змісту можна зробити висновок, що програму практики виконано повною мірою і належним чином. | 30 |
| Звіт свідчить про виконання програми практики в цілому, переважно охоплює необхідну інформацію, яка є дещо поверхневою, висновки не містять належної аргументації. | 20 |
| Програму практики виконано на задовільному рівні, її результати висвітлено у звіті, який при цьому містить певні неточності або не містить важливої інформації, або | 10 |

| | |
|--|----|
| мають місце інші суттєві зауваження до змісту звіту. | |
| Звіт не відповідає встановленим вимогам щодо змісту, не містить належної інформації про зміст, форму організації та контролю діяльності, здійснюваної під час проходження практики або окремого її етапу, містить грубі змістові помилки, що дозволяє зробити висновок про невиконання або неналежне виконання програми практики. | 0 |
| У разі невідповідності письмового звіту встановленим вимогам щодо його змісту та оформлення (одержання менше 15 балів) звіт не допускається до усного захисту і повертається на доопрацювання. | |
| Усний захист звіту | |
| Здобувач освіти демонструє належні знання, вільно орієнтується у змісті поданого звіту та в програмі практики в цілому, чим підтверджує її виконання; надає правильні й аргументовані відповіді на всі запитання з програми практики. | 40 |
| Здобувач освіти демонструє належні знання, переважно орієнтується у змісті поданого звіту та в програмі практики, однак у відповідях на запитання припускається окремих неточностей. | 20 |
| Здобувач освіти не дає задовільних відповідей по суті поставлених запитань, не орієнтується у програмі практики або в окремих її частинах, або припускається грубих помилок, що дають змогу зробити висновок про невиконання або неналежне виконання програми практики, свідчать про відсутність реальних результатів практики і набутих практичних навичок та вмій (у такій ситуації оцінка за письмовий звіт не враховується і виставляється загальна оцінка за практику «0 балів»). | 0 |
| Додержання календарного плану та графіка індивідуально-консультативної роботи | |
| Здобувач освіти чітко додержувався календарного плану проходження практики та графіка індивідуально-консультативної роботи з керівником практики від кафедри, сумлінно та вчасно виконував усі рекомендації керівника, вчасно звітував про результати проходження відповідних етапів практики. | 10 |
| Здобувач освіти не додержувався календарного плану проходження практики та графіка індивідуально-консультативної роботи, ухилявся від консультацій керівника практики від кафедри, систематично порушував установлені терміни виконання завдань, наданих керівником, та відповідних звітів про проходження практики. | 0 |

Шкала відповідності оцінок

| Оцінка за 100 бальною шкалою | Оцінка за національною шкалою | Оцінка за шкалою ECTS |
|------------------------------|---|-----------------------|
| 90-100 | 5 (відмінно) | A |
| 80-89 | 4 (добре) | B |
| 70-79 | | C |
| 66-69 | 3 (задовільно) | D |
| 60-65 | | E |
| 30-59 | 2 (незадовільно) з можливістю повторного складання | FX |
| 0-29 | 2 (незадовільно) з обов'язковим повторним вивченням дисципліни | F |