

**Вищий навчальний заклад Укоопспілки  
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»  
(ПУЕТ)**

**Кафедра комерційної діяльності та підприємництва**

# **ОРГАНІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

**НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ ПОСІБНИК**

**для самостійного вивчення навчальної дисципліни  
студентами спеціальностей 076 «Підприємництво, торгівля  
та біржова діяльність» освітня програма «Товарознавство і  
торговельне підприємництво», 073 «Менеджмент» освітня  
програма «Менеджмент», 181 «Харчові технології» освітня  
програма «Харчові технології та інженерія» ступеня  
бакалавра ПУЕТ**

**ПОЛТАВА  
ПУЕТ  
2018**

**Автори:** *О. А. Спориш*, к. е. н., доцент, кафедри комерційної діяльності та підприємництва Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;

*І. В. Юрко*, к. е. н., доцент, доцент кафедри комерційної діяльності та підприємництва Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі».

*К. М. Краус*, к. е. н., доцент, кафедри комерційної діяльності та підприємництва Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;

*Л. В. Іржавська*, асистент доцент, доцент кафедри комерційної діяльності та підприємництва Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі».

**Рецензенти:** *В. В. Лісіца*, к. е. н., доцент, кафедри комерційної діяльності та підприємництва Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;

*Ю. В. Іванов*, к. е. н., доцент, кафедри комерційної діяльності та підприємництва ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі».

*Рекомендовано до видання, розміщення в електронній бібліотеці та використання в освітньому процесі на засіданні кафедри комерційної діяльності та підприємництва ПУЕТ  
27 червня 2016 р., протокол № 12*

Організація підприємницької діяльності : навчально-методичний посібник для самостійного вивчення навчальної дисципліни студентами спеціальностей 076 «Підприємство, торгівля та біржова діяльність» освітня програма «Товарознавство і торговельне підприємництво», 073 «Менеджмент» освітня програма «Менеджмент», 181 «Харчові технології» освітня програма «Харчові технології та інженерія» ступеня бакалавра ПУЕТ / О. А. Спориш, І. В. Юрко, К. М. Краус, Л. В. Іржавська. – Полтава : ПУЕТ, 2018. – 178 с.

Відповідальні за зміст навчально-методичного видання автори, рецензенти та завідувач кафедри комерційної діяльності та підприємництва *П. Ю. Балабан*

Повне чи часткове відтворення, тиражування, передрук і розповсюдження цього видання без дозволу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» **ЗАБОРОНЕНО**

© Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», 2018

## **Вступ**

*Навчальна дисципліна «Організація підприємницької діяльності» являє собою комплексну навчальну дисципліну, орієнтовану на підготовку кваліфікованих спеціалістів підприємницького типу.*

*Дисципліна тісно пов'язана з іншими предметами, що вивчають студенти, вона є базовою для таких дисциплін як «Менеджмент організацій», «Маркетинг», «Менеджмент персоналу», «Бізнес-планування».*

***Головна мета навчальної дисципліни** полягає у формуванні підприємницької культури та системи спеціальних знань з організації суб'єктів підприємницької діяльності, набуття практичних навичок щодо застосування понять, принципів та методів для заснування власної справи і забезпечення успішного її розвитку.*

***Завданням навчальної дисципліни** є вивчення організаційно-економічних засад підприємницької діяльності для різних суб'єктів господарювання; формування основ наукового світогляду на підприємництво й проблеми бізнесу; здобуття студентами навичок та елементарних умінь застосування їх у практичній діяльності для підвищення конкурентоспроможності фахівця в підприємницькій сфері.*

*Вищевказана мета зумовила необхідність висунення та розв'язання таких **завдань**:*

*– формування у студентів сучасних уявлень про роль та значення підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки;*

*– розвиток комплексу аналітичних, прогностичних, інноваційних та організаційно-комунікативних здібностей, необхідних майбутньому підприємцю;*

*– опанування студентами елементів світової та вітчизняної підприємницької культури.*

*Під час вивчення навчальної дисципліни використовують як традиційні форми навчального процесу, так і певні засоби його активізації, зокрема: розв'язання ситуаційних завдань, проведення ділових ігор, виконання рефератів та наукових доповідей, широке застосування ПК.*

*Предметом навчальної дисципліни є теорія та практика підприємництва як базової ринкової категорії, що характеризується специфічними економічними, організаційними, соціально-психологічними й морально-етичними параметрами. Принципово важливим аспектом вивчення підприємництва в цій навчальній дисципліні є розгляд його як особливим чином організованої високоінтелектуальної діяльності індивідуального підприємця.*

*Реалізація поставленої мети може бути забезпечена безпосередньо вивченням таких **питань**:*

- поняття підприємницької діяльності;*
- роль підприємницької діяльності в системі соціально-економічних інститутів ринкової економіки;*
- умови виникнення та основні етапи розвитку підприємництва в Україні й за кордоном;*
- правові основи підприємництва;*
- структура та функції підприємницької діяльності, її організаційні форми;*
- взаємозв'язок форм власності та організаційно-правових форм підприємницької діяльності;*
- організаційно-технічні й технологічні основи підприємницької діяльності;*
- способи та методи започаткування й ведення підприємницької діяльності;*
- основні риси особистості підприємця;*
- вимоги щодо підприємницької культури та етики поведінки.*

**Вивчення названих питань дозволить студентам:**

- аналізувати ринкову ситуацію з метою визначення сфери своєї підприємницької діяльності;*
- професійно скласти програму підприємницької діяльності з урахуванням основних факторів ризику;*
- аналізувати підприємницьке середовище;*
- користуватися нормативними документами, що регулюють підприємницьку діяльність;*
- обґрунтовувати правильність вибору організаційно-правових форм підприємництва;*
- здійснювати управлінські функції, адекватні відповідним етапам підприємницького процесу;*
- оцінювати результативність і підвищувати конкурентоспроможність підприємницької діяльності.*

# **НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

## **МОДУЛЬ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

### **ТЕМА 1. Предмет, зміст і завдання навчальної дисципліни «Організація підприємницької діяльності». Значення, принципи та сутність підприємництва**

Характер, зміст і предмет навчальної дисципліни «Організація підприємницької діяльності». Умови й передумови виникнення дисципліни. Структура та логіка побудови навчальної дисципліни. Зв'язок навчальної дисципліни «Організація підприємницької діяльності» з іншими науками. Поняття та суть процесу організації підприємницької діяльності.

Значення, принципи та сутність підприємництва. Мета, завдання, методологія, методика вивчення навчальної дисципліни. Її роль і місце в економічній теорії, господарчій практиці та формуванні ринкового підприємницького мислення у студентів. Значущість у підготовці спеціалістів до праці в умовах ринку, де функціонують відносини бізнесу.

### **ТЕМА 2. Соціально-економічні аспекти розвитку підприємництва. Визначення підприємництва**

Ринкова система економіки як база розвитку підприємництва. Свобода та рівність можливостей. Роль підприємництва в економічному розвитку суспільства. Визначення підприємництва. Економічна свобода – основна умова розвитку бізнесу. Рушійні сили бізнесу.

Підприємництво як елемент бізнесу та тип господарювання. Об'єкт і суб'єкти підприємницької діяльності. Підприємницький, споживчий, трудовий і державний бізнес. Принципи й умови організації підприємницького бізнесу. Необхідність державного регулювання бізнесу. Механізм регулювання бізнесу. Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності. Державна підтримка розвитку бізнесу в Україні.

### **ТЕМА 3. Соціально-психологічний портрет підприємця**

Умови формування та виховання особистості підприємця. Талант, мистецтво та наука підприємництва. Репутація підприємця як фактор міцності його становища. Підприємець як головний герой художніх творів: позитивні та негативні риси. Реальні прототипи літературних героїв-підприємців і художня вигадка. Підприємництво в сучасній літературі України.

Соціологічні дослідження розвитку підприємництва та формування особистості підприємця в Україні. Соціологічні дослідження розвитку підприємництва та формування особистості підприємця в Полтавській області. Особисті якості підприємця. Психологічний портрет сучасного підприємця.

### **ТЕМА 4. Походження та світова історія підприємництва, сучасні тенденції розвитку підприємництва**

Зародження й розвиток підприємництва у світі. Підприємництво як елемент культури. Становлення підприємництва у країнах Західної Європи. Розвиток теорії підприємництва. Концепції підприємництва видатних економістів світу. Сучасний розквіт підприємництва у країнах Європи та Америки. Вплив національних особливостей на підприємництво. Видатні підприємці світу.

Піднесення та занепад підприємництва в радянський період. Культура та національний менталітет України. Місце підприємництва у сферах бізнесу. Зародження та розвиток підприємництва в Україні. Підприємництво в період командної економіки. Відродження підприємництва в часи незалежної України. Видатні підприємці України.

## **МОДУЛЬ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

### **ТЕМА 5. Підприємництво як процес**

Стадії підприємницького процесу. Схема підприємницької діяльності. Діловий цикл процесу підприємництва. Підприємни-

цька ідея. Оцінка джерел придбання нової ідеї. Визначення безпосередньої та потенційної цінності ідеї. Аналіз наявних та оцінка недостатніх ресурсів. Оцінка можливостей застосування різних способів залучення необхідних ресурсів.

Складання бізнес-плану. Розроблення цільових ринків, прогноз обсягів попиту. Складання плану маркетингу, виробничого й фінансового планів. Вибір організаційно-правової форми підприємництва, державна реєстрація суб'єкта підприємницької діяльності. Управління створеним підприємством. Визначення стилю та структури управління. Ключові фактори успіху. Визначення слабких місць і шляхів їх усунення. Постановка системи контролю.

### **ТЕМА 6. Інновація як засіб розвитку підприємницької діяльності**

Процес планування та проектування нової продукції. Функціонально-вартісний аналіз. Методи вироблення нової ідеї. Характеристика, позитивні сторони та недоліки наявних методів вироблення нової ідеї.

Методи творчого розв'язання проблем (метод опитування, евристичний метод, параметричний аналіз, матричний аналіз, метод вільних асоціацій, метод записної книжки, «мрії про неможливе» тощо). Характерні особливості методів творчого розв'язання проблем: етапи та ймовірні результати.

### **ТЕМА 7. Сучасні організаційні форми підприємництва**

Основні форми підприємницької діяльності. Критерії вибору організаційної форми. Складні підприємницькі формування. Підприємство як організаційна структура бізнесу.

Господарські товариства як організаційна форма підприємництва. Права та обов'язки учасників господарського товариства. Основні форми бізнесу та їх класифікація. Спільні підприємства як форма міжнародного підприємництва. Використання підприємництва в некомерційних організаціях. Індивідуальне підприємство. Об'єднання підприємств: переваги й недоліки.

## **ТЕМА 8. Технологія створення й організаційний механізм роботи підприємницьких структур**

Вибір організаційної форми підприємництва. Реєстрація фізичної особи-підприємця. Особливості реєстрації юридичної особи. Документи, необхідні для проведення державної реєстрації юридичної особи та фізичної особи-підприємця. Підстави відмови у проведенні державної реєстрації.

Установчі документи та їх підготовка. Структура статуту та характеристика його розділів. Статутний фонд та його формування. Умови припинення підприємницької діяльності. Технологія створення складних підприємницьких структур.

## **ТЕМА 9. Дозвільна система та ліцензування підприємницької діяльності**

Основні види дозвільних документів у підприємстві. Ключові принципи державної політики з питань дозвільної системи у сфері підприємницької діяльності. Основні вимоги до порядку видачі документів дозвільного характеру або відмови в їх видачі. Вплив держави на діяльність підприємницьких структур.

Основні принципи державної політики у сфері ліцензування. Види підприємницької діяльності, що підлягають ліцензуванню. Основні проблеми, пов'язані з отриманням дозволів та ліцензій.

## **ТЕМА 10. Особливості маркетингового підходу в малому бізнесі**

Маркетинг як складова частина підприємницької діяльності. Ключові аспекти маркетингу, його концепції та еволюція. Основні функції маркетингу в малому бізнесі. Специфіка проведення маркетингових досліджень. Маркетингові ризики суб'єктів малого бізнесу.

Особливості застосування альтернативних та нетрадиційних форм здійснення маркетингу суб'єктами малого бізнесу. Етапи розроблення маркетингової політики малого підприємства. Проблемні аспекти організації маркетингової діяльності суб'єктами малого бізнесу.

## **ТЕМА 11. Управління малим підприємством**

Суть управління та проблеми його розвитку. Ключові функції управління. Організаційна структура управління. Типи організаційно-управлінських структур та їх характеристика. Вибір управлінської стратегії. Менеджер як фактор виробництва та управління бізнесом.

Життєвий цикл підприємства. Зміст етапів життєвого циклу підприємства. Сучасні концепції внутріфірмового розвитку. Система навчання. Консалтингові й аудиторські компанії. Система регулювання зайнятості.

## **ТЕМА 12. Фінансово-кредитне забезпечення підприємницької діяльності**

Фінансування підприємницької діяльності. Внутрішні та зовнішні джерела фінансування підприємницької діяльності. Калькуляція витрат. Характеристика калькуляційних статей. Комерційний кредит. Комерційний розрахунок як метод господарювання. Особливості лізингу та банківського кредитування. Венчурне фінансування малого бізнесу. Управління фінансами підприємства. Чинники, що визначають відмінність в управлінні фінансами на підприємствах малого та великого бізнесу.

**ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**  
**для студентів спеціальності**  
**076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»**  
**(денна форма навчання)**

Назва модуля (розділу), теми	Кількість годин за видами занять			
	аудиторні заняття			позааудиторні заняття
	разом	лекції	практичні	самостійна робота
1	2	3	4	5
<b>Модуль 1. Теоретичні основи навчальної дисципліни</b>				
Тема 1. Предмет, зміст і завдання навчальної дисципліни «Організація підприємницької діяльності». Значення, принципи та сутність підприємництва	8	2	2	4
Тема 2. Соціально-економічні аспекти розвитку підприємництва. Визначення підприємництва	8	2	2	4
Тема 3. Соціально-психологічний портрет підприємця	8	2	2	4
Тема 4. Походження та світова історія підприємництва, сучасні тенденції розвитку підприємництва	10	2	2	6
<b>Модуль 2. Організація підприємницької діяльності</b>				
Тема 5. Підприємництво як процес	10	2	2	6
Тема 6. Інновація як засіб розвитку підприємницької діяльності	8	2	2	4

*Продовж. тематичного плану навчальної дисципліни*

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Тема 7. Сучасні організаційні форми підприємництва	12	4	4	4
Тема 8. Технологія створення й організаційний механізм роботи підприємницьких структур	12	4	4	4
Тема 9. Дозвільна система та ліцензування підприємницької діяльності	8	2	2	4
Тема 10. Особливості маркетингового підходу в малому бізнесі	12	4	2	6
Тема 11. Управління малим підприємством	14	4	4	6
Тема 12. Фінансово-кредитне забезпечення підприємницької діяльності	10	4	2	4
<b>Разом:</b>	<b>120</b>	<b>34</b>	<b>30</b>	<b>56</b>

**ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**  
**для студентів спеціальності**  
**076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»**  
**(заочна форма навчання)**

Назва модуля (розділу), теми	Кількість годин за видами занять			
	аудиторні заняття			позааудиторні заняття
	разом	лекції	практичні	самостійна робота
1	2	3	4	5
<b>Модуль 1. Теоретичні основи навчальної дисципліни</b>				
Тема 1. Предмет, зміст і завдання навчальної дисципліни «Організація підприємницької діяльності». Значення, принципи та сутність підприємництва	8	2	2	4
Тема 2. Соціально-економічні аспекти розвитку підприємництва. Визначення підприємництва	8	2	–	4
Тема 3. Соціально-психологічний портрет підприємця	8	–	–	4
Тема 4. Походження та світова історія підприємництва, сучасні тенденції розвитку підприємництва	8	–	–	8
<b>Модуль 2. Організація підприємницької діяльності</b>				
Тема 5. Підприємництво як процес	10	2	2	6
Тема 6. Інновація як засіб розвитку підприємницької діяльності	8	–	–	8

*Продовж. тематичного плану навчальної дисципліни*

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Тема 7. Сучасні організаційні форми підприємництва	12	–	–	12
Тема 8. Технологія створення й організаційний механізм роботи підприємницьких структур	10	–	–	10
Тема 9. Дозвільна система та ліцензування підприємницької діяльності	10	–	–	10
Тема 10. Особливості маркетингового підходу в малому бізнесі	12	–	–	12
Тема 11. Управління малим підприємством	14	2	2	10
Тема 12. Фінансово-кредитне забезпечення підприємницької діяльності	12	–	–	12
<b>Разом:</b>	<b>120</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>106</b>

## МОДУЛЬ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### ТЕМА 1. Предмет, зміст та завдання навчальної дисципліни «Організація підприємницької діяльності». Значення, принципи та сутність підприємництва

У цій темі необхідно дослідити характер, зміст і предмет навчальної дисципліни «Організація підприємницької діяльності». З'ясувати умови та передумови виникнення дисципліни. Визначити структуру й логіку побудови навчальної дисципліни. Виявити зв'язок навчальної дисципліни «Організація підприємницької діяльності» з іншими науками. Засвоїти поняття та суть процесу організації підприємницької діяльності.

Дослідити значення, принципи та сутність підприємництва. З'ясувати мету, завдання, методологію, методику вивчення навчальної дисципліни. Визначити її роль і місце в економічній теорії, господарчій практиці та формуванні ринкового підприємницького мислення у студентів. Обґрунтувати значущість у підготовці спеціалістів до праці в умовах ринку, де функціонують відносини бізнесу.

#### *Методичні рекомендації щодо вивчення теми*

**Підприємництво** – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що реалізується суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку (ст. 42 Господарського кодексу України).

#### **Ознаки підприємницької діяльності:**

- самостійність діяльності «за свій рахунок», оскільки основою підприємницької діяльності є власність підприємця;
- ініціативність, творчість діяльності, в основі здійснення якої лежить власна ініціатива, творчо-пошуковий, інноваційний підхід;
- систематичність діяльності, яка має бути пов'язана з відтворювальним процесом та обов'язково офіційно зареєстрованою;

- діяльність здійснюється на власний ризик, під власну економічну (майнову) відповідальність;
- метою діяльності є одержання прибутку або власного доходу.

**Принципи підприємницької діяльності** (ст. 44 Господарського кодексу України):

- право підприємців вільно вибирати види підприємницької діяльності;
- право комерційного розрахунку та власного комерційного ризику;
- право самостійного формування програми діяльності, вибір постачальників і споживачів продукції, що виробляється;
- право вільного розпорядження прибутком;
- право вільного найму підприємцем працівників на підставі укладеного з ними трудового договору;
- право самостійного здійснення підприємцем зовнішньоекономічної діяльності.

Підприємництву притаманний **приватний** та **публічний характер**. Приватний характер проявляється у свободі підприємницької діяльності, яка визнається як у конституційних положеннях, так і в Господарському кодексі України, відповідно до якого підприємці мають право без обмежень самостійно здійснювати будь-яку підприємницьку діяльність, що не заборонена законом.

Публічний характер підприємницької діяльності зумовлюється суспільними інтересами. У результаті суспільної зацікавленості підприємницька діяльність здійснюється відкрито, тобто основні відомості про підприємця та його діяльність є відкритими.

*Цивілізованому розвитку підприємництва передують:*

1. Економічні передумови: роздержавлення, приватизація, ліквідація монополізму; необхідність існування ринкової інфраструктури; самостійність, свобода вибору та прийняття рішень.

2. Політичні передумови: стабільність у країні й розвиток процесу демократизації; підвищення авторитету уряду, довіри до нього народу.

3. Юридичні передумови: наявність юридичних законів, які сприяють розвитку підприємництва, захищають його, підтримують.

4. Психологічні передумови: наявність сприятливого психологічного клімату серед населення.

### **Практичне заняття 1 (2 год)**

**Предмет, зміст і завдання навчальної дисципліни**

**«Організація підприємницької діяльності».**

**Значення, принципи та сутність підприємництва**

#### **План**

1. Характер і зміст навчальної дисципліни «Організація підприємницької діяльності».

2. Основи методології, зміст та завдання навчальної дисципліни.

3. Зв'язок дисципліни з іншими науками.

4. Значення, принципи та сутність підприємництва.

5. Мета, завдання, методологія, методика вивчення навчальної дисципліни.

**Завдання 1.** Дайте відповіді на тести:

**1. Підприємницька діяльність – це:**

а) діяльність суб'єктів господарювання у сфері суспільного виробництва, спрямована на виготовлення та реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг вартісного характеру, що мають цінову визначеність;

б) самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що реалізується суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку;

в) провадиться суб'єктами господарювання у сфері роздрібно-ї та оптової торгівлі, а також ресторанного господарства;

г) сукупність практичних дій громадян, юридичних осіб і держави щодо реалізації інвестицій.

**2. «Підприємництво» та «бізнес» – поняття:**

а) тотожні;

б) взаємодоповнювальні;

в) «підприємництво» ширше, ніж «бізнес»;

г) «підприємництво» вужче, ніж «бізнес».

3. *Бізнес – це:*

а) економічна діяльність, спрямована на отримання прибутку;

б) комерційна діяльність, орієнтована на встановлення взаємовигідних відносин з економічними контрагентами;

в) торговельна діяльність, що здійснюється заради якнайповнішого задоволення потреб споживачів;

г) господарська діяльність, націлена на мінімізацію витрат.

4. *Особа, яка професійно займається підприємницькою діяльністю (виробництвом, торгівлею, посередництвом) – це:*

а) бізнесмен;

б) підприємець;

в) менеджер;

г) економіст.

5. *Що із зазначеного не входить до системи бізнесу:*

а) державний бізнес;

б) споживчий бізнес;

в) трудовий бізнес;

г) комерційний бізнес.

6. *Моделями підприємницького бізнесу є:*

а) історична та сучасна;

б) класична та інноваційна;

в) технологічна та економічна;

г) соціальна та технічна.

7. *Сутність підприємництва розкривається через його основні функції:*

а) економічну, соціальну, організаційну, екологічну;

б) мотиваційну, технологічну, комунікаційну, ресурсну;

в) творчу, виробничу, управлінську, збутову;

г) інноваційну, ресурсну, організаційну, стимулюючу.

8. *Що із зазначеного нижче не належить до підприємницького бізнесу:*

а) виробниче підприємництво;

б) комерційне підприємництво;

- в) фінансове підприємництво;
  - г) торговельне підприємництво.
9. Підприємництво, що поширюється на обмін, розподіл і споживання товарів – це:
- а) комерційне підприємництво;
  - б) фінансове підприємництво;
  - в) виробниче підприємництво;
  - г) інноваційне підприємництво.
10. Основою підприємницького бізнесу є:
- а) колективна власність на предмети праці;
  - б) приватна власність на засоби виробництва;
  - в) державна власність на результати виробництва;
  - г) суспільна власність на засоби праці.
11. Споживчий бізнес – це масове явище в ринкових відносинах, оскільки:
- а) він здійснюється всіма громадянами;
  - б) він показує зацікавленість держави в кінцевих результатах виробництва;
  - в) він є силою, що стримує розвиток підприємницького бізнесу;
  - г) його учасниками є органи місцевого самоврядування.
12. Основою трудового бізнесу є:
- а) суспільна власність на продукцію інтелектуальної праці;
  - б) державна власність на інформацію;
  - в) приватна власність на робочу силу;
  - г) колективна власність на засоби виробництва.
13. Основою державного бізнесу є:
- а) державна власність на грошові фонди;
  - б) державна власність на робочу силу;
  - в) державна власність на результати виробництва;
  - г) суспільна власність на продукцію інтелектуальної праці.
14. До ознак підприємництва не належить:
- а) ініціативна, творча діяльність;
  - б) діяльність, яка здійснюється на власний ризик;
  - в) разова діяльність;
  - г) самостійна діяльність, діяльність «за свій рахунок».

15. *Здатність до самостійних, неординарних, нетипових дій господарюючих суб'єктів – це:*

- а) креативність;
- б) інноваційність;
- в) винахідливість;
- г) підприємливість.

16. *Функція підприємництва, що полягає у сприянні генеруванню та реалізації нових комерційних ідей, здійсненню техніко-економічних, наукових розробок, пов'язаних із господарським ризиком – це:*

- а) творча функція;
- б) мотиваційна функція;
- в) організаційна функція;
- г) ресурсна функція.

17. *Що із зазначеного нижче не належить до принципів підприємництва:*

- а) вільний вибір видів діяльності;
- б) залучення фінансових, трудових, природних та інших ресурсів, використання яких заборонено законодавством;
- в) вільне розпорядження прибутком;
- г) самостійне формування програм діяльності та вибір постачальників і споживачів виробленої продукції, встановлення цін відповідно до законодавства.

18. *Серед передумов цивілізованого розвитку підприємництва виділяють:*

- а) роздержавлення та приватизація;
- б) розвиток монополізму;
- в) підвищення авторитету уряду, довіри до нього народу;
- г) розвиток процесу демократизації.

19. *Підприємницька діяльність в Україні регулюється здебільшого:*

- а) Господарсько-процесуальним кодексом України;
- б) Цивільним кодексом України;
- в) Господарським кодексом України;
- г) Податковим кодексом України.

20. З метою створення сприятливих організаційних та економічних умов для розвитку підприємництва органи влади на умовах і в порядку, передбачених законом:

- а) націоналізують майно підприємців;
- б) стимулюють монополізм;
- в) збільшують кількість податків та зборів;
- г) стимулюють інноваційну діяльність.

**Завдання 2.** Дайте відповіді на запитання:

1. «Бізнес» і «підприємництво» – поняття тотожні чи різні?
2. Чи можна ототожнювати поняття «господар», «власник», «підприємець»? Обґрунтуйте відповідь.
3. Чи кожна людина може стати підприємцем?

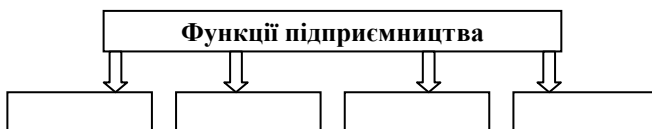
**Завдання 3.** Заповнити нижчеподану форму.

Елементи системи бізнесу			
Підприємницький – це	Споживчий – це	Трудовий – це	Державний – це
Суб'єкти бізнесу:			
В основу бізнесу покладено...			

**Завдання 4.** Заповнити нижчеподану форму.

Моделі підприємницького бізнесу	
Класична	Інноваційна
передбачає...	передбачає...
Схема дій:	

**Завдання 5.** Заповнити блок-схему щодо функцій підприємництва та охарактеризувати їх.



### ***Питання для самоконтролю знань студентів***

1. У чому полягає суть процесу організації підприємницької діяльності?
2. Яка методологічна база навчальної дисципліни «Організація підприємницької діяльності»?
3. Назвіть ключові аспекти, в яких проявляється зміст підприємництва.
4. У чому полягає зміст загальних принципів підприємницької діяльності?
5. Яке місце посідає навчальна дисципліна «Організація підприємницької діяльності» в економічній теорії та практиці господарювання?

### ***Тематика рефератів***

1. Становлення та розвиток підприємництва в Україні.
2. Еволюція поняття «підприємство» в економічних теоріях видатних економістів світу.
3. Передумови розвитку підприємництва в Україні та світі.
4. Рушійні сили підприємницької діяльності.
5. Роль підприємництва в ринковій системі економіки.

***Інформаційні джерела: 1, 2, 4, 5, 7, 9.***

## **ТЕМА 2. Соціально-економічні аспекти розвитку підприємництва. Визначення підприємництва**

У цій темі необхідно дослідити ринкову систему економіки як базу розвитку підприємництва. Проаналізувати свободу та рівність можливостей. З'ясувати роль підприємництва в економічному розвитку суспільства. Оцінити економічну свободу як основну умову розвитку бізнесу. Узагальнити рушійні сили бізнесу.

Дослідити підприємництво як елемент бізнесу і тип господарювання. Визначити об'єкт та суб'єкти підприємницької діяльності. Охарактеризувати підприємницький, споживчий, трудовий і державний бізнес. З'ясувати принципи й умови організації підприємницького бізнесу. Обґрунтувати необхідність держав-

ного регулювання бізнесу. Розглянути механізм регулювання бізнесу. Ознайомитися з державним регулюванням зовнішньо-економічної діяльності. Дослідити державну підтримку розвитку бізнесу в Україні.

### *Методичні рекомендації щодо вивчення теми*

**Ринкова економічна система** – це модель економіки, яка спирається на ринкову саморегуляцію й діє на основі товарно-грошових відносин і приватної власності.

Принципи, на основі яких діє ринкова система економіки:

1. Економічна свобода (свобода підприємництва) передбачає, що кожен економічний суб'єкт керується власними інтересами й несе відповідальність за свої дії.

2. Конкуренція, вільне ціноутворення – передбачає змагання за кращу реалізацію свого економічного інтересу.

3. Саморегулювання означає, що, незважаючи на велику кількість виробників і споживачів, істотні відмінності в інтересах, їх діяльність узгоджується автоматично, завдяки конкуренції та вільному формуванню цін.

4. Безмежність людських потреб.

5. Обмеженість ресурсів.

6. Альтернативність вибору.

7. Раціональність поведінки суб'єктів господарювання, що полягає у прагненні максимізувати корисність.

8. Егоїстичний індивідуалізм.

Важливою передумовою розвитку підприємництва є економічна свобода суб'єктів господарювання. Економічна свобода однаково важлива як для підприємця, так і для споживача, оскільки вона створює середовище для творчої діяльності особистості, сприяє реалізації підприємницької ініціативи.

**Економічна свобода** на практиці означає право розпочинати або припиняти власну справу, купувати будь-які ресурси, використовувати будь-яку технологію, виробляти будь-яку продукцію та пропонувати її до продажу за будь-якою ціною, вкладати свої кошти на власний розсуд.

*Складовими економічної свободи є: економічна самостійність, економічна відповідальність, економічна рівноправність.*

*Роль і значення підприємництва в економічному розвитку країни полягає в тому, що:*

– підприємництво впливає на структурну перебудову в економіці, збільшення обсягів виробництва й надання послуг, інвестиційної діяльності та на формування інфраструктури бізнесу;

– підприємництво сприяє розвитку перспективних напрямів господарської діяльності, здійсненню інноваційних процесів, швидшому оновленню техніко-технологічної бази та номенклатури продукції;

– розвиток підприємництва створює сприятливе середовище для конкуренції;

– створює нові робочі місця, проводить благодійну діяльність.

## **Практичне заняття 2 (2 год)**

### **Соціально-економічні аспекти розвитку підприємництва. Визначення підприємництва**

#### **План**

1. Поняття й сутність підприємництва, його основні ознаки та принципи.

2. Суб'єкти та об'єкти підприємницької діяльності.

3. Взаємозв'язок бізнесу й середовища.

4. Роль підприємництва в розвитку суспільства.

5. Державна підтримка розвитку бізнесу в Україні.

**Завдання 1.** Дайте відповіді на тести:

1. Чи є підприємництво соціально-економічним явищем?

а) так;

б) ні.

2. Який вплив має економіка, що орієнтується на ринок, для підприємництