

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ  
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ ІМЕНІ ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»

**І. І. Нагорна**

# **БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ**

## **Рекомендації до виконання курсової роботи**

Рекомендовано Методичною радою КПІ ім. Ігоря Сікорського  
як навчальний посібник для здобувачів ступеня бакалавра  
за освітньою програмою «Менеджмент і бізнес-адміністрування»  
спеціальності 073 Менеджмент

Електронне мережеве навчальне видання

Київ  
КПІ ім. ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО  
2024

УДК 005.511 (083.92)

Укладач: *Нагорна Інна Іванівна*, к.е.н., доцент.

Рецензент: *Войтко С. В.*, д.е.н., проф., завідувач кафедри міжнародної економіки, КПІ ім. Ігоря Сікорського

Відповідальний редактор: *Савицька О. М.*, к.е.н., доцент.

*Гриф надано Методичною радою КПІ ім. Ігоря Сікорського  
(протокол № 7 від 09.05.2024 р.)  
за поданням вченої ради факультету менеджменту та маркетингу  
(протокол № 9 від 29.04.2024 р.)*

### **Нагорна І. І.**

Бізнес-планування. [Електронний ресурс] : рекомендації до виконання курсової роботи : навч. посіб. для здобувачів ступеня бакалавра за освіт. програмою «Менеджмент і бізнес-адміністрування» спец. 073 Менеджмент / І. І. Нагорна ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Електрон. текст. дані (1 файл). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2024. – 58 с.

У навчальному посібнику викладено пояснення загальних вимог до виконання, оформлення та захисту курсової роботи з «Бізнес-планування». Наведено загальні положення виконання курсової роботи, а саме, мета і завдання, компетентності здобувачів, які мають бути сформовані у процесі виконання та захисту роботи, очікувані програмні результати навчання, практичні рекомендації з формування розділів бізнес-плану. Призначений для здобувачів ступеня бакалавра за освітньою програмою «Менеджмент і бізнес-адміністрування», спеціальності 073 Менеджмент, також може бути корисним викладачам закладів вищої освіти, фахівцям, які займаються питаннями бізнес-планування та створення нових підприємств.

УДК 005.511 (083.92)

Реєстр. № НП 23/ 24-519 Обсяг 2,4 авт. арк.

Національний технічний університет України  
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»  
проспект Берестейський, 37, м. Київ, 03056  
<https://kpi.ua>

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 5354 від 25.05.2017 р.

© І. І. Нагорна, 2024  
© КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2024

## ЗМІСТ

<b>1. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ КУРСУВОЇ РОБОТИ.....</b>	<b>4</b>
<b>2. ПОРЯДОК ВИКОНАННЯ КУРСУВОЇ РОБОТИ.....</b>	<b>7</b>
<b>3. ЗМІСТ ТА СТРУКТУРА ОСНОВНИХ РОЗДІЛІВ КУРСУВОЇ РОБОТИ.....</b>	<b>9</b>
<b>3.1 Структура бізнес-плану та методичні рекомендації щодо його написання.....</b>	<b>9</b>
<b>3.2 Резюме .....</b>	<b>10</b>
<b>3.3 Опис підприємства і галузі.....</b>	<b>11</b>
<b>3.4 Характеристика об'єкта бізнесу.....</b>	<b>15</b>
<b>3.5 Дослідження та аналіз ринку.....</b>	<b>16</b>
<b>3.6 План маркетингових дій на ринку.....</b>	<b>19</b>
<b>3.7 Виробничий план.....</b>	<b>23</b>
<b>3.8 Організаційний план.....</b>	<b>27</b>
<b>3.9 Фінансовий план.....</b>	<b>29</b>
<b>3.10 Оцінка ризиків.....</b>	<b>36</b>
<b>4. ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ КУРСУВОЇ РОБОТИ.....</b>	<b>37</b>
<b>5. ПОРЯДОК ЗАХИСТУ ТА ОЦІНЮВАННЯ КУРСУВОЇ РОБОТИ.....</b>	<b>44</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>47</b>
<b>СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>50</b>
<b>ДОДАТОК А.....</b>	<b>53</b>
<b>ДОДАТОК Б.....</b>	<b>54</b>
<b>ДОДАТОК В.....</b>	<b>55</b>
<b>ДОДАТОК Д.....</b>	<b>58</b>

## 1. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ КУРСУВОЇ РОБОТИ

Важливим етапом в процесі вивчення освітнього компоненту «Бізнес-планування» є виконання курсової роботи. Курсова робота виступає як одна з найбільш важливих форм самостійної роботи здобувачів.

Курсова робота – це вид самостійної навчально-наукової роботи здобувачів з елементами дослідження, яка має на меті закріплення, поглиблення і узагальнення знань, одержаних під час навчання та їх застосування до комплексного вирішення конкретного фахового завдання.

Метою написання курсової роботи можна визначити:

- поглиблення знань студентів з актуальних проблем бізнес-планування діяльності підприємств в сучасних умовах;
- систематизація отриманих теоретичних знань з навчальної дисципліни;
- розвиток умінь самостійного критичного опрацювання наукових джерел;
- формування дослідницьких умінь студентів;
- стимулювання студентів до самостійного наукового пошуку;
- розвиток уміння аналізувати передовий досвід та узагальнювати власні спостереження;
- формування вміння практичної реалізації результатів дослідження проблеми в самостійно виконаних розробках.

**Освітня компонента (ОК) «Бізнес-планування. Курсова робота»** направлена на виконання курсової роботи з бізнес-планування за рахунок сформованої системи знань про методiku і технологію розробки бізнес-плану, про зміст його розділів, а також навичок і вмінь складання бізнес-плану підприємницького проекту.

**Метою ОК** є надання здобувачам вищої освіти комплекс знань щодо сутності, призначення і етапів бізнес-планування на підприємстві. ОК спрямована на оволодіння студентами практики, методології та методики бізнес-планування. Розглядаються принципи та підходи до планування; джерела та методи розробки бізнес-ідей; методи, процедури та технології бізнес-планування та інформаційні технології, які використовуються для моделювання бізнесу та оцінки бізнес-проектів.

**Компетентності**, на формування яких зорієнтована дисципліна:

ЗК 4 - Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;

ЗК 10 - Здатність до проведення досліджень на відповідному рівні;

ФК 4 – Вміння визначати функціональні області організації та зв'язки між ними;

ФК 8 – Здатність планувати діяльність організації та управляти часом;

ФК 10 – Здатність оцінювати виконувані роботи, забезпечувати їх якість та мотивувати персонал організації;

ФК 16 – Здатність знаходити нові ринкові можливості, формулювати інноваційні бізнес ідеї, розробляти проекти та забезпечувати їх реалізацію.

***Завдання курсу реалізуються через досягнення наступних програмних результатів навчання:***

ПРН 3 – Демонструвати знання теорії, методів і функцій менеджменту, сучасних концепцій лідерства, у тому числі підходів до управління промисловими підприємствами;

ПРН 4 – Описувати зміст функціональних сфер діяльності організації, у тому числі функціональних галузей бізнесу у сфері управління промисловими підприємствами;

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

ПРН 7 – Виявляти навички організаційного проектування;

ПРН 9 – Демонструвати навички взаємодії, лідерства, командної роботи;

ПРН 10 – Мати навички обґрунтування дієвих інструментів мотивування персоналу організації;

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;

ПРН 21 – Демонструвати навички використання інструментів ефективного управління та бізнес-адміністрування підприємницької й інноваційної діяльності підприємств.

Курсова робота підлягає обов'язковій перевірці на плагіат, відповідно до Положення про систему запобігання академічному плагіату у Національному технічному університеті України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (Додаток 1 до наказу від 25.02.2020 № 1/76) [1]. Виконання курсової роботи з бізнес-планування визначається графіком навчального процесу.

## 2. ПОРЯДОК ВИКОНАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Курсова робота виконується поетапно, виконання кожного етапу фіксується керівником роботи. У ході виконання роботи здобувач звертається до керівника, одержує від нього додаткові консультації. Можливий такий розподіл роботи над курсовою роботою:

1. Огляд літературних джерел, статистичної та фінансової звітності діючих підприємств. Формування бізнес-ідеї, яка може полягати у виробництві нового продукту або в прийнятті нового технічного, організаційного чи економічного рішення. На цьому етапі здійснюється пошук та формування бізнес-ідеї, обирається сфера діяльності, обґрунтовується доцільна форма організації бізнесу.

2. Вибір та затвердження теми курсової роботи. Здобувач може обрати тему із рекомендованого переліку або запропонувати свій варіант теми. Тема реєструється науковим керівником курсової роботи. Перелік орієнтовних тем курсової роботи розміщено в Додатку А.

3. Розробка та узгодження із науковим керівником плану роботи. План роботи із зазначенням теми підписується студентом та керівником і обов'язково додається до курсової роботи.

4. Виконання основних розділів бізнес-плану. Відповідно до теми курсової роботи, рекомендованого змісту та структури основних розділів бізнес-плану, здійснюється розрахунок та аналіз потрібних показників, їх схематичне відображення та формування висновків за отриманими результатами.

6. Написання вступу та загальних висновків по роботі.

7. Оформлення курсової роботи відповідно до вимог, представлених у четвертому пункті цього навчального посібника.

8. Курсова робота здається на перевірку науковому керівнику не пізніше ніж за два тижні до захисту. При написанні курсової роботи автор повинен керуватися і дотримуватися вимог щодо академічної доброчесності, викладених у Положенні про систему запобігання академічному плагіату у Національному технічному

університеті України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (Додаток 1 до наказу від 25.02.2020 № 1/76) [1].

9. Оцінювання та захист курсової роботи. Курсова робота оцінюється не тільки за змістом, а й за оформленням. У випадку недотримання вимог до змісту та оформлення курсової роботи вона повертається студенту на доопрацювання. До захисту курсової роботи студент вносить зміни і доповнення відповідно до зауважень керівника на зворотній стороні аркуша або у вигляді окремого додатку.

Захист курсової роботи відбувається в усній формі. Здобувач готує презентацію за змістом роботи, результатами дослідження та пропозиціями. Оцінка результатів захисту виставляється у відомість.



### 3. ЗМІСТ ТА СТРУКТУРА ОСНОВНИХ РОЗДІЛІВ КУРСОВОЇ РОБОТИ

#### 3.1 Структура бізнес-плану та методичні рекомендації щодо його написання

Курсова робота представляє собою бізнес-план з певного виду діяльності. Тому вона повинна мати структуру, яка відповідає структурі бізнес-плану обраної бізнес-ідеї, нового виду діяльності підприємства або удосконалення напрямків діяльності діючого підприємства. Для виробничого виду діяльності курсова робота буде мати такі складові:

- титульний лист;
- вступ;
- зміст;
- резюме;
- опис підприємства і галузі;
- характеристика об'єкта бізнесу;
- дослідження та аналіз ринку;
- план маркетингових дій на ринку;
- виробничий план;
- організаційний план;
- фінансовий план;
- оцінка ризиків;
- список використаних джерел;
- додатки.

Титульний аркуш курсової роботи містить найменування вищого навчального закладу, факультету та кафедри, де виконана робота, тему курсової роботи, прізвище, ім'я, по-батькові студента, курсу і групи, де навчається; вчене звання, наукову ступінь, прізвище, ім'я, по-батькові наукового керівника; місто і рік зразок титульної сторінки наводиться в додатку Б.

За титульним аркушем наводиться зміст, який містить перелік розділів, додатків та інших ілюстративних матеріалів, що включені в бізнес-план.

### 3.2 Резюме

Резюме – це короткий опис обраного бізнесу, який пишеться в останню чергу. Разом з розділом про фінансовий план є найважливішим елементом для бізнес-плану, головне призначення якого – отримати фінансування.

Резюме повинно бути написано так, щоб зацікавити потенційних інвесторів та повинно включати таку інформацію [2, с. 7]:

- опис концепції та суті майбутнього бізнесу;
- переваги продукції, основні споживачі та передбачувані обсяги продажу продукції;
- стратегії і тактика досягнення мети;
- сукупна вартість проекту та сума коштів, які фірма інвестує в проект;
- потреба у фінансуванні, бажана форма і умови інвестування;
- очікуваний прибуток, рівень дохідності і термін окупності інвестицій;
- гарантії повернення позичкових коштів.

