**Практичне завдання 1**

Ознайомлення із установчими документами суб'єкта господарювання

Установчими документами суб'єкта господарювання є рішення про його утворення або засновницький договір, а у випадках, передбачених законом, статут (положення) суб'єкта господарювання.

**Завдання**

Використовуючи матеріали теми 1 конспекту лекцій, нормативно-правові акти України та інформацію з Інтернет-ресурсів ознайомитися із змістом та структурою засновницького договору і статуту суб'єкта господарювання.

**Практичне завдання 2**

Пошук підприємницької ідеї

Успіх підприємницької діяльності безпосередньо залежить від ідеї для бізнесу. Пошук привабливої бізнес-ідеї – це досить важке і відповідальне завдання. На цьому важливому етапі створення власної справи виникає проблема: де і як шукати нову підприємницьку ідею.

Джерелами ідей для бізнесу можуть бути: знання, отримані у середній школі і закладі вищої освіти; власний досвід, а також досвід родичів, друзів, знайомих; інформація, отримана із засобів масової інформації (газет, журналів, книг, Інтернет, радіо, телебачення тощо); інформація, отримана за результатами опитування споживачів про бажання мати нові товари; ідеї науковців за результатами їх досліджень; відвідування виставок, ярмарків та ін.; вивчення досягнень потенційних конкурентів; вивчення основних напрямів державної підтримки підприємницької діяльності.

У процесі пошуку і вибору підприємницької ідеї необхідно оцінювати шанси на успіх за практичної її реалізації. Оцінювання нової ідеї має бути комплексним.

Завдання

У ході обговорення запропонувати підприємницьку ідею.

Хід виконання завдання

1. Спочатку кожен студент індивідуально придумує підприємницьку ідею (студенти працюють індивідуально 10 - 15 хвилин).

2. Аудиторія ділиться на групи по 4- 5 осіб. Відбувається обговорення ідей в групах. У ході обговорення члени кожної групи визначають і обґрунтовують найцікавішу ідею (студенти працюють над виконанням завдання 15-20 хвилин).

3. Кожна команда представляє результати своєї роботи.

4. За результатами обговорення студенти роблять остаточні висновки

**Практичне завдання 3**

Створення власної справи. Державна реєстрація суб’єкта господарювання. Суб'єкт господарювання підлягає державній реєстрації як юридична особа чи фізична особа-підприємець у порядку, визначеному законом.

Завдання

На основі матеріалу тем 2 і 3 конспекту лекцій, опрацювання нормативно-правових актів України та інформації з Інтернет-ресурсів ознайомтеся з процедурами:

1) отримання електронного цифрового підпису (ЕПЦ) в Акредитованому центрі сертифікації ключів (АЦСК) при фіскальній службі (http://acskidd.gov.ua/r\_kor) або в будь-якій іншій організації, уповноваженій видавати ключі електронного цифрового підпису фізичним і юридичним особам.

2) оформлення онлайн-заяви про реєстрацію фізичної оcоби – підприємця через сайт Міністерства юстиції України та за допомогою iGov-Портал державних послуг (https://igov.gov.ua/).

**Практичне завдання 4**

Резюмé (фр. résumé), CV (лат. curriculum vitæ , що перекладається як «життєвий шлях») - вид документа, у якому подаються короткі відомості про навчання, трудову діяльність, професійні успіхи і досягнення особи, яка його складає.

Основна вимога до такого документа – вичерпність потрібних відомостей і лаконічність викладу.

Резюме найчастіше використовується під час прийому на роботу та є способом інформування роботодавця про найважливіші характеристики претендента на одержання посади.

Мета резюме - зацікавити роботодавця своєю кандидатурою. Зазвичай подається резюме із супровідним листом (мотиваційний лист (cover letter CL) - короткий діловий документ, що містить 200—250 слів), де висловлюється бажання отримати те чи інше місце та пояснюється, чому саме ваша кандидатура підходить на цю вакансію.

Не існує єдиних правил написання цього документу. Резюме складається для кожного конкретного випадку.