Зміст резюме формується з таких пунктів[3, с. 15]:

- *Опис компанії.* Вкажіть назву компанії, тип бізнесу, місцезнаходження і юридичний статус (наприклад, приватне підприємство, товариство, закрите акціонерне товариство);
- *Місія.* Сформулюйте коротку декларацію про наміри компанії;
- *Стадія розвитку.* Вкажіть, чи це вже умовно діюча фірма, коли вона була заснована і як далеко вона дійшла у створенні товару чи послуги, здійснювалися вже продаж чи відвантаження товару тощо;
- *Товари і послуги.* Вкажіть товари і послуги, які продає або планує продавати компанія. Для компанії, яка виробляє різні товари, їх можна вказати в загальному (наприклад, жіночий спортивний одяг), а для компанії з вузькою номенклатурою виробів необхідно всі вказати товари;
- *Цільовий ринок (ринки).* Перерахувати ринки, які ви хочете охопити, і поясніть чому ви їх обрали, наведіть результати аналізу і дослідження ринку;

- *Стратегії маркетингу і продаж.* Коротко описати, як ви будете захоплювати ваш цільовий ринок, а також розкажіть про плани на рекламу, зразки продукції, виставки та інші методи, що використовуватимете для здійснення продаж;

- *Конкуренти і розподіл частки ринку.* Вкажіть характер ваших конкурентів, а також розподіл між ними частки ринку;

- *Конкурентні переваги і відмінні особливості.* Покажіть, в чому полягають фактори конкурентоспроможності компанії; перерахуйте найважливіші відмінні особливості (наявність патентів, крупних контрактів, згоду про наміри);

- *Управлінська команда.* Коротко опишіть список і ділові можливості кожного члена управлінської команди (особливо засновників);

- *Діяльність.* Коротко опишіть ключові особливості діяльності, такі як місцезнаходження, важливі дистриб'ютори і постачальники, методи зниження витрат, технологія виробництва тощо;

- *Фінанси.* Вкажіть очікувані доходи і прибуток компанії протягом 1-3 років;

- *Довгострокові цілі.* опишіть очікуване положення фірми (наприклад, продажі, кількість робітників, кількість майбутніх філій, частка ринку);

- *Потреба у фінансуванні і стратегії виходу компанії.* Вкажіть об'єм необхідних грошових засобів, кількість інвесторів, до послуг яких ви плануєте звернутись, напрями використання фінансування і способи повернення інвесторами і кредиторами їх коштів.

### **3.3 Опис підприємства і галузі**

Розділ бізнес-плану «Опис підприємства і галузі» покликаний надати коротку характеристику суб'єкта бізнесу, яке буде здійснювати реалізацію підприємницького проекту; продукції (послуги), яку суб'єкт бізнесу пропонуватиме на ринку, а також галузі (цільового ринкового сегменту), в якій він функціонуватиме.

Розділ може починатись із надання інформації про суб'єкт бізнесу (чи декількох суб'єктів), яким буде здійснюватися реалізація підприємницького проекту. В опис можуть входити всі характеристики суб'єкта підприємницької діяльності, які

прямо чи опосередковано пов'язані з реалізацією бізнес-проекту. Зокрема в межах цього розділу доцільно представити [23, с.56]:

- повну та скорочену назву суб'єкта підприємницької діяльності, код ЄДРПОУ;
- дату реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності, номер реєстраційного свідоцтва, найменування органу реєстрації;
- поштову та юридичну адресу суб'єкта підприємницької діяльності;
- підпорядкованість, назву і характеристику вищого органу суб'єкта підприємницької діяльності;
- види діяльності та їх КВЕД;
- організаційно-правову форму суб'єкта підприємницької діяльності;
- форму власності та інформацію про частки у капіталі (наприклад, державної та приватної власності);
- загальний розмір статутного капіталу; частки та джерела їх формування засновниками (учасниками) суб'єкта підприємницької діяльності;
- банківські реквізити;
- адресу податкової інспекції суб'єкта підприємницької діяльності;
- організаційну структуру суб'єкта підприємницької діяльності, його дочірніх структур;
- прізвища та контактні реквізити керівників суб'єкта підприємницької діяльності;
- характеристику управлінського персоналу, відповідального за результати реалізації підприємницького проекту (вік, освіта та кваліфікація, попередні місця роботи та посади, термін роботи на підприємстві та на займаній посаді);
- фактори, які визначають діяльність суб'єкта бізнесу (SWOT-аналіз) табл. 3.1;
- цілі та стратегію суб'єкта бізнесу.

У випадку, якщо бізнес-план розробляється для діючого суб'єкта підприємницької діяльності, можна навести його коротку історію та спосіб виникнення, стабільність господарських зв'язків з контрагентами, постачальниками, покупцями.

При розробці бізнес-плану створення нового суб'єкта підприємницької діяльності важливо обґрунтувати вибір організаційно-правової форми, зокрема по відношенню до наявності стартового капіталу та матеріальних ресурсів, особистого досвіду та організаційних здібностей управлінського персоналу і засновників, сфери діяльності, масштабів підприємницького проекту та специфічних особливостей цільового ринку.

Для проведення аналізу щодо стану зовнішнього і внутрішнього середовищ підприємства можна використати матрицю SWOT-аналізу табл. 3.1. Кожен вектор розбивається на два рівня стану: можливості та загрози, які виходять від стану зовнішнього середовища; сили і слабкості потенціалу щодо реалізації проекту.

Таблиця 3.1 – Матриця SWOT-аналізу

		Зовнішнє середовище підприємства	
		Можливості (O)	Загрози (T)
Внутрішнє середовище підприємства	Сила (S)	Поле SO	Поле ST
	Слабкість (W)	Поле WO	Поле WT

Наступним етапом є розкриття концепції поведінки суб'єкта підприємницької діяльності у галузі (у цей розділ бізнес-плану може бути перенесена відповідна інформація, розроблена на підготовчій стадії розробки документа).

Опис галузі повинен передбачати висвітлення таких питань [23, с.61]:

- сировинна база галузі та рівень доступу суб'єкта бізнесу до необхідного ресурсного забезпечення для реалізації підприємницького проекту;
- обраний суб'єктом бізнесу сегмент (ніша) ринку та частка його на ньому;
- потенційні покупці продукції (послуг) суб'єкта бізнесу та їх купівельна спроможність;
- характерні для обраної суб'єктом бізнесу галузі структура виробництва продукції (надання послуг) та капіталу;
- інвестиційні умови;
- динаміка обсягів продаж в досліджуваній галузі за останні роки;
- очікувані перспективи розвитку галузі, зміни у рівні ринкової конкуренції, можливість появи нових товарів ін.

Показник рівня розвитку галузі можна розрахувати як середній темп росту

обсягів реалізованої продукції у галузі за ряд останніх років за формулою [23, с.63]:

$$T_m = \frac{V_m' - V_m}{V_m} * \frac{12}{t} + 1, \quad (3.1)$$

де  $T_m$  - показник динаміки ринку;  $V_m'$  та  $V_m$  - обсяги ринку наприкінці аналізованого та базового періодів;  $t$  - тривалість періоду. Зрозуміло, якщо середній темп приросту галузі складе 5% - 15%, можна стверджувати, що галузь знаходиться на стадії росту; 0% - 5% - галузь знаходиться на стадії насичення; якщо темп зростання менший за 1 - галузь на стадії спаду.

Здійснюючи аналіз галузі та тенденції її розвитку доцільно звернути увагу на такі основні моменти:

- бажано розуміти чим ви будете схожі на інших, і в чому ваша відмінність;
- ваш проєкт працюватиме в будь-якому випадку в якійсь галузі, з усіма подібними товарами і послугами, конкурентами, спільними постачальниками тощо.

Зрілість галузі включає 4 етапи:

1. Нова галузь – відкривають перспективні можливості для підприємництва. Невеликі фірми швидко реагують на зміни, а крупні фірми повільно розуміють галузевий потенціал. Однак розміри ринку обмежені, так як споживачі не звикли до товару чи послуги.

2. Галузь, що розширюється – обслуговує ринки, що швидкими темпами почали зростати, оскільки споживачі починають розуміти необхідність в товарі чи послугі. В галузі розкручується інтенсивна конкуренція, так як залучається увага компаній, які мають достатньо ресурсів і можливостей. Становище всіх учасників хитке, навіть тих, хто спочатку мав хороші позиції на першій стадії розвитку.

3. Стійка галузь – досягли стійкого становища, ринки стабілізувались на достатньо високому рівні. Темпи зростання зменшуються, але споживачі демонструють високу лояльність стосовно бренду. Для того, щоб ввійти в такі галузі треба подолати високі бар'єри для входу.

4. Спадаюча галузь – стає наслідком технологічних, демографічних і соціальних змін, а також інтенсивна конкуренція з боку іноземних компаній. Корпорації виходять

з галузі або банкрутують чи борються за виживання, перехоплюючи споживачів у ослаблених конкурентів.

### 3.4 Характеристика об'єкта бізнесу

В розділі «Характеристика об'єкта бізнесу» необхідне належне представлення найважливіших характеристик товару (послуги) суб'єкта підприємницької діяльності, з яким воно буде виходити на ринок. У цьому розділі необхідно не тільки сформулювати загальну уяву про продукцію (послуги), але і розкрити її переваги в порівнянні з товарами-аналогами та продуктами конкурентів, здійснити розрахунки конкурентоспроможності продукту суб'єкта підприємницької діяльності, виявити рівень попиту на нього.

Характеристика продукції суб'єкта підприємницької діяльності повинна містити інформацію про:

- *потребу, яку вона задовольнятиме* (в зв'язку з цим важливо висвітлити основні цінності продукції, акцентувати увагу на потребах, які вона буде задовольняти, а не лише на її техніко-економічних характеристиках. Необхідно також описати фактори привабливості продукції (за такими складовими, як цінність, можливості придбання, ціна, якість, екологічність, імідж, товарна марка, форма, упакування, термін служби); переваги; чинники, які забезпечують унікальність продукції; недоліки та методи їх усунення);
- *показники якості продукції* (послуги) (довговічність, надійність, простота та безпека експлуатації і ремонту, інші позитивні якості);
- *економічні показники* (ціна придбання та вартість експлуатації, собівартість);
- *зовнішнє оформлення*;
- *порівняння з іншими аналогічними товарами*;
- *патентна захищеність*;
- *показники експорту продукції та його можливості*;
- *основні напрямки удосконалення продукції* (послуги);
- *можливі фактори успіху* (наприклад, новий для ринку (цільового сегменту)

товар, своєчасність виведення продукції (послуг) на ринок ін.).

В цьому розділі потрібно описати яку потребу споживачів буде задовольняти товар (послуги) суб'єкта підприємницької діяльності; як він буде продаватись (надаватись послуга); рівень цін та сегмент покупців, яким він доступний; специфіка попиту на такого роду товари (послуги); якими є канали доведення продукції до покупців; чи є у продукції (послуг) слабкі сторони; якими є постійні витрати, пов'язані з виробництвом та реалізацією продукції суб'єкта підприємницької діяльності; яким чином буде здійснюватися та хто буде відповідальним за виробництво та реалізацію продукції суб'єкта підприємницької діяльності; якими є переваги продукції (послуг) суб'єкта підприємницької діяльності на ринку; яким є прогнозований термін життєвого циклу продукції (послуги); чи потрібно та через який період часу доцільно здійснити модернізацію продукції (послуг); чи існують перспективи заміни продукції (послуги) суб'єкта підприємницької діяльності іншим товаром (послугами).

### **3.5 Дослідження та аналіз ринку**

Метою написання розділу «Дослідження та аналіз ринку» є оцінка ринку збуту та аналіз конкурентів підприємства.

Питання, які повинні бути висвітленими в цьому розділі бізнес-плану є [23, с.68]:

- хто є потенційними споживачами продукції (послуг) суб'єкта підприємницької діяльності;
- як можна класифікувати потенційних споживачів (якими є найбільш доцільні критерії сегментації);
- для якої групи споживачів найбільше підходить продукт бізнесу суб'єкта підприємницької діяльності;
- де знаходяться потенційні споживачі продукції (послуг) суб'єкта підприємницької діяльності;
- де буде розташовано бізнес суб'єкта підприємницької діяльності;
- хто основні конкуренти суб'єкта підприємницької діяльності у боротьбі за



покупців у обраному цільовому сегменті;

- якими є їх сильні та слабкі сторони;

- які конкурентні переваги суб'єкта підприємницької діяльності порівняно з конкурентами у обраному цільовому сегменті;

- за рахунок чого можна посилити конкурентну позицію суб'єкта підприємницької діяльності;

- яка загальна місткість цільового ринку;

- на яку кількість споживачів може розраховувати суб'єкт підприємницької діяльності;

- якою є сумарна купівельна спроможність (у вартісному вираженні) споживачів продукції (послуг) суб'єкта підприємницької діяльності.

Розробку розділу «Дослідження та аналіз ринку» слід починати з ідентифікації потенційних споживачів продукції (послуг) та їх класифікації на більш-менш однорідні групи (сегментація ринку). Поділ ринку на окремі сегменти за найбільш важливими характеристиками споживачів є обов'язковим етапом ґрунтовного дослідження ринку, оскільки без проведення такого аналізу неадекватними будуть прогнозні оцінки майбутніх доходів. Це впливає з того, що конкуренція між суб'єктами підприємницької діяльності відбувається не стільки у межах всього ринку, а більшою мірою - в конкретних ринкових сегментах, у яких позиціонує свою продукцію (послуги) той, чи інший конкурент.

Процедура сегментації споживачів передбачає пошук однорідних їх груп або за характеристикою товару (товари виробничо-технічного призначення, особистого споживання, в т.ч. довго- та короткотривалого користування), або за категоріями споживачів (для власних потреб, для подальшого перепродажу), або за географічним поділом ринку. Критеріями сегментації:

- в залежності від споживачів можуть бути: вік, стать, національність, будь-яке заняття, освіта, стиль життя, соціальна приналежність, професія, рівень доходів, життєвий цикл сім'ї та ін.;

- для суб'єктів бізнесу-споживачів: сфера діяльності, місцезнаходження, обсяг продажу, чисельність персоналу та ін.

Таблиця 3.2 – Характеристики сегментів ринку [24, с. 14]

Географічні одиниці	Демографічні ознаки	Психографічні ознаки	Поведінкові ознаки
<ul style="list-style-type: none"> <li>- держава;</li> <li>- регіон;</li> <li>- область;</li> <li>- місто;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- вік і етап життєвого циклу сім'ї;</li> <li>- стать;</li> <li>- рівень доходів;</li> <li>- сегментування за кількома демографічними параметрами</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- суспільний клас;</li> <li>- спосіб життя;</li> <li>- тип особистості</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- приводи для здійснення покупки;</li> <li>- шукані вигоди;</li> <li>- статус користувача;</li> <li>- інтенсивність споживання;</li> <li>- ступінь прихильності;</li> <li>- ступінь готовності покупця до сприйняття товару;</li> <li>- ставлення до товару.</li> </ul>

Після обрання ринкового сегмента для продукції (послуг) суб'єкта підприємницької діяльності далі доцільно обґрунтувати заходи щодо його позиціонування на обраному цільовому сегменті ринку.

Після оцінки ринку збуту потрібно провести аналіз конкурентів. Кожне підприємство має конкурентів і бажано знати про них. Чесна оцінка конкурентів допоможе дізнатись про їх переваги і дізнатись про те, чим ваша продукція може відрізнитись від конкурентів. Рівень конкуренції часто оцінюється через якості товару чи послуги, але важливо все: торгова марка, система дистрибуції, навіть колір упаковки. Загальну оцінку конкурентоспроможності можна оцінити в балах від 1 до 10 для вашої компанії і для конкурентів. Аналіз факторів та рівня конкурентоспроможності продукції підприємства можна виконати за допомогою табл. 3.3 та табл. 3.4.

Таблиця 3.3 – Фактори конкурентоспроможності

Параметри порівняння	Ринок А			Ринок Б				
	База	Конкуренти			База	Конкуренти		
		1	2	3		1	2	3
Якість								
Кількість								
Унікальність								
Асортимент								
Сервіс								
Надійсність								
Реклама								
Імідж								

Таблиця 3.4 – Розрахунок конкурентоспроможності

Фактори конкурентоспроможності	Вагомість параметра	База		Конкуренти					
				№1		№2		№3	
	$A_i$	$P_i$	$A_i P_i$	$P_i$	$A_i P_i$	$P_i$	$A_i P_i$	$P_i$	$A_i P_i$
1. Якість	0,25	0,9	0,225	0,9	0,225	0,7	0,175	0,4	0,1
2. Рівень ціни									
3. Місцезнаходження									
4. Асортимент									
$\sum A_i P_i$	$\sum = 1,0$		$\sum$		$\sum$		$\sum$		$\sum$

де  $A_i$  – вагомість параметра;

$P_i$  – ранжування значення параметра (до 1);

$A_i P_i$  - показники конкурентоспроможності.

Висновок про конкурентні переваги здійснюється за наступною шкалою:

- переваги над конкурентами вище лише на 30% – низька конкурентоспроможність;
- 30-50% – відносно стійке положення на ринку;
- 50-70% – успішна конкуренція на ринку;
- понад 70% – контроль над ринком даної продукції (послуги).

### 3.6 План маркетингових дій на ринку

Завдання розділу «План маркетингових дій на ринку» полягає в обґрунтуванні стратегії виходу суб'єкта підприємницької діяльності на ринок та успішного функціонування на ньому. Для цього необхідно детально описати всі елементи маркетингового комплексу бізнес-проекту, якими є: продукція (послуги), ціна, ринок та просування продукції на ринок.

Внутрішня логіка розробки розділу «План маркетингових дій на ринку» містить такі етапи [23, с. 104]:

1. Обґрунтування маркетингової стратегії проникнення та завоювання ринку.
2. Обґрунтування цінової політики суб'єкта підприємницької діяльності.
3. Вибір каналів збуту продукції (надання послуг) та основних партнерів по збуту

продукції.

4. Опис комплексу заходів по підтримці просування товарів (послуг) суб'єкта підприємницької діяльності на ринок.

5. Складання бюджету витрат на реалізацію плану маркетингу.

При обранні маркетингової стратегії охоплення ринку можуть бути використані три типи стратегії [23, с. 106]:

- недиференційованого (масового) маркетингу;
- диференційованого маркетингу;
- концентрованого маркетингу.

Крім того, при обранні стратегії маркетингу доцільно опиратись на матрицю “ціна - витрати на маркетинг” (рис. 3.1).

Ціна продукції (послуги)

Висока	<i>Вибіркове проникнення на ринок</i>	<i>Інтенсивний маркетинг</i>
Низька	<i>Пасивний маркетинг</i>	<i>Широке проникнення на ринок</i>
	Незначні	Значні
	Витрати на маркетинг	

Рисунок 3.1. Матриця “Ціна — витрати на маркетинг”

Компонентами розробки стратегії маркетингу є [23, с. 106]:

- формування цінової політики суб'єкта підприємницької діяльності;
- обґрунтування каналів збуту продукції;
- вибір способів організації рекламної кампанії;
- формування політики підтримки продукції (послуг) суб'єкта підприємницької діяльності на ринку.

Обґрунтування цінової політики суб'єкта підприємницької діяльності, яка реалізується через цінові стратегії та повинна розглядатись у контексті загальної політики суб'єкта підприємницької діяльності.

Встановлюючи ціну на продукцію (послуги), доцільно, в першу чергу, враховувати фактори:

- собівартість продукції (послуги);
- наявність унікальних властивостей продукції (послуги) суб'єкта підприємницької діяльності;

- рівень та динаміки цін товарів (послуг) конкурентів та товарів - замінників.

Кінцева ціна встановлюється з врахуванням впливу усіх зовнішніх факторів.

При цьому можуть бути враховані такі цінові стратегії [23, с. 107-108]:

1. *Стратегія закріплення на ринку.* Як правило цю стратегію застосовують при встановленні ціни на нові види продукції (послуг). Її суть - у встановленні низької ціни на продукцію з розрахунком на одержання більшого попиту та завоювання значної ринкової частки. Відповідно, внаслідок завоювання більшої ринкової частки забезпечується розширення обсягів виробництва продукції (надання послуг) та зниження рівня витрат на виробництво і збут одиниці продукції.

2. *Стратегія “зняття вершків”.* Цю стратегію доцільно застосовувати у випадку впровадження на ринок нової продукції (послуг), продукції з унікальними властивостями, особливо запатентованої. Внаслідок володіння такими перевагами підприємство має змогу встановити дещо вищу ціну на свою продукцію (послуги).

3. *Стратегія цінових ліній.* Цей вид стратегії ціноутворення може використовуватись при встановленні ціни на продукцію (послуги) суб'єкта підприємницької діяльності, яка є аналогічною до продукції (послуг), представленої на ринку основними конкурентами. Ціна на продукцію (послуги) суб'єкта підприємницької діяльності у такому випадку може відрізнитись від існуючих цін за рахунок окремих параметрів продукції шляхом множення ціни еталонного виробу на коефіцієнт корисності обраного параметру.

4. *Стратегія “географічної ціни”* дозволяє врахувати при встановленні ціни витрати на постачання продукції (надання послуг) у різні регіони країни.

5. *Стратегія знижок з ціни.* Цей тип стратегії передбачає свідоме встановлення дещо вищого рівня ціни з подальшим наданням системи розроблених знижок з ціни.

6. *Стратегія “опортуністичного ціноутворення”.* Ця стратегія передбачає встановлення вищого рівня цін на нетривалий період часу у регіонах, де

спостерігається тимчасовий підвищений попит на продукцію (послуги).

Слід також зазначити що найбільшою мірою ціна продукції (послуг) суб'єкта підприємницької діяльності залежить від її якості. Зазвичай виділяють три рівня ціни та три рівня якості. Їх поєднання утворює дев'ять варіантів цінової стратегії (табл. 3.5).

Таблиця 3.5- Види стратегій залежно від ціни та якості продукції [23, с. 108]

Якість	Ціна		
	Висока	Середня	Низька
Висока	<i>Стратегія преміальних націнок</i>	<i>Стратегія глибокого проникнення на ринок</i>	<i>Стратегія підвищеної ціннісної значимості</i>
Середня	<i>Стратегія завищеної ціни</i>	<i>Стратегія середнього рівня</i>	<i>Стратегія доброякісності</i>
Низька	<i>Стратегія пограбування</i>	<i>Стратегія показного блиску</i>	<i>Стратегія низької ціннісної значимості</i>

При виборі каналів збуту продукції суб'єкта підприємницької діяльності необхідно передусім навести інформацію про необхідність участі посередників у процесі просування продукції на ринок, прийоми та канали збуту (прямий маркетинг, торговельні представники, діючі торгові організації ін.), які планується використовувати для продажу продукції. Слід також описати механізми підбору торгових агентів, часові рамки представлення продукції суб'єкта підприємницької діяльності на ринку, сферу їх дії, очікувані обсяги продаж ін.

Загальновідомі такі канали збуту продукції:

виробник – споживач;

виробник – роздрібний посередник – споживач;

виробник – оптовий посередник – роздрібний посередник – споживач.

В цьому розділі потрібно описати комплекс заходів по підтримці просування товарів та запропонувати стратегію рекламної компанії:

- вказати тип застосовуваної реклами;
- вибрати засоби поширення реклами (рекламоносії).

Робота зі складання бюджету маркетингу має наступну структуру:

1. Видаткова частина бюджету:

- розрахунок собівартості виробництва продукції;
- розрахунок витрат на рекламу і просування товарів;
- розрахунок витрат на організацію та функціонування системи збуту;

2. Дохідна частина бюджету: проектування надходжень від продажів.

Після визначення бюджету маркетингу необхідно здійснити його розподіл за напрямками (приклад складання представлено у таблиці 3.6).

Таблиця 3.6 - Планування розподілу бюджету витрат на маркетинг

Маркетингові заходи	Структура, %	Витрати, грн

Розподіл витрат, як правило, здійснюється аналогічно у кожному з років реалізації бізнес-проекту. Якщо у базовому році витрати на маркетинг були відсутні, то практика показує доцільним такий розподіл витрат: 70% - витрати на рекламу; 25% - витрати на заходи із стимулювання збуту та 5% - витрати на проведення маркетингових досліджень.

### 3.7 Виробничий план

Головне завдання цього розділу плану – провести аналіз виробничо-технічного потенціалу підприємства з випуску продукції, на яку націлений бізнес-план, можливості провести її належного рівня якості, в потрібні терміни і необхідній кількості.

Під час складання виробничого плану необхідно вирішити завдання [23]:

1. Де буде вироблятися продукція?
2. Які для цього будуть потрібні виробничі потужності? Чи вистачає існуючих потужностей? Яка їх завантаженість
3. Хто буде поставляти ресурси? Як довго відбувається партнерство з постачальниками?

4. Чи можливо лімітування обсягів виробництва з боку наявних виробничих потужностей або поставляються матеріально-технічних ресурсів?

5. Яка система контролю якості?

6. Які системи утилізації відходів, очищення викидів і витрати на охорону навколишнього середовища?

Формування даного розділу доцільно почати з розробки плану продажів продукції у вартісному та натуральному показниках (табл. 3.7) [24].

Таблиця 3.7 – План продажів

Назва продукції	1 рік (помісячно)										2 рік	3 рік
	1	2	...						12			
<b>Очікуваний об'єм продажів, шт.</b> <b>У тому числі:</b>												
Продукт 1												
Продукт 2												
<b>Ціна продажів, грн.</b>												
Продукт 1												
Продукт 2												
<b>Виручка від продажів, грн.</b> <b>У тому числі:</b>												
Продукт 1												
Продукт 2												

Далі проводиться розрахунок потреби в обладнанні для виконання виробничої програми (табл. 3.8) [24].

Таблиця 3.8 – Розрахунок потреби в обладнанні для виконання виробничої програми

Назва показників	Назва продукції (умовно)			Всього
	№1	№2	№3	
1. Програма виробництва в натуральному вираженні				
2. Верстатомісткість одиниці виробу за відповідними групами основного обладнання, станкочасах.				
3. Річний ефективний фонд часу роботи одиниці основного устаткування, станкочасах.				
4. Верстатомісткість виробничої програми за групами устаткування, станкочасах.				
5. Потреба в основному обладнанні для виконання виробничої програми, шт.				



Щоб визначити, чи зможе підприємство випускати продукцію в повному обсязі на розрахованому раніше обладнанні, необхідно розрахувати виробничу потужність, виходячи зі встановленого ефективного фонду часу роботи обладнання за формулою [24, с.22]:

$$M = \frac{\Phi_{\text{эф.пл.}} * n}{T_p}, \quad (3.2)$$

де  $M$  – виробнича потужність обладнання верстатного типу, в одиницях, прийнятих у виробничій програмі.

$\Phi_{\text{эф.пл.}}$  – плановий ефективний фонд часу роботи одного верстата, год.;

$n$  – кількість одиниць обладнання в даній групі, шт.;

$T_p$  – технічна розрахункова норма часу (трудомісткість) виготовлення виробів (виконання деталей-операції), верстато-годин.

$$\Phi_{\text{эф.}} = \Phi_{\text{реж.}} \left(1 - \frac{a}{100}\right), \quad (3.3)$$

де  $a$  – відсоток втрат робочого часу на проведення планового ремонту обладнання (від 2% до 12 %), %;

$\Phi_{\text{реж.}}$  – режимний (номінальний) фонд часу, год.;

$$\Phi_{\text{реж.}} = S((D_k - D_v - D_n) * P_c) - t_{np}, \quad (3.4)$$

де  $S$  – кількість сили;

$D_k$  – календарний фонд часу, дн.;

$D_v$  – кількість вихідних днів у році, дн.;

$D_n$  – кількість святкових днів у році, дн.;

$P_c$  – тривалість зміни, год.;

$t_{np}$  – кількість неробочих годин у передсвяткові дні за рік, год.;

Виробничу потужність можна визначити і через продуктивність обладнання за формулою [24, с.22]:

$$M = \Phi_{\text{эф.пл.}} * n * B, \quad (3.5)$$

де  $B$  – норма виробітку на один верстат в годину., тобто продуктивність обладнання.

Виходячи з раніше проведених розрахунків, необхідно визначити витрати на виробництво і реалізацію продукції, а також встановити ціну на продукцію (табл. 3.9) [24, с.23].

Таблиця 3.9 – Розрахунок собівартості і ціни продукції

Найменування статей витрати і елементів ціни	Період (рік, квартал, місяць)				
	0	1	2	...	n
	Витрати у розрахунку на				
одиноцю прод., грн.	на програму, грн.				
1. Матеріальні витрати, всього: у тому числі:					
1.1. Сировина і основні матеріали.					
1.2. Допоміжні матеріали.					
1.3. Покупні та комплектуючі вироби.					
1.4. Паливо для технологічних цілей					
1.5. Енергія для технологічних цілей					
1.6. Транспортно – заготівельні витрати (ТЗР – у % от п. 1.1.).					
1.7. Зворотні відходи (віднімаються).					
2. Заробітна плата основних виробничих робітників, всього: у тому числі:					
2.1. Основна зарплата основних виробничих робітників.					
2.2. Додаткова зарплата основних виробничих робітників (у % от п. 2.1.).					
3. Нарахування на зарплату (у % від п. 2.).					
4. Інші змінні витрати.					
2. Разом змінні витрати ( $\Sigma$ п.1 + п.2 + п.3 + п.4).					
6. Загальновиробничі витрати (ОПР – у % від п.2.1.).					
7. Загальногосподарські витрати (ОХР – у % від п. 2.1.).					
8. Інші виробничі витрати.					
9. Разом виробнича собівартість.					
10. Комерційні витрати (у % от п. 9).					
11. Разом постійні витрати * ( $\Sigma$ п.6 + п.7 + п.8 + п.10).					
12. Разом повна собівартість (п.5 + п.11)					
13. Прибуток (при плановому рівні накопичення): – для мінімального рівня ціни – 10%. – для максимального рівня ціни – 20%.					
14. Оптова ціна: – при 10% – при 20%					
15. ПДВ (20%): – при 10% – при 20%					
16. Відпускна ціна підприємства: – при 10% – при 20%					

Особливою частиною розділу «Виробничий план» є календарний план. Ця частина бізнес-плану визначає наступні кроки і етапи дій:

1. Встановлює час очікуваного фінансування;
2. Визначає щоденник по днях всіх маркетингових дій;
3. Являє виробничу програму і графік поставок.

Календарний план доцільно формувати в наступній табл. 3.10 [24, с.24].

Таблиця 3.10 – Календарний план

№	Назва етапу	Тривалість, дні	Дата початку	Вартість етапу, грн.	Використання грошових засобів, грн.
1	Підготовка робочого проекту				
2	Підготовка проектно-кошторисної документації на будівельно-монтажні роботи				
3	Підготовка території та ремонт будівель і споруд				
4	Будівельно-монтажні роботи				
5	Придбання обладнання (всього), у т.числі:				
5.1	Основне обладнання:				
5.2	Допоміжне обладнання:				
6	Монтаж обладнання				
7	Налагодження та виготовлення дослідної партії				
8	Сертифікація продукції				
9	Початок виробництва				

### 3.8 Організаційний план

Основне завдання розділу «Організаційний план» - обґрунтувати вибір форми організації підприємницького проекту, показати хто здійснюватиме цю роботу, а також доказати що управлінський та інший персонал суб'єкта підприємницької діяльності в змозі успішно реалізувати бізнес-проект.

В даному розділі необхідно [24]:

- описати організаційну структуру підприємства;

- вивчити потенціал організаційну структуру підприємства стосовно майбутнього проекту;
- розробити структуру управління проектом;
- надати характеристику учасникам проекту.

Бажано відобразити потребу в працівниках, якщо така є, їх обов'язки форми та розміри оплати праці тощо (табл. 3.11, 3.12) [24, с.25].

Таблиця 3.11 – Учасники проекту

Посада	Виконувана робота	Форма залучення	Рівень кваліфікації	Режим роботи	Заробітня плата

Таблиця 3.12 – Розрахунок витрат по оплаті роботи учасників проекту

№	Посада	Ставка (погодинна або місячна)	Кількість	Тривалість участі	Оплата всього
<b>Разом:</b>					

Далі потрібно побудувати календарний план-графік основних етапів робіт, необхідних для підготовки реалізації проекту у таблиці 3.13 [25, с.151].

Таблиця 3.13 - Розробка календарного плану-графіку реалізації проекту (до моменту початку реалізації підприємницького проекту)

№ п/п	Зміст етапів	Період реалізації, номер місяця з початку виконання робіт					Вартість етапу, грн
		1	2	3		п	
1							
2							
3							
п							
Всього, грн:							

Заштриховані квадрати у таблиці 3.13 відображають відповідний термін (номер місяця), в якому вони повинні бути виконаними.

### 3.9 Фінансовий план

Значення розділу «Фінансовий план» бізнес-плану полягає в тому, що показники, які розраховуються в ньому мають значення для прийняття кінцевого рішення щодо прийнятності підприємницького проекту для подальшої його реалізації. Метою цього розділу бізнес-плану є дати відповідь на питання щодо терміну окупності інвестицій по проекту та обґрунтування основних показників його ефективності.

Для забезпечення належного планування інвестицій по проекту та поточних його витрат слід зібрати відповідну інформацію з усіх попередніх розділів бізнес-плану, а також скористатись прикладом класифікації загальних витрат підприємницького проекту, наведеною у таблиці 3.14 [23, с.179].

Таблиця 3.14 - Класифікація джерел загальних витрат (інвестицій)  
підприємницького проекту

Групи витрат	Підгрупа витрат	Перелік витрат	Склад витрат
I. Першопочаткові інвестиційні витрати	1.1. Витрати на основні засоби та нематеріальні активи	Витрати на інвестиції в основний капітал	Вартість придбання земельної ділянки, будівництва, обладнання та його монтажу, придбання інших основних засобів, включаючи їх транспортування, монтаж ін.
		Довиробничі та післявиробничі витрати	Розробка ТЕО, реєстрація підприємства, оплата патентів, відряджень, адміністративних витрат, пов'язаних з організацією бізнес-проекту
	1.2. Витрати на оборотний капітал (А) - Б) = чистий обіговий капітал)	а) поточні активи	Придбання усіх видів оборотних активів
		б) кредиторська заборгованість	Комерційний кредит, оплата заборгованості перед кредиторами ін.
II. Виробничі витрати	2.1. Заводські витрати	а) матеріальні	Сировина, матеріали, паливо ін.
		б) трудові	Оплата праці персоналу
		в) заводські накладні витрати	Витрати на ремонт обладнання, прибирання, освітлення виробничих площ, утилізацію відходів ін.

	2.2. Адміністративні та накладні витрати		Оплата праці адміністративного персоналу, зовнішніх консультацій, накладні витрати
	2.3. Амортизаційні витрати		Амортизаційні відрахування
	2.4. Фінансові витрати		Рентні платежі, оплата штрафів, пені ін.
III. Збутові витрати	3.1. Прямі витрати	а) упакування та зберігання готової продукції	
		б) витрати на збуту	Реклама, оплата комісійних ін.
		в) транспортні витрати	
		3.2. Непрямі витрати	Оплата персоналу, витрати на дослідження ринку ін.

Таблиця 3.15 - Планування загальних інвестицій по проекту [23, с.180].

Група та вид інвестицій	Сума, грн
I. Першопочаткові інвестиції, в т.ч.:	
I.I. Витрати на основні засоби та нематеріальні активи, в т.ч.:	
...	
I.II. Витрати на оборотний капітал, в т.ч.:	
...	
II. Інвестиції на стадії підготовки виробництва (підприємницького проекту), в т.ч.:	
...	
III. Виробничі витрати, в т.ч.:	
...	
IV. Витрати на збут, в т.ч.:	
...	
<b>ВСЬОГО ІНВЕСТИЦІЇ ПО ПРОЕКТУ:</b>	

В рамках бізнес-плану складається баланс, форма якого потребує вертикального розміщення інформації, оскільки права частина цієї таблиці потребує розміщення даних балансу за усіма плановими періодами.



Коефіцієнт маневрування	Власний оборотний капітал / власний капітал	0,4 - 0,6									
Коефіцієнт поточної ліквідності	Оборотні активи / поточні зобов'язання	1,5 - 2,0									
Коефіцієнт загальної ліквідності	Оборотні активи / довгострокові і поточні зобов'язання	> 1,5									
Коефіцієнт ліквідності балансу	Активи / довгострокові і поточні зобов'язання	> 2,0									

Аналіз беззбитковості передбачає визначення обсягів підприємницької діяльності суб'єкта бізнесу, при яких дохід від продажу продукції (надання послуг) відповідає його витратам. Для визначення точки беззбитковості необхідно знати інформацію про продажну ціну одиниці продукції (або рівень валового доходу), змінні витрати на одиницю продукції (або рівень змінних витрат) та загальні умовно-постійні витрати.

$$TB = PV / (Ц - ЗВ), \quad (3.6)$$

де  $TB$  - обсяг виробництва (збуту) продукції, при якому досягається беззбитковість підприємницької діяльності, од.;

$PV$  - постійні витрати, грн;

$Ц$  - ціна одиниці продукції, грн;

$ЗВ$  - змінні витрати, грн.

Загальновідомою є графічна інтерпретація беззбиткового обсягу підприємницької діяльності. Проте у “Фінансовому плані” доцільно представляти графічну інтерпретацію більшої кількості показників-індикаторів обсягів підприємницької діяльності (доходу) (рис. 3.2). На рисунку зображено чотири основні точки (критичні межі) обсягів підприємницької діяльності (доходу): точка ліквідації, беззбитковості, мінімальної рентабельності та ресурсозабезпеченого прибутку.

Точці ліквідації відповідає значення доходу, при якому суб'єкт бізнесу покриває лише власні умовно-постійні витрати. За такої ситуації воно може



функціонувати на ринку, оскільки покриває основні витрати, пов'язані з функціонуванням підприємства, проте в цій точці воно є збитковим і не покриває змінні витрати.

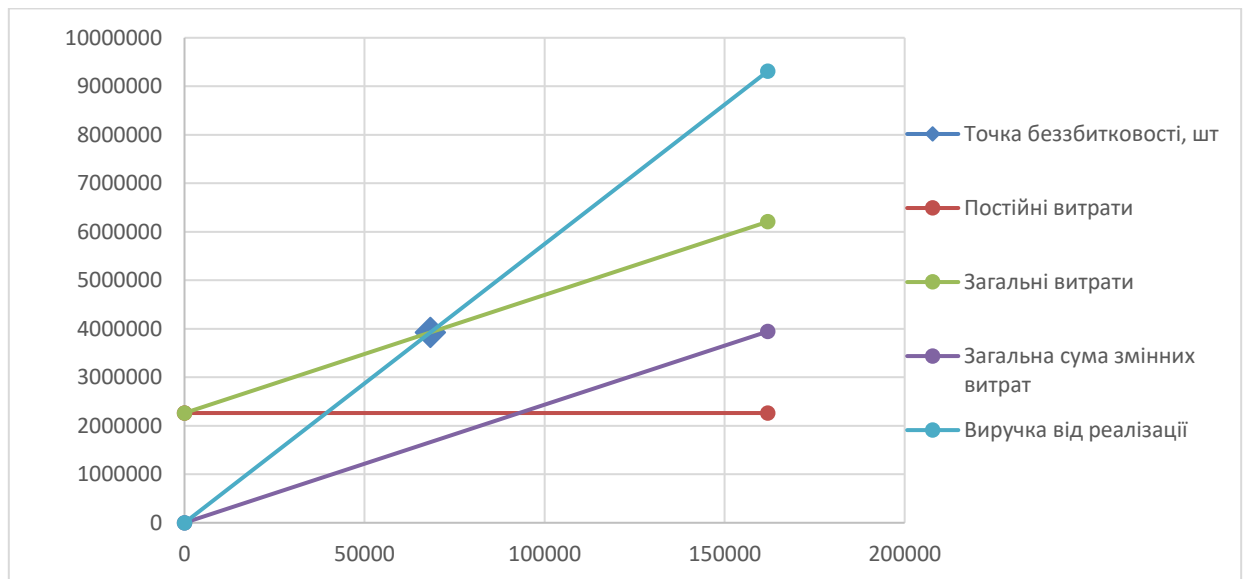


Рисунок 3.2 – Графічне зображення точки беззбитковості проекту

*Рентабельність продажів* (або маржа прибутку) показує, скільки прибутку приносить кожна гривня з обсягу реалізації. Маржу прибутку, як правило, визначають окремо за кожним видом діяльності або за кожною групою реалізованої продукції за формулою:

$$Rs = \frac{\Pi}{B} 100\% , \quad (3.7)$$

де  $\Pi$  – прибуток;

$B$  – виручка від реалізації продукції.

*Період окупності проекту* відображає час, який потрібен для того, щоб сума надходжень від реалізації проекту відшкодувала суму витрат на його впровадження. Період окупності звичайно вимірюється в роках або місяцях та може бути розрахований за формулою:

$$PBP = \frac{\Pi}{ACI} \quad (3.8)$$

де  $PBP$  – період окупності інвестицій, роки;

$\Pi$  – сума інвестиційних витрат, тис. грн.;

$ACI$  – щорічні надходження (річний чистий прибуток), тис. грн.

### *Фінансування проекту*

На підставі раніше розрахованої загальної потреби в коштах для реалізації проекту визначаються джерела фінансування.

Залежно від каналів надходження коштів їх джерелами можуть бути:

- власні;
- зовнішні;
- додаткове залучення коштів власників – вкладників або акціонерів;
- пайову або позикове фінансування – кредити в комерційних банках, централізовані державні кредити, іпотечні позики, боргові зобов'язання;
- лізингове фінансування.

Повернення позикових коштів відбувається за схемою, поданою в табл. 3.18.

Таблиця 3.18 – Схема погашення банківського кредиту [24, с. 30]

Місяць/Рік	Заборгованість	Погашення кредиту	Сума відсотків	Сума до сплати
1				
2				
3				
4				
5				
6				
Всього				

### *Ефективність проекту.*

Критерій ефективності – це найбільш сприятливе співвідношення між прибутковістю і ризикованістю проекту. Прибутковість – це не просто приріст капіталу, а такий темп його збільшення, який повністю компенсує інфляційний зменшення купівельної спроможності грошей протягом інвестиційного циклу і покриває ризики інвестора, пов'язані з можливістю недоодержання прибутку.

*Основні показники ефективності бізнес-плану [24, с. 30] :*

- чиста теперішня вартість проекту (Net Present Value – NPV);
- внутрішня норма дохідності (Internal Rate of Return – IRR);
- дисконтований термін окупності (Discounted Payback Period – DBP)/

*Чиста теперішня вартість (NPV)* являє собою різницю між дисконтованими грошовими потоками за весь життєвий цикл інноваційного проекту та інвестиціями в проект:

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} - I_0, \quad (3.9)$$

де  $NPV$  – чистий теперішній дохід;  $I_0$  – одноразова інвестиція в інноваційний проект;  $CF_t$  – чистий грошовий потік періоду  $t$ ;  $r$  – ставка дисконтування.

Критеріями оцінювання проекту є:  $NPV > 0$  – інноваційний проект доцільно прийняти;  $NPV < 0$  – інноваційний проект є збитковим, приймати його недоцільно;  $NPV = 0$  – проект ані збитковий, ані прибутковий. У такому випадку позитивним ефектом від реалізації проекту можуть бути позаекономічні ефекти: соціологічні, екологічні тощо.

*Внутрішня норма прибутковості (IRR)* є нормою дисконту, при якій чистий дисконтований потік  $NPV$  проекту стає рівним нулю:

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1+IRR)^t} - I_0 = 0, \quad (3.10)$$

де  $NPV$  – чистий теперішній дохід;  $I_0$  – одноразова інвестиція в інноваційний проект;  $CF_t$  – чистий грошовий потік періоду  $t$ ;  $IRR$  – внутрішня норма прибутковості.

*Дисконтований період окупності інвестицій (DPB)* – розрахунковий період за досягнення якого  $NPV$  приймає стійке позитивне значення:

$$I_0 = \sum_{t=1}^{DPB} \frac{CF_t}{(1+r)^t}, \quad (3.11)$$

де  $I$  – початкові інвестиції;  $CF_t$  – чистий грошовий потік періоду  $t$ ;  $DPB$  – період окупності;  $r$  – ставка дисконтування.

### 3.10 Оцінка ризиків

На останньому етапі розробки бізнес-плану необхідно здійснити оцінку ризиків. Цілі, яких треба досягнути при розробленні розділу «Оцінка ризиків»:

- 1) типи можливих ризиків і проблеми, які можуть виникати при реалізації підприємницького проекту;
- 2) способи реагування на небезпеки та загрози бізнесу у випадку їх виникнення;
- 3) заходи щодо нейтралізації чи мінімізації можливих негативних наслідків.

Внутрішня логіка (структура) розробки розділу «Оцінка ризиків» містить такі етапи:

1. Окреслення усіх можливих ризиків, які можуть виникнути при реалізації підприємницького проекту.
2. Попередня оцінка ризиків та відбір найбільш суттєвих (які потенційно можуть завдати найбільш суттєвих негативних наслідків майну підприємства та показникам ефективності його функціонування (реалізації підприємницького проекту)).
3. Проведення оцінки впливу (кількісного та якісного аналізу) найбільш суттєвих ризиків.
4. Розроблення заходів щодо недопущення чи мінімізації негативного впливу ризиків.

## 4. ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

### *Загальні правила*

При оформленні текстової частини КР необхідно дотримуватись вимог ДСТУ 3008-2015 «Звіти у сфері науки і техніки. структура та правила оформлення». Документацію оформляють на стандартних аркушах паперу з однієї сторони. Відступи від країв аркуша: зверху і знизу – 20 мм; зліва – 25 мм; справа – 15 мм. Абзац – 5 знаків (відступ на 1,27 см). Нумерація сторінок в правому верхньому кутку, починаючи зі змісту.

Обсяг текстової частини КР 30-35 сторінок формату А4 без врахування списку літератури та додатків. Текст КР оформлюють машинописним (друкарським) чітким шрифтом (Times New Roman 14 кеглем, 1,5 інтервали) або рукописним основним креслярським шрифтом з висотою букв та цифр не менше 2,5 мм.

### *Оформлення розділів*

Структурними елементами основної частини КР є розділи.

Розділ – головна ступінь поділу тексту, позначена номером і має заголовок.

Кожен розділ рекомендується починати з нової сторінки. Заголовок розділу записують посередині великими буквами.

Структурні елементи ЗМІСТ, ВСТУП, ВИСНОВКИ, СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ, ДОДАТКИ пишуться з нової сторінки, і їх заголовки також пишуться посередині рядка великими буквами. Розділи нумерують порядковими номерами в межах всього документа (1, 2, і т.д.). Після номера крапку не ставлять, а пропускають один знак. Цифри, які вказують номер, не повинні виступати за абзац. Посилання в тексті на розділи виконується за формою: «...наведено в розділі 3».

### *Правила написання тексту*

При написанні тексту слід дотримуватися таких правил:

1) текст необхідно викладати обґрунтовано, лаконічно в науковому стилі;

2) умовні буквені позначення повинні відповідати встановленим стандартам. Перед буквеним позначенням величини повинно бути її пояснення (прибуток Р, рентабельність R);

3) числа з розмірністю слід записувати цифрами, а без розмірності словами (собівартість – 20 тис. грн, збільшилась у два рази);

4) позначення одиниць вимірювання слід писати в рядок з числовим значенням без перенесення в наступний рядок. Між останньою цифрою числа і позначенням одиниці вимірювання слід робити пропуск (100 грн, 2 млн грн);

5) якщо наводиться ряд числових значень однієї і тієї ж величини, то одиницю вимірювання величини вказують тільки після останнього її числового значення (1,5; 1,75; 2 відн. од.);

6) позначення величин з граничними відхиленнями слід записувати так:  $20 \pm 5$  %;

7) буквені позначення одиниць, які входять в добуток, розділяють крапкою на середній лінії (·); знак ділення замінюють косою рисою (/);

8) порядкові числівники слід записувати цифрами з відмінковими закінченнями (9-й показник, 4-а пропозиція); при кількох порядкових числівниках відмінкове закінчення записують після останнього (3,4,5-й графіки); кількісні числівники записують без відмінкових закінчень (на 20 аркушах); не пишуть закінчення в датах (21 жовтня) та при римських числах (XXI століття);

9) скорочення слів в тексті не допускаються, крім загальноприйнятих в українській мові;

10) дозволяється виконувати записи математичних виразів за формою:

$$K_{K_{ei}} = \frac{K_{a.e} + K_{z.n}}{2}$$

11) в тексті документа може наводитись перелік, який рекомендується нумерувати малими літерами української абетки з дужкою або тире перед текстом. Для подальшої деталізації переліку використовують арабські цифри з дужкою.

Кожну частину переліку записують з абзацу, починаючи з малої букви і закінчуючи крапкою з комою, в кінці останньої ставлять крапку.

Приклад:

а) текст переліку та його...продовження;

б) текст переліку:

1) текст переліку подальшої деталізації та його продовження;

2) . . . ;

в) останній перелік.

12) Одна примітка не нумерується. Слово «Примітка» друкують кеглем 12 через один міжрядковий інтервал з абзацного відступу з великої літери з крапкою в кінці. У тому самому рядку через проміжок з великої літери друкують текст примітки тим самим шрифтом. Якщо приміток кілька, то їх подають після тексту, якого вони стосуються, і нумерують арабськими цифрами. Примітку починають з великої літери. Продовжують текст примітки без абзацу. Після кожної примітки ставлять крапку.

13) не дозволяється:

- допускати професійних або місцевих слів і виразів;
- після назви місяця писати слово «місяць» (не «в травні місяці», а «в травні»);
- використовувати позначення одиниць вимірювання величин без цифр. Необхідно писати повністю: «кілька кілограмів» (за винятком оформлення таблиць і формул);
- з'єднувати текст з умовним позначенням величин за допомогою математичних знаків (не «рентабельність = 25%», а «рентабельність дорівнює 25%», не «збиток склав – 120 тис. грн», а «збиток склав мінус 125 тис. грн»);
- використовувати математичні знаки  $<$ ,  $>$ ,  $\circ$ , №, % та ін. без цифрових або буквених позначень. В тексті варто писати словами «понад», «нуль», «номер», «відсоток» і т.д.

### ***Оформлення формул***

Кожну формулу записують з нового рядка, симетрично до тексту. Між формулою і текстом пропускають один рядок.

Пояснення символів наводять в тексті або одразу ж під формулою. Для цього після формули ставлять кому і записують пояснення до кожного символу з нового рядка в тій послідовності, в якій вони наведені у формулі, розділяючи крапкою з

комою. Перший рядок повинен починатися без абзацного відступу зі слова «де» і без будь-якого знака після нього.

Всі формули нумерують в межах розділу арабськими числами. Номер вказують в круглих дужках з правої сторони, в кінці рядка, на рівні закінчення формули. Номер формули складається з номера розділу і порядкового номера формули в розділі, розділених крапкою. На формули повинні бути посилання в квадратних дужках.

Приклад:

Обсяг продаж Оп в грошовому виразі визначається за формулою [4, с. 133]:

$$Оп = С \times Ц, \quad (1.1)$$

де С – обсяг продаж, од.;

Ц – оптимальна ринкова ціна реалізації, грн.

Числову підстановку і розрахунок виконують з нового рядка не нумеруючи.

Результат підрахунку записується із одиницею вимірювання. Наприклад:

$$Оп = 20 \times 5 = 100 \text{ грн.}$$

Одиниці вимірювання одного й того ж показника або пов'язаних між собою показників (із фінансової звітності та розрахованих показників на її основі) в межах документа повинні бути однаковими (тис. грн або грн, тис. т або т, відн. од. або %).

Якщо формула велика, то її можна переносити в наступні рядки. Перенесення виконують тільки математичними знаками, повторюючи знак на початку наступного рядка. При цьому знак множення «·» замінюють знаком «×».

Формула є частиною речення, тому до неї застосовують такі ж правила граматики, як і до інших членів речення. Якщо формула знаходиться в кінці речення, то після неї ставлять крапку. Формули, які йдуть одна за одною і не розділені текстом, відокремлюють комою.

Посилання на формули в тексті дають в круглих дужках за формою: «...за формулою (5.2)»; «... у формулах (5.7, ..., 5.10)».

### ***Оформлення ілюстрацій***

Для пояснення викладеного тексту рекомендується його ілюструвати графіками, діаграмами, гістограмами, схемами та ін., які можна виконувати чорною тушшю, простим олівцем середньої твердості та комп'ютерною графікою.



Розміщують ілюстрації в тексті або в додатках (якщо вони займають одну чи більше сторінок). Якщо частини ілюстрації у додатку не вміщуються на одній сторінці, то їх переносять на наступні сторінки. В цьому випадку під початком ілюстрації вказують повне її позначення, а під її продовженнями позначають «Рисунок 3.2 (продовження)». Пояснюючі дані розміщують під кожною частиною ілюстрації.

В тексті ілюстрацію розміщують симетрично до тексту після першого посилання на неї або на наступній сторінці, якщо на даній вона не уміщується без повороту.

На всі ілюстрації в тексті КР мають бути посилання. Посилання виконують за формою: «...показано на рис. 3.1.» або в дужках за текстом (рис. 3.1), на частину ілюстрації: «... показані на рис. 3.2,б». Посилання на раніше наведені ілюстрації дають зі скороченим словом «дивись» відповідно в дужках (див. рис. 1.3). Між ілюстрацією і текстом пропускають один рядок.

Всі назви ілюстрації в КР називають рисунками і позначають під ілюстрацією симетрично до неї за такою формою: «Рисунок 3.5 – Найменування рисунка». Крапку в кінці не ставлять, знак переносу не використовують.

Якщо найменування рисунка довге, то його продовжують у наступному рядку.

Нумерують ілюстрації в межах розділів, вказуючи номер розділу і порядковий номер ілюстрації в розділі, розділяючи крапкою.

Пояснюючі дані розміщують під ілюстрацією над її позначенням.

У випадку, коли ілюстрація складається з частин, їх позначають малими буквами українського алфавіту з дужкою а), б) під відповідною частиною. В такому випадку після найменування ілюстрації ставлять двокрапку і дають найменування кожної частини за формою:

а) – найменування першої частини;

б) – найменування другої частини або за ходом найменування ілюстрації, беручи букви в дужки.

При викладенні тексту пояснювальної записки забороняється сканування рисунків.

### ***Оформлення таблиць***

Таблицю розміщують симетрично до тексту після першого посилання на сторінці або на наступній, якщо на цій вона не уміщується, і таким чином, щоб зручно було її розглядати без повороту або з поворотом на кут  $90^0$  за годинниковою стрілкою.

На всі таблиці мають бути посилання за формою: «наведено в табл. 3.1»; «... в таблицях 3.1-3.5» або в дужках по тексту (табл. 3.6). Посилання на раніше наведену таблицю дають із скороченим словом «дивись» (див. табл. 2.4) за ходом чи в кінці речення.

Таблицю розділяють на графи (колонки) і рядки. В верхній частині розміщують шапку таблиці, в якій вказують найменування граф. Діагональне ділення шапки таблиці не допускається. Ліву графу (боковик) часто використовують для найменування рядків. Мінімальний розмір між основами рядків – 8 мм. Розміри таблиці визначаються об'ємом матеріалу.

Графу «№ п/п» в таблицю не включають. При необхідності нумерації, номери вказують в боковику таблиці перед найменуванням рядка.

### ***Оформлення висновків***

Висновки оформляють з нової пронумерованої сторінки посередині великими літерами.

Висновки є заключною частиною, підсумком дослідження і обов'язково повинні містити узагальнені результати дослідження літературних джерел, характеристику об'єкта та предмета дослідження, можливі рекомендації.

### ***Оформлення списку використаних джерел***

Форма запису «СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ» відповідає формі запису вступу, основної частини та висновків.

Список містить перелік літературних джерел, на які повинні бути обов'язкові посилання в тексті пояснювальної записки. Література в загальний список записується в порядку посилання на неї в тексті або по алфавіту. Посилання на літературу у тексті наводять в квадратних дужках [12, с. 136], вказуючи порядковий

номер за списком (в даному прикладі 12) та номери сторінок (в даному прикладі 136 сторінка), де наведені використані відомості. Рекомендований перелік літератури для написання курсової роботи наведено нижче.

Літературу записують мовою оригіналу. В списку кожен літературу записують з абзацу, нумерують арабськими цифрами, починаючи з одиниці (див. Додаток В).

Кількість літературних джерел повинна складати 15-20.

### ***Оформлення додатків***

До додатків відносять ілюстрації, таблиці, тексти допоміжного характеру. Додатки розташовують в порядку посилань на них у тексті КР. Посилання на додатки в тексті КР дають за формою: «... наведено в дод. А», «... наведено в табл. В.5 « або (дод. Б); (додатки К, Л ). Кожен додаток необхідно починати з нової сторінки, вказуючи зверху посередині рядка слово «Додаток» і через пропуск його позначення. Додатки позначають послідовно великими українськими буквами, за винятком букв Г, Є, З, І, Ї, Й, О, Ч, Ь, наприклад, Додаток А, Додаток Б і т.д. Якщо додатків більше ніж букв, то продовжують позначати арабськими цифрами. Дозволяється позначати додатки латинськими буквами, за винятком букв І і О. Кожен додаток повинен мати тематичний (змістовний) заголовок, який записують посередині рядка малими літерами, починаючи з великої. При наявності основного напису заголовок записують у відповідній графі.

## 5. ПОРЯДОК ЗАХИСТУ ТА ОЦІНЮВАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Захист курсової роботи передбачений для перевірки знань здобувача та оцінки правильності її виконання. На захисті здобувач повинен вміти обґрунтовувати власні розрахунки та показувати глибоке розуміння виконаної курсової роботи.

Поточний контроль виконання здобувачем курсової роботи керівник здійснює в процесі консультацій, а підсумковий контроль – під час її захисту. Дата захисту встановлюється кафедрою за узгодженням з керівником. Курсову роботу здобувач повинен захистити до початку екзаменаційної сесії.

Курсова робота здається на перевірку керівнику не пізніше, ніж за 2 тижні до встановленого дня захисту.

Здобувач готує до захисту презентацію, ілюстративний матеріал (таблиці, графіки, діаграми, рисунки) для всіх членів комісії.

Захист курсових робіт здобувачів відбувається публічно згідно з розкладом. Кожному здобувачу комісія надає заздалегідь обумовлений час на доповідь та відповіді на запитання, який складає, у середньому, десять хвилин.

Час виступу не повинен перевищувати сім хвилин, сам виступ має бути стислим, конкретним, з використанням підготовленої презентації (набору таблиць, графіків, діаграм, схем або відповідних слайдів).

Здобувачу допускається робити презентацію виконаної курсової роботи за допомогою презентаційних комп'ютерних програм, таких як PowerPoint або інших, з демонстрацією на великому екрані. При цьому презентація має складати 10-12 слайдів.

Під час захисту здобувач повинен стисло викласти результати розрахунків та висновки, відповісти на питання керівника.

Підсумкова оцінка, отримана здобувачем за результатом захисту курсової роботи за шкалою ECTS і традиційною національною шкалою, заноситься до залікової відомості.

У процесі визначення оцінки враховується низка важливих показників якості курсової роботи:

### *1. Змістовні аспекти курсової роботи:*

- актуальність обраної теми дослідження;
- спрямованість роботи на розробку реальних практичних рекомендацій;
- відповідність логічної побудови КР поставленим цілям і завданням;
- широта й адекватність методологічного та діагностичного апарату;
- наявність альтернативних підходів до вирішення визначених проблем;
- професійний рівень обґрунтування та представлення запропонованих рішень;
- ступінь самостійності проведення дослідження;
- розвиненість мови КР та її загальне оформлення.

### *2. Якість захисту курсової роботи:*

- уміння стисло, послідовно й чітко викласти сутність і результати дослідження;
- здатність аргументовано захищати свої пропозиції, думки, погляди;
- загальний рівень підготовки студента.

Рейтингова оцінка з курсової роботи матиме дві складові. Перша (стартова) характеризує роботу здобувача та її результат – якість пояснювальної записки та графічного матеріалу. Друга складова характеризує якість захисту здобувачем курсової роботи.

Розмір шкали першої складової дорівнює 60 балів, а другої складової – 40 балів.

## **Система рейтингових балів**

### **1. Стартова складова ( $r_1$ ):**

- своєчасність виконання графіку роботи – 8-5 балів;
- сучасність та обґрунтування прийнятих рішень – 15-10 балів;
- правильність застосування методів аналізу і розрахунку – 15-10 балів;
- якість оформлення, виконання вимог нормативних документів – 10-6 балів;
- якість графічного матеріалу і дотримання вимог ДСТУ – 12-7 балів.

### **2. Складова захисту курсової роботи ( $r_2$ ):**

- якість доповіді – 8-5 балів;
- ступінь володіння матеріалом – 12-7 балів;
- ступінь обґрунтування прийнятих рішень – 10-7 балів;
- вміння захищати свою думку – 10-7 балів.

Сума балів двох складових переводиться до залікової оцінки згідно з табл. 5.1:

Таблиця 5.1 - Критерії оцінювання курсової роботи

<b>Бали</b> $R = r_1 + r_2$	<b>ECTS оцінка</b>	<b>Національна оцінка</b>
95-100	A	відмінно
85-94	B	добре
75-84	C	
65-74	D	задовільно
60-64	E	
Менше 60	Fx	незадовільно
Курсову роботу не допущено до захисту	F	не допущено

Після обговорення підсумків захисту на закритому засіданні комісії виноситься її рішення.

Здобувач, який не подав до захисту курсову роботу у встановлений графіком термін, або не захистив її з позитивною оцінкою, вважається таким, що має академічну заборгованість.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Положення про систему запобігання академічному плагіату в Національному технічному університеті України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (Додаток 1 до наказу від 25.02.2020 № 1/76) URL: <https://osvita.kpi.ua/node/47>
2. Методичні вказівки до виконання курсових робіт з дисципліни «Бізнес-планування підприємницької діяльності» для студентів денної та заочної форм навчання ОС «Магістр» спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» /уклад. І.А. Коновал. Київ: НУБіП України, 2021. 42 с.
3. Бізнес-планування та створення стартапів: методичні вказівки до виконання курсових робіт/ Уклад. О.М. Дюгованець. Ужгород: Видавництво УжНУ «Говерла», 2021. 84 с.
4. Методичні вказівки до виконання курсової роботи з дисципліни «Бізнес-планування» для студентів спеціальностей: 051 – «Економіка», 075 – «Маркетинг» та 076 – «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» всіх форм навчання / Укладач А. В. Вітюк. – Вінниця : ВНТУ, 2021. – 36 с.
5. Бізнес-планування підприємницької діяльності в АПК. Методичні вказівки до вивчення дисципліни, виконання практичних і самостійних завдань, дистанційного навчання для підготовки фахівців ОС «Магістр» спеціальностей 051 «Економіка» та 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» /укл. Ільчук М.М., Коновал І.А., Євтушенко В.Д. Київ.: НУБіП України, 2019. 22 с.
6. Бізнес-планування та управління проектами: навчальний посібник / П. Г. Ільчук, Р. В. Фещур, А. І. Якимів та ін. ; за ред. П. Г. Ільчука Львів : Новий Світ - 2000, 2019. 216 с.: іл.
7. Білінська В. Сучасні інноваційні технології в сільському господарстві: основна характеристика та перспективи впровадження. Вісник Київського національного університету ім. Т.Г. Шевченка, 2015, вип. 7(172). С. 74 – 80.
8. Глівенко С. В. Економічне прогнозування : навч. посіб. / С. В. Глівенко, М. О. Соколов, О. М. Теліженко. – Суми : Університетська книга, 2001. – 207 с.

9. Грабовецький Б. Є. Економічне прогнозування та планування : Навч. посіб. / Б. Є. Грабовецький. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 188 с.
10. Грабовецький Б. Є. Методи експертних оцінок : теорія, методологія, напрямки використання. Монографія / Б. Є. Грабовецький. – Вінниця : ВНТУ, 2010. – 171 с.
11. Грабовецький Б. Є. Теоретико-методологічні основи аналізу і прогнозування тенденцій змін техніко-економічних показників в системі АПК. Монографія / Б. Є. Грабовецький. – Вінниця : ВНТУ, 2011. – 184 с.
12. Механізми та функціонально-структурні інструменти забезпечення конкурентоспроможності національної економіки в умовах сучасних загроз економічної безпеки : монографія / за ред. Т. Г. Васильціва, Р. Л. Лупака. – Львів : Вид-во ННБК “АТБ”, 2019. – 552 с.
13. Нагорна І.І. Особливості процесу планування економічної безпеки на підприємстві. *Економіка і управління*. Науковий журнал – Київ: Європейський університет, 2021 р. № 2. <https://e-u.edu.ua/journal/1082.pdf>
14. Нагорна І.І. Модель прогнозування рівня економічної безпеки підприємства. *Ефективна економіка*: зб. наук. пр. – Дніпропетровського державного аграрного університету. 2022, №6. Ел. наук. вид. Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua>
15. Нагорна І. І., Фурманець В.В. Особливості формування організаційно-економічного механізму забезпечення економічної безпеки поліграфічного підприємства. *Ефективна економіка*: зб. наук. пр. – Дніпропетровського державного аграрного університету. 2022, № 11. Ел. наук. вид. Режим доступу: <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee>  
<https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/766/774>
16. Pravdiuk N., Usykova O., Skrypnuk M., Nahorna I., Kurganskaya E. Mechanism of economic processes self-organization at the enterprise // Financial and credit activity: problems of theory and practice - 2019. №1 С. 302-313.; DOI - <https://dx.doi.org/https://dx.doi.org/https://doi.org/10.18371/fcaptp.v1i28.163030>



17. Стратегія та засоби конвергенції системи соціальної безпеки України та ЄС у процесі євроінтеграції : монографія / за ред. Т. Г. Васильціва, Р. Л. Лупака. – Львів : Вид-во ННВК “АТБ”, 2018. – 303 с.
18. Пилипенко О. І. Аналіз інвестиційної привабливості підприємства: огляд методик // Міжнародний збірник наукових праць, 2010. Вип. 1(13). С. 324-330.
19. Соловйова Н. І., Макаренко С. М., Олійник Н. М. Методологічна коректність прогнозного оцінювання параметрів соціально-економічного розвитку регіонів // Актуальні проблеми економіки, 2016. № 11 (185). С. 268- 277.
20. Шашкова Н. І., Соловйов А. І., Макаренко С. М. Моделювання показників ефективності управління організаційною культурою підприємства // Актуальні проблеми економіки, 2017. № 2 (188). С. 107-112.
21. Яворська К. Ю. Стратегічне маркетингове управління портфелем бізнесів шляхом формування в його складі бізнес-напрямів // Бізнес Інформ, 2014. №1. С. 350–355.
22. Яремко С. А., Кузьміна О. М. Оптимізація управління діяльністю підприємств на основі методів імітаційного моделювання бізнес-процесів // Актуальні проблеми економіки, 2017. № 2 (188). С. 375-384.
23. Бізнес-планування підприємницької діяльності : навч. посіб. / З. С. Варналій, Т. Г. Васильців, Р. Л. Лупак, Р. Р. Білик. Чернівці: Технодрук, 2019. 264 с.
24. Бізнес-планування: навчальний посібник до виконання розрахункової роботи для студентів першого (бакалаврського) рівня галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності 073 «Менеджмент» освітньо-професійної програми «Менеджмент і бізнес-адміністрування» першого. Уклад.: Ж. Жигалкевич. – Електронні текстові дані. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 36 с.

## СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

### *Базова література*

1. Бурик А.Ф. Планування діяльності підприємства : навч. посіб. / А.Ф. Бурик. – К. : ЦУЛ, 2018. – 260 с. 9
2. Варналій З. С. Бізнес-планування підприємницької діяльності : навч. посіб. / З. С. Варналій, Т. Г. Васильців, Р. Л. Лупак, Р. Р. Білик. Чернівці : Технодрук, 2019. 264 с.
3. Лаврів Л. А. Планування діяльності організації : навч. посіб. / Л. А. Лаврів. – Тернопіль : Крок, 2015. – 320 с.
4. Марченко О. І. Планування діяльності підприємства. Практикум : навч. посіб. / О. І. Марченко, Г. Б. Погріщук, В. Л. Фесюк. – Тернопіль : Економічна думка, ТНЕУ, 2015. – 458 с.
5. Михалюк Н. І. Планування діяльності підприємств : навч. посіб. / Н. І. Михалюк. – К. : Ліра-К, 2015. – 620 с.
6. Тарасюк Г. М. Управління плануванням діяльності підприємства: теоретичні та практичні аспекти : монографія / Г. М. Тарасюк. – Житомир : ЖДТУ, 2015. – 292 с.
7. Швайка Л. А. Планування діяльності підприємства : навч. посіб. / Л. А. Швайка. – К. : Ліра-К, 2015. – 268 с.

### *Допоміжна література*

8. Карпов В. А. Планування та аналіз підприємницьких проектів : навч. посіб. / В. А. Карпов. – 10 Одеса : ОНЕУ, 2015. – 243 с.
9. Должанський З. І. Бізнес-план: технологія розробки : навч. посіб. / З. І. Должанський, Т. О. Загорна. – К. : ЦУЛ, 2019. – 384 с.
10. Крамаренко Г. О. Фінансовий аналіз і планування : навч. посіб. / Г. О. Крамаренко. – К. : ЦУЛ, 2015. – 224 с.
11. Куцик В. І. Моделювання конкурентних позицій підприємств реального сектора економіки на внутрішньому ринку / В. І. Куцик, Р. Л. Лупак // Бізнес Інформ. – 2017. – № 12. – С. 244-249. 14.

12. Довгань Л.Є., Каракай Ю.В., Артеменко Л.П. Стратегічне управління: Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 440 с. – ISBN 978- 966-364-903-0.
13. Занора В.О. Управління підприємствами: планування технологічних витрат, ризик-менеджмент, мотивування, прийняття управлінських рішень : монографія / В.О. Занора, С.В. Войтко; - Міністерство освіти і науки України, Національний технічний університет України "Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського". Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. -224.
14. Методологія інноваційного розвитку промислових підприємств у контексті євроінтеграції: монографія / Л.М.Шульгіна, Л.П.Артеменко, Ж.М. Жигалкевич, М.О.Чуприна, Г.П.Жалдак; за ред. Л.М.Шульгіної. Розділ 2. Артеменко Л.П. Діагностика безпекового середовища промислових підприємств в європейському економічному просторі // – К.:КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. – 198 с.

### *Інформаційні ресурси*

15. Національна бібліотека України ім. В. Вернадського НАН України: <http://www.nbuv.gov.ua>
16. Львівська наукова бібліотека ім. Стефаника НАН України. – м. Львів, вул. Стефаника, 2. Тел.: 274-43-72 <http://www.lsl.lviv.ua>
17. Державна служба статистики України: <http://www.ukrstat.gov.ua>
18. Статистична служба Європейської комісії (Євростат): [www.europa.eu.int](http://www.europa.eu.int)
19. Періодичні видання (журнали, тижневики): Актуальні проблеми економіки: <http://eco-science.net/Arhive.html>
20. Економіка України: <https://journals.ua/business/ekonomika-ukrainy-ukrainskiy>
21. Ефективна економіка: [www.economy.nayka.com.ua](http://www.economy.nayka.com.ua)
22. Економіка, фінанси, право: [efp.in.ua/arhiv-nomeriv](http://efp.in.ua/arhiv-nomeriv)
23. Економіст: [ua-ekonomist.com](http://ua-ekonomist.com)
24. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право: <http://zt.knteu.kiev.ua>
25. Підприємництво, господарство і право: [pgp-journal.kiev.ua](http://pgp-journal.kiev.ua)
27. Фінанси України: [fu.minfin.gov.ua](http://fu.minfin.gov.ua)
28. Проблеми економіки: [www.problecon.com](http://www.problecon.com)

29. Бізнес-Інформ: [www.business-inform.net](http://www.business-inform.net)
30. Збірники наукових праць ЛТЕУ:
31. Вісник ЛТЕУ (Економічні науки): <http://www.lute.lviv.ua/education/nauk-vydan/visnyk-ekon>
32. Підприємництво і торгівля: <http://www.lute.lviv.ua/education/nauk-vydan/visnyk-torg>
33. Сайти Інтернет:  
[www.ft.com](http://www.ft.com) - Financial Times  
[www.businessweek.com](http://www.businessweek.com) - Business Week  
[www.economist.com](http://www.economist.com) - The Economist  
[www.europe.eu.int](http://www.europe.eu.int) - Європейський союз  
[www.imf.org](http://www.imf.org) - Міжнародний валютний фонд  
[www.worldbank.org](http://www.worldbank.org) - Світовий банк  
[www.wto.org](http://www.wto.org) - Світова організація торгівлі  
[www.portal.euromonitor.com](http://www.portal.euromonitor.com) - Євромонітор  
[www.uncitral.org](http://www.uncitral.org) - Конференція ООН щодо права міжнародної торгівлі (ЮНСІТРАЛ)  
[www.iccwbo.org](http://www.iccwbo.org) - Міжнародна торговельна палата (МТП)
34. Офіційний сайт Конфедерації вільних профспілок України <http://kvpu.org.ua/uk/>
35. Офіційний сайт Федерації роботодавців України <http://ua.fru.org.ua/>
36. Офіційний сайт Конфедерації роботодавців України  
<http://www.conf.eu.org/ua/home.html>
37. Офіційний сайт Євростату <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>
38. Офіційний сайт Всеукраїнського порталу з питань охорони праці  
<http://dnop.com.ua/normativ2/book189.htm>
39. Офіційний сайт Міжнародної організації праці <http://www.ilo.org.ua>
40. EU KLEMS Progect : [www.euklems.net](http://www.euklems.net).

## **ДОДАТОК А**

### **Рекомендована тематика курсових робіт з дисципліни «Бізнес-планування»**

1. Бізнес-план створення нового продукту на підприємстві.
2. Бізнес-план впровадження інноваційних технологій при виробництві кондитерських виробів.
3. Бізнес-план впровадження інноваційних технологій при виробництві продукції олійних культур.
4. Бізнес-план впровадження ресурсозберігаючих технологій при виробництві продукції.
5. Бізнес-план створення та діяльності комбікормового заводу.
6. Бізнес-план відкриття міні-пекарні.
7. Бізнес-план організації виробництва рафінованої соняшникової олії.
8. Бізнес-план проєкту організації підприємства заводу з виробництва пелет.
9. Бізнес-план проєкту створення та діяльності підприємства з переробки волоських горіхів.
10. Бізнес-план інвестиційного проєкту спорудження біогазової установки.
11. Бізнес-план інвестиційного проєкту спорудження сонячної електростанції.
12. Бізнес-план запровадження сучасних прогресивних технологій на підприємстві.
13. Бізнес-планування реконструкції виробничих об'єктів промислового підприємства.
14. Бізнес-планування застосування виробничої франшизи на промисловому підприємстві.
15. Бізнес-планування модернізації продукції промислового підприємства відповідно до потреб ринку.
16. Бізнес-планування розширеного відтворення основних засобів підприємства.

*Додаток Б***Зразок титульного аркушу курсової роботи**

НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ  
 «КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ  
 імені ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»  
 Факультет менеджменту та маркетингу  
 Кафедра менеджменту підприємств

**КУРСОВА РОБОТА**з *Бізнес-планування*

на тему: «Бізнес-план запровадження сучасних прогресивних технологій на підприємстві»

Студента 3 курсу УВ-21 групи  
 напряму *галузь знань 07 "Управління та адміністрування"*  
 спеціальності *073 «Менеджмент»*  
 ОП "*Менеджмент і бізнес-адміністрування*"  
*Данильчука О.О.*  
 Керівник *доцент, к.е.н, доцент кафедри менеджменту підприємств Нагорна І.І.*

Національна шкала \_\_\_\_\_  
 Кількість балів: \_\_\_\_\_ Оцінка: ECTS \_\_\_\_\_

Члени комісії

_____	_____
(підпис)	(прізвище та ініціали)
_____	_____
(підпис)	(прізвище та ініціали)
_____	_____
(підпис)	(прізвище та ініціали)

м. Київ – 2024 рік

**Додаток В**  
**Приклади оформлення бібліографічного опису наукових робіт (списку використаних джерел посилання)**

Характеристика джерела	Приклад оформлення
Книги: Один автор	<p>Василій Великий. Гомілії / Василій Великий ; [пер. з давньогрец. Л. Звонська]. — Львів : Свічадо, 2006. — 307 с. — (Джерела християнського Сходу. Золотий вік патристики IV—V ст. ; № 14).</p> <p>Коренівський Д. Г. Дестабілізуючий ефект параметричного білого шуму в неперервних та дискретних динамічних системах / Коренівський Д. Г. — К. : Ін-т математики, 2006. — 111 с. — (Математика та її застосування) (Праці / Ін-т математики НАН України ; т. 59).</p> <p>Матюх Н. Д. Що дорожче срібла-золота / Наталія Дмитрівна Матюх. — К. : Асамблея діл. кіл : Ін-т соц. іміджмейкінгу, 2006. — 311 с. — (Ювеліри України ; т. 1).</p> <p>Шкляр В. Елементал : [роман] / Василь Шкляр. — Львів : Кальварія, 2005. — 196, [1] с. — (Першотвір).</p>
Два автори	<p>Матяш І. Б. Діяльність Надзвичайної дипломатичної місії УНР в Угорщині : історія, спогади, арх. док. / І. Матяш, Ю. Мушка. — К. : Кисво-Могилян. акад., 2005. — 397, [1] с. — (Бібліотека наукового щорічника "Україна дипломатична" ; вип. 1).</p> <p>Суберляк О. В. Технологія переробки полімерних та композиційних матеріалів : підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / О. В. Суберляк, П. І. Баштанник. — Львів : Растр-7, 2007. — 375 с.</p>
Чотири автори	<p>Методика нормування ресурсів для виробництва продукції рослинництва / [ Вітвіцький В. В., Кисляченко М. Ф., Лобастов І. В., Нечипорук А. А.]. — К. : НДІ "Укراгропромпродуктивність", 2006. — 106 с. — (Бібліотека спеціаліста АПК. Економічні нормативи).</p> <p>Механізація переробної галузі агропромислового комплексу : [підруч. для учнів проф.-техн. навч. закл.] / О. В. Гвоздєв, Ф. Ю. Ялпачик, Ю. П. Рогач, М. М. Сердюк. — К. : Вища освіта, 2006. — 478, [1] с. — (ПТО: Професійно-технічна освіта).</p>
П'ять і більше авторів	<p>Формування здорового способу життя молоді : навч.-метод. посіб. для працівників соц. служб для сім'ї, дітей та молоді / [Т. В. Бондар, О. Г. Карпенко, Д. М. Дикова-Фаворська та ін.]. — К. : Укр. ін-т соц. дослідж., 2005. — 115 с. — (Серія "Формування здорового способу життя молоді" : у 14 кн., кн. 13).</p>
Без автора	<p>Історія Свято-Михайлівського Золотоверхого монастиря / [авт. тексту В. Клос]. — К. : Грані-Т, 2007. — 119 с. — (Грані світу).</p> <p>Воскресіння мертвих : українська барокова драма : антологія / [упорядкув., ст., пер. і прим. В. О. Шевчук]. — К. : Грамота, 2007. — 638, [1] с.</p> <p>Тіло чи особистість? Жіноча тілесність у вибраній малій українській прозі та графіці кінця ХІХ — початку ХХ століття : [антологія / упоряд.: Л. Таран, О. Лагутенко]. — К. : Грані-Т, 2007. — 190, [1] с.</p> <p>Проблеми типологічної та квантитативної лексикології : [зб.наук.праць / наук. ред. Каліущенко В. та ін.]. — Чернівці : Рута, 2007. — 310 с.</p>

Багатотомний документ	<p>Історія Національної академії наук України, 1941—1945 / [упоряд. Л. М. Яременко та ін.]. — К. : Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, 2007— . — (Джерела з історії науки в Україні). Ч. 2 : Додатки — 2007. — 573, [1] с.</p> <p>Реабілітовані історією. Житомирська область : [у 7 т.]. — Житомир : Полісся, 2006— . — (Науково-документальна серія книг "Реабілітовані історією" : у 27 т. / голов. редкол.: Тронько П. Т. (голова) [та ін.]). Кн. 1 / [обл. редкол.: Синявська І. М. (голова) та ін.]. — 2006. — 721, [2] с.</p> <p>Бондаренко В. Г. Теорія ймовірностей і математична статистика. Ч.1 / В. Г. Бондаренко, І. Ю. Канівська, С. М. Парамонова. — К. : НТУУ "КПІ", 2006. — 125 с.</p>
Матеріали конференцій, з'їздів	<p>Економіка, менеджмент, освіта в системі реформування агропромислового комплексу : матеріали Всеукр. конф. молодих учених-аграрників ["Молодь України і аграрна реформа"], (Харків, 11—13 жовт. 2000 р.) / М-во аграр. політики, Харк. держ. аграр. ун-т ім. В. В. Докучаєва. — Х. : Харк. держ. аграр. ун-т ім. В. В. Докучаєва, 2000. — 167 с.</p> <p>Кібернетика в сучасних економічних процесах : зб. текстів виступів на республік. міжвуз. наук.-практ. конф. / Держкомстат України, Ін-т статистики, обліку та аудиту. — К. : ІСОА, 2002. — 147 с.</p> <p>Матеріали ІХ з'їзду Асоціації українських банків, 30 червня 2000 р. інформ. бюл. — К. : Асоц. укр. банків, 2000. — 117 с. — (Спецвип.: 10 років АУБ).</p> <p>Оцінка й обґрунтування продовження ресурсу елементів конструкцій : праці конф., 6—9 черв. 2000 р., Київ. Т. 2 / відп. Ред. В. Т. Трощенко. — К. : НАН України, Ін-т пробл. міцності, 2000. — С. 559—956, XIII, [2] с. — (Ресурс 2000).</p> <p>Проблеми обчислювальної механіки і міцності конструкцій : зб. наук. праць / наук. ред. В. І. Моссаковський. — Дніпропетровськ : Навч. кн., 1999. — 215 с.</p> <p>Ризикологія в економіці та підприємстві : зб. наук. праць за матеріалами міжнар. наук.-практ. конф., 27-28 берез. 2001 р. / М-во освіти і науки України, Держ податк. адмін. України [та ін.]. — К. : КНЕУ : Акад. ДПС України, 2001. — 452 с.</p>
Словники	<p>Географія : словник-довідник / [авт.-уклад. Ципін В. Л.]. — Х. : Халімон, 2006. — 175, [1] с.</p> <p>Тимошенко З. І. Болонський процес в дії : словник-довідник основ. термінів і понять з орг. навч. процесу у вищ. навч. закл. / З. І. Тимошенко, О. І. Тимошенко. — К. : Європ. ун-т, 2007. — 57 с.</p> <p>Українсько-німецький тематичний словник [уклад. Н. Яцко та ін.]. — К. : Карпенко, 2007. — 219 с.</p> <p>Європейський Союз : словник-довідник / [ред.-упоряд. М. Марченко]. — 2-ге вид., оновл. — К. : К.І.С., 2006. — 138 с.</p>



Законодавчі та нормативні документи	<p>Кримінально-процесуальний кодекс України : за станом на 1 груд. 2005 р. / Верховна Рада України. — Офіц. вид. — К. : Парлам. вид-во, 2006. — 207 с. — (Бібліотека офіційних видань).</p> <p>Медицина статистика статистика : зб. нормат. док. / упоряд. та голов. ред. В. М. Заболотько. — К. : МНІАЦ мед. статистики : Медінформ, 2006. — 459 с. — (Нормативні директивні правові документи).</p> <p>Експлуатація, порядок і терміни перевірки запобіжних пристроїв посудин, апаратів і трубопроводів теплових електростанцій : СОУ-Н ЕЕ 39.501:2007. — Офіц. вид. — К. : ГРІФРЕ : М-во палива та енергетики України, 2007. — VI, 74 с. — (Нормативний документ Мінпаливенерго України. Інструкція).</p>
Частина книги, періодичного, продовжуваного видання	<p>Козіна Ж. Л. Теоретичні основи і результати практичного застосування системного аналізу в наукових дослідженнях в області спортивних ігор / Ж. Л. Козіна // Теорія та методика фізичного виховання. — 2007. — № 6. — С. 15—18, 35—38.</p> <p>Гранчак Т. Інформаційно-аналітичні структури бібліотек в умовах демократичних перетворень / Тетяна Гранчак, Валерій Горовий // Бібліотечний вісник. — 2006. — № 6. — С. 14—17.</p> <p>Валькман Ю. Р. Моделирование НЕ-факторов — основа интеллектуализации компьютерных технологий / Ю. Р. Валькман, В. С. Быков, А. Ю. Рыхальский // Системні дослідження та інформаційні технології. — 2007. — № 1. — С. 39—61.</p> <p>Ма Шуїн Проблеми психологічної підготовки в системі фізкультурної освіти / Ма Шуїн // Теорія та методика фізичного виховання. — 2007. — № 5. — С. 12—14.</p> <p>Регіональні особливості смертності населення України / Л. А. Чепелевська, Р. О. Моїсєєнко, Г. І. Баторшина [та ін.] // Вісник соціальної гігієни та організації охорони здоров'я України. — 2007. — № 1. — С. 25—29.</p> <p>Валова І. Нові принципи угоди Базель II / І. Валова ; пер. з англ. Н. М. Середи // Банки та банківські системи. — 2007. — Т. 2, № 2. — С. 13—20.</p> <p>Зеров М. Поетична діяльність Куліша // Українське письменство ХІХ ст. Від Куліша до Винниченка : (нариси з новітнього укр., письменства) : статті / Микола Зеров. — Дрогобич, 2007. — С. 245—291.</p> <p>Чорний Д. Міське самоврядування: тягарі проблем, принади цивілізації / Д. М. Чорний // По лівий бік Дніпра: проблеми модернізації міст України : (кінець ХІХ—початок ХХ ст. / Д. М. Чорний. — Х., 2007. — Розд. 3. — С. 137—202.</p>
Електронні ресурси	<p>Розподіл населення найбільш численних національностей за статтю та віком, шлюбним станом, мовними ознаками та рівнем освіти [Електронний ресурс] : за даними Всеукр. перепису населення 2001 р. / Держ. ком. статистики України ; ред. О. Г. Осауленко. — К. : CD-вид-во "Інфодиск", 2004. — 1 електрон. опт. диск (CD-ROM) : кольор. ; 12 см. — (Всеукр. перепис населення, 2001). — Систем. вимоги: Pentium-266 ; 32 Mb RAM ; CD-ROM Windows 98/2000/NT/XP. — Назва з титул. екрану.</p> <p>Бібліотека і доступність інформації у сучасному світі: електронні ресурси в науці, культурі та освіті : (підсумки 10-ї Міжнар. конф. „Крим-2003”) [Електронний ресурс] / Л. Й. Костенко, А. О. Чекмарьов, А. Г. Бровкін, І. А. Павлуша // Бібліотечний вісник — 2003. — № 4. — С. 43. — Режим доступу до журн. : <a href="http://www.nbu.gov.ua/articles/2003/03klinko.htm">http://www.nbu.gov.ua/articles/2003/03klinko.htm</a>.</p>

## *Додаток Д*

### Перелік підприємств з посиланням на фінансову звітність

1. Приватне акціонерне товариство «Київська кондитерська фабрика «Рошен»  
<http://kcf.roshen.com/>
2. Приватне акціонерне товариство «Куликівське молоко» <http://kulik-moloko.net.ua/node/11>
3. ТОВ «НЕСТЛІ УКРАЇНА» <https://www.nestle.ua/>  
[HTTPS://WWW.NESTLE.UA/SITES/G/FILES/PYDNOA316/FILES/2021-05/%D0%A2%D0%9E%D0%92%20%D0%9D%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BB%D0%B5%20%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D0%B0\\_%D0%A4%D1%96%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%B7%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C%20%D0%B7%D0%B0%202020\\_%D1%80%D1%96%D0%BA%20%D0%B7%D1%96%20%D0%97%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%BE%D0%BC%20%D0%BD%D0%B5%D0%B7%D0%B0%D0%BB%D0%B5%D0%B6%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%B0%D1%83%D0%B4%D0%B8%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B0.PDF](https://www.nestle.ua/sites/g/files/pydnoa316/files/2021-05/%D0%A2%D0%9E%D0%92%20%D0%9D%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BB%D0%B5%20%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D0%B0_%D0%A4%D1%96%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%B7%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C%20%D0%B7%D0%B0%202020_%D1%80%D1%96%D0%BA%20%D0%B7%D1%96%20%D0%97%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%BE%D0%BC%20%D0%BD%D0%B5%D0%B7%D0%B0%D0%BB%D0%B5%D0%B6%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%B0%D1%83%D0%B4%D0%B8%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B0.PDF)
4. ПрАТ «Данон Кремез» <http://kremez.emitents.net.ua/ua/docs>
5. ТОВ «Сільпо-Фуд» <http://silpo-fud.emitents.net.ua/ua/docs>
6. АТ «Галичфарм» <https://www.galychpharm.com/shareholders>
7. ПрАТ «Оболонь» <https://obolon.ua/ua/about/shareholders>
8. ПрАТ «Монделіс Україна» (eng)  
<https://www.mondelezinternational.com/Investors/Financials/Annual-Reports>
9. ПрАТ «Фармак» <https://farmak.ua/financial-statements-and-information-about-the-company/>
10. ТОВ «Хладопром» <https://www.khladoprom.com/pro-nas/>