Резюме повинно слугувати «візитною карткою», тому слід дуже відповідально поставитися до його складання. Правильно побудоване резюме збільшує шанси зацікавити роботодавця і отримати запрошення на співбесіду.

Завдання.

На основі матеріалу теми 5 конспекту лекцій, опрацювання інформації з Інтернет-ресурсів та використовуючи посилання: <http://europass.cedefop.europa.eu/documents/curriculum-vitae> складіть резюме.

Europass — проект Європейського Союзу, спрямований на представлення професійних навичок, компетентностей і кваліфікацій у формі, зрозумілій у всіх країнах Європейського Союзу.

Europass складається з п'яти документів.

**Практичне завдання 5**

Визначення недоліків підприємця на основі системи «смертельних гріхів» Вольфганга Хойера

Для успішного оволодіння професією менеджера практики з управління вказують на «Смертельні гріхи» (характерні риси слабкого менеджера), яких потрібно намагатися позбутися:

1. Ухилення від відповідальності. Деякі менеджери свої невдачі пояснюють або випадковістю, або результатом несприятливого збігу обставин. Є й такі, які перекладають відповідальність за свої помилки на підлеглих.

2. Перешкоджання росту талантів. Люди, які не зацікавлені в роботі і, які не прагнуть до самовдосконалення, не можуть працювати добре.

3. Націленість виключно на результат. Коли менеджер орієнтований тільки на результат, а потреби співробітників не входять в сферу його інтересів, його рішення приречені на невдачу.

4. Нехтування прибутком. Менеджер, який не переймається життям організації, перестає бути потрібним. Менеджер повинен вміти спрямовувати всі свої зусилля на благо підлеглих і організації, де він працює.

5. Розбіжність слова і справи. Менеджер, що вимагає від співробітників проявів певних якостей, сам повинен ними володіти. Розбіжність слова і справи завдає менеджеру непоправної шкоди.

6. Відсутність індивідуального підходу до людей. Кожен співробітник – це особистість, яка має свій характер, характерні риси, рівень освіченості, життєвий і професійний досвід. Менеджер, що сприймає всіх людей однаковими, не може розраховувати на успіх.

7. Невміння розставляти пріоритети. Постійна завантаженість дрібними проблемами не дає можливості менеджеру зосередитися на головному. Той, хто захоплюється дрібницями, довго не затримується в кріслі керівника.

8. Прагнення домінувати. Менеджер, постійно нав’язує свою волю, не може працювати ефективно. У демократичному суспільстві керівник повинен бути для своїх підлеглих не тільки начальником, але і другом.

9. Нехтування заповідями менеджера. Менеджер, що не погоджує свої дії зі стратегічною лінією фірми, не може бути успішний. Тактика службової поведінки повинна відповідати загальним законам менеджменту.

10. Схильність до повчань. Менеджер повинен вміти навчати своїх співробітників, але не повчати їх. Постійний тиск на співробітників впливає на загальний психологічний клімат в колективі.

11. Неуважність до людей. Увага керівника до людини не потребує будь-яких витратах і не вимагає великих зусиль, однак позитивно впливає на ефективність роботи. Неувага негативно відбивається на всіх сторонах діяльності колективу.

12. Ігнорування успіхів працівників. Кожна людина прагне дізнатися про результати свого вкладу в загальну справу, про свої успіхи. Замовчування цього питання несприятливо позначається на роботі людей.

13. Маніпулювання людьми. Люди розуміють необхідність керівництва, але вони проти маніпулювання (постійної кадрової перестановки, зіткнення інтересів). Менеджер, який занадто маніпулює людьми, приречений на невдачі.

Рівень відображеності «смертельних гріхів» менеджера. Нижче подана шкала, виконана у вигляді семантичного диференціалу.

Необхідно відзначити певною позначкою (ν + ● тощо) свою позицію в кожному рядку. При заповненні - будьте щирими. Це допоможе Вам виявити і опрацювати багато своїх недоліків.

1. З’єднайте всі позначки і Ви отримаєте графік, що показує рівень прояву у Вас «смертельних гріхів» менеджера.

2. Зверніться до Ваших друзів (колег по роботі), а також підлеглих заповнити шкалу. Підсумуйте бали по кожному рядку і складіть новий графік. Це буде погляд на Вас «з боку».

Проаналізуйте отримані результати. Вони допоможуть Вам адекватно оцінити себе і розставити пріоритети в роботі над собою. Зробіть висновки.

Таблиця

Вихідні дані для виявлення «смертельних гріхів» підприємця

за методом побудови семантичного диференціалу

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 Завжди беру  відповідальність на себе | +3 +2 +1 | 0 -1 -2 -3 | Уникаю відповідальності |
| 2.Сприяю професійному  росту працівників | +3 +2 +1 | 0 -1 -2 -3 | Перешкоджаю професійному росту працівників |
| 3 Орієнтуюся на результат за рахунок заохочень  працівників | +3 +2 +1 | 0 -1 -2 -3 | Орієнтуюся тільки на  результат |
| 4 Пам’ятаю про прибуток | +3 +2 +1 | 0 -1 -2 -3 | Забуваю про прибуток |
| 5Дотримуюся принципу  єдності слова і справи | +3 +2 +1 | 0 -1 -2 -3 | Допускаю розбіжність між словом і справою |
| 6.Застосовую індивідуальний  підхіддо підлеглих | +3 +2 +1 | 0 -1 -2 -3 | Всіх сприймаю однаково |
| 7 Концентруюся на головному | +3 +2 +1 | 0 -1 -2 -3 | Переймаюся дрібницями |
| 8.При спілкуванні з  підлеглими не доміную | +3 +2 +1 | 0 -1 -2 -3 | Намагаюся домінувати в спілкуванні з підлеглими |
| 9.Дотримуюся загальних  правил менеджера | +3 +2 +1 | 0 -1 -2 -3 | Порушую правила  менеджера |
| 10 Не намагаюся повчати інших | +3 +2 +1 | 0 -1 -2 -3 | Маю схильність повчати інших |
| 11.Уважний до людей | +3 +2 +1 | 0 -1 -2 -3 | Часто неуважний до людей |
| 12 Не маніпулюю людьми | +3 +2 +1 | 0 -1 -2 -3 | Маніпулюю людьми |

**Практичне завдання 6**

Оцінка ефективності використання впливу через переконання. Об’єкт оцінки – керівники і фахівці підприємства (організації), діяльність якого Вам відома.

Виконуючи завдання використовуйте нижче подану таблицю 8. Визначивши оцінки щодо ефективності використання впливу через переконання та заповнивши таблицю 8, необхідно скласти додаткові таблиці. Після здійснення розрахунків в зазначених таблицях виконується графічне зображення ситуаційної моделі, формуються висновки і пропозиції щодо поліпшення ситуації.

Таблиця

Оцінка ефективності використання впливу через переконання (бали)

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Критерій оцінки ефективності | Керів-ник | Бухгал-тер | Еконо-міст | Марке-толог | Дизай-нер | Сума балів | Середнє значення |
| 1. Точно визначає і враховує потреби слухачів |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 Наскільки ефективніше спілкування, якщо розмову почати з теми, яка цікавить  співрозмовника? |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 Якою мірою проявляється прагнення створити образ, що викликає довіру і почуття надійності? |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 Наскільки більше слід попросити в розрахунку на те, що дадуть стільки, скільки потрібно? |  |  |  |  |  |  |  |
| 5 Якою мірою враховуються інтереси слухачів? |  |  |  |  |  |  |  |
| 6 Якою мірою дотримується правила висловлюватися останнім, якщо є кілька точок зору? |  |  |  |  |  |  |  |
| Сума оцінок |  |  |  |  |  |  |  |
| В середньому (сума: 6) |  |  |  |  |  |  |  |

**Практичне завдання 7**

Діагностика стану організації на предмет виявлення ознак «нездорової організації»

Хід роботи:

1. Студент самостійно вибирає підприємство чи будь-яке організаційне формування (установу, інститут), робота яких йому добре знайома.

2. Відповіді на питання про ознаки «нездорової організації» подаються у вигляді «так» чи «ні». Підсумовується кількість підтверджуючих відповідей («так») і заперечуючи («ні»).

3. Використовуючи ключ до вправи визначається рівень (стадія) організації.

Ознаками «нездорової організації» є:

1. Невисокий особистий внесок у загальну роботу щодо досягнення цілей організації всіх членів колективу, за винятком вищого керівництва.

2. Працівники організації усвідомлюють проблеми та недоліки, в той же час нічого не роблять аби їх виправити.

3. Люди висловлюють думки про проблеми організації лише за її межами, при чому не з тими, хто може щось виправити, такого це стосується.

4. Керівництво організації намагається занадто багато контролювати, тому починає гальмувати роботу; також приймає рішення, використовуючи неперевірену інформацію та сумнівні поради. Працівники ж скаржаться на непродумані, необґрунтовані дії керівництва.

5. Керівники переконані в тому, що лише вони намагаються працювати. В той же час накази та розпорядження керівництва не виконуються, як це заплановано.

6. До думки працівників нижчих рівнів управління прислухаються виключно у межах їх посадових обов’язків.

7. Особисті потреби та почуття людей вважаються другорядною справою.

8. Працівники організації конкурують в тих сферах, де їм потрібно працювати спільно. Люди не довіряють один одному, відсутня взаємодопомога, мало спілкуються між собою; керівників в цілому такий стан справ влаштовує.

9. Коли починається криза, службовці вважають, що їх це не стосується, або починають шукати винних серед співробітників.

10. Конфлікти у більшій мірі приховуються або згладжуються за допомогою відповідної політики організації. В іншому випадку починаються безперервні суперечки.

11. Навчиться чогось складно. Працівники не прагнуть отримати знання від своїх колег, їм доводиться, відкидаючи досвід інших, вчитися на власних помилках.

12. Зворотним зв’язком керівництво нехтує.

13. Люди відчувають себе роз’єднаними, не підтримують один одного, що породжує в них страх.

14. Життя людей в основному обмежене рамками роботи. Робота не викликає інтерес у зв’язку із зникненням ефекту новизни, в той же час ніяких дій для зміни ситуації не робиться з міркувань власної безпеки. Наприклад, на нарадах, зборах колективу співробітники поводяться зазвичай покірно та байдуже.

15. Керівник - «власник» і «батько» організації.

16. Керівник контролює всі напрямки діяльності жорстко, вимагає повної покори та звітності.

17. Можливості зведення ризику до мінімуму малі (можна це зробити лише високою ціною).

18. Проблеми в організації зазвичай замовчуються, або ж їх вирішують формально.

19. «Одна помилка – і ви звільнені».

20. Зміна форми управління та загальна політика керівництва стають обтяжливими для організації. З’являються порушення і зловживання.

21. Люди змирилися, розчаровані: «Я не можу нічого зробити».

22. Новаторство не отримує широкого поширення, так як абсолютно не заохочується.

**Ключ до оцінки**: Якщо сума балів відповідей «так» на запитання анкети складають:

- від 15 до 22 – організація невиліковно хвора. Її найближче майбутнє – це можливі ще більші невдачі або повний крах. Буде великою помилкою, пов’язати своє трудове життя і кар’єру з такою організацією;

- від 10 до 14 – організація є на межі кризи. Ще трохи та конкуренти її витіснять. Керівництву організації потрібно негайно вживати заходів. Ваше майбутнє у такій організації не є гарантованим;

- від 5 до 9 – така організація ще може непогано працювати, але вже з’явилися тривожні симптоми. І вони можуть перетвориться у «хронічну хворобу», а тоді «лікування» буде тривалим та вартісним. Ви ще можете покращити стан справ, якщо негайно почнете «лікувати» організацію;

- від 0 до 4 - такій організації забезпечений успіх та процвітання. Вона є однією з найкращих. Ваше майбутнє застраховано від невдач і потрясінь.

**Практичне завдання 8**

**Розробка бізнес-плану суб’єкта господарювання**

Бізнес-план – це формалізоване вираження планів суб’єкта господарювання на майбутнє його бізнесу і обґрунтування реальності цих планів. Процес створення бізнес-плану допомагає викласти думки на папері, уточнити і впорядкувати їх бізнес-план має продемонструвати бачення суб’єкта господарювання поточного стану речей, і що плани ґрунтуються на конкретних та раціональних прогнозах.

Процес опрацювання ключових аспектів бізнес-плану включає три етапи:

1. Мета бізнесу. Які ваші цілі щодо вашого бізнесу? До якого становища (положення на ринку, фінансових показників, репутації) ви б хотіли привести його? Які можливі шляхи досягнення цього?

2. Поточний план бізнесу. Де ви зараз? Які ресурси вам підконтрольні? Що відбувається з попитом? Що роблять конкуренти? Яка макроекономічна ситуація в країні, регіоні і світі, і як вона впливає на ваш бізнес?

3. План дій. Яким буде ваш план дій? Які ресурси вам потрібні для реалізації цього плану, і як ви плануєте залучити ресурси, яких не вистачає? Які ви бачите ризики і слабкі місця в вашому плані, який ваш «план Б», як ви плануєте зменшувати ризики і як будете реагувати на негативні події?

Завдання:

Використовуючи матеріали теми 4 конспекту лекцій, нормативно-правові акти України, інформацію з Інтернет- ресурсів розробити бізнес-план для суб’єкта господарювання, що спеціалізується на виробництві дизайнерської продукції.

Шаблон бізнес-плану

Розділ 1. Опис бізнесу

Загальний опис ферми Ім’я, адреса, керівництво, співробітники, юридична та організаційна структура, основні акціонери.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Наявні довгострокові активи, наявна земля в обробці, її місце розташування і якість.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Опис основних джерел доходів та напрямки діяльності, що їм відповідають. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Напрацювання за останні 3-5 років, порівняння з аналогічними організаціями регiону.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Методи виробництва (технології, інтенсивність).\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Кредитна історія. Відносини з банками/кредиторами. Можливість гарантування кредиту особистим майном власника/інших осіб.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Опис продукту, умови продажу – розписати по кожному основному виду продукції

Джерела доходів, основні покупці або канали збуту, умови продажів, сезонність продажів. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Опис продукту – характеристики, параметри стандарти \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Стійкість вашого положення на ринку (стійкість і обсяг попиту, унікальність продукту, наявність/відсутність конкурентів, ваша пропозиція для ринку порівняно з конкурентами).

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Які тенденції змін попиту? По загальному обсягу, по існуючих товарах, підвидах продукції тощо? Що це означає для ваших продуктів?

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Близькість вашого бізнесу до відповідних ланцюгів доданої вартості (опис зв'язків з закупівельниками, трейдерами, роздрібною мережею). \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Опис прибутковості – розписати по кожному основному виду продукції

Основні покупці / клієнти та історія відносин. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Основні постачальники матеріально-технічних ресурсів та послуг, історія взаємозв'язку з ними. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Активи, як беруть участь у створенні продукту, їх справедлива ринкова вартість, чи вони перебувають в заставі. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Ключові показники на базі фінансової звітності (Форма 1 і 2, і інші за наявності) та виробничої звітності (Форма 50-cг, 24-сг, і інші) за останні 3-5 років, та рентабельність. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Обґрунтування бізнес-плану Пояснення переваг та доцільності вашого проекту. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Чітке пояснення того, на що буде використана позика і як ви плануєте її повертати. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Розділ 2. План виробництва та маркетингу для проекту (для нової продукції)

Аналіз ринку

Аналіз ринку на нову продукцію, яку ви починаєте виробляти завдяки реалізації цього бізнес-плану. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Аналіз ваших можливостей по реалізації цієї продукції. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

План по збільшенню виробничої потужності/ введенню нової продукції у виробництво

План виробництва за умови наявності необхідних активів, знань, навичок, тощо. (План отримання цих активів викладається в Розділі3)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Фактори господарювання, що впливають на кількість та якість готової продукції і план контролю цих факторів.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Календарний план отримання готової продукції. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Ключові показники ефективності, що будуть використовуватись для контролю.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Резюме виробничого плану. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Маркетинговий план

Запланований підхід до ціноутворення. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

План продажів. Прогноз виручки. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Канали збуту, підходи до просування продукції на ринок.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Резюме маркетингового плану. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Розділ 3. Наявні необхідні ресурси для досягнення запланованих результатів

Загальна оцінка потрібних ресурсів для реалізації бізнес-плану. \_\_\_\_\_ Наявні людські ресурси, та необхідні інвестиції в їх підсилення (надання нових знань, інструментів для збільшення працездатності, побудови нових навичок, тощо).\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Наявні фізичні активи, та необхідні інвестиції (переоснащення, добудова, закупівля обладнання, заміна обладнання, тощо). \_\_\_\_\_\_\_\_

Інші інвестиції. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Участь в проекті власними грошима порівняно з кредитними ресурсами.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Опис застави, покриття заставою потрібних інвестицій (вартість застави в порівнянні з вартістю кредиту). \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Розділ 4. Поточні фінансові показники та фінансовий стан Поточне фінансове становище підприємства

Баланс \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Звіт про фінансові результати \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Звіт про грошовий потік \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Звіт про власний капітал \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Ключові виробничі показники

Пряма собівартість продукції \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Повна собівартість продукції (розмір непрямих та загальногосподарських витрат та обґрунтування розміру таких витрат)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Рентабельність продукції \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Прогнозні фінансові та виробничі показники

Прогнозний баланс \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Прогнозні фінансові результати \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Прогнозний грошовий потік \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Прогнозна пряма та повна собівартість продукції \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Розділ 5. Аналіз сильних і слабких сторін, сприятливих можливостей і загроз

Аналіз сильних і слабких сторін, сприятливих можливостей і загроз

Аналіз сектору, в якому задіяне господарство \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Аналіз на рівні господарства \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Визначення ризиків та підходів до зменшення ризиків та пом’якшення їх наслідків

Оцінка ключових ризиків \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Оцінка ймовірності настання несприятливих подій \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Підходи до зменшення ризиків і пом’якшення наслідків \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Додатки

Подумайте, які документи треба додати до вашого бізнес-плану і перелічіть їх тут.

**Практичне завдання 9**

**Проведення маркетингових досліджень**

Завдання:

Використовуючи матеріали теми 7 конспекту лекцій та інформацію з Інтернет-ресурсів провести кабінетні дослідження щодо номенклатури й асортименту продукції таких компаній:

- Bayer - Байєр Україна (http://www.bayer.ua/),

- BASF (https://www.basf.com/ua/ua.htm),

- AVANGARDCO IPL (<https://avangardco.ua/nashadijalnist/> produkcija/),

- Агропродсервіс (http://agroprodservice.com.ua/)

- KERNEL (https://www.kernel.ua/ua/)

- Група АГРОТРЕЙД (agrotrade) (http://www.agrotrade.ua/),

- Агрозахист Донбас (<https://agrozahist-donbas.com.ua/productcategory/> zasobi-zahistu-roslin/ ),

- Торговий Дім «Насіння» (https://tdnasinnya.com/uk/kataloh/zasoby-zakhystu-roslyn ),

- ТОВ «Ерідон Тех» (<https://www.eridon.ua/vididiyalnosti/> silhoztehnika),

- Бізон-Тех (https://bizontech.ua/product/protection)

Які засоби маркетингових комунікацій використовують зазначені суб’єкти господарювання при просуванні їх продукції на ринку? Проаналізувати маркетингову цінову та комунікативну політику суб’єктів господарювання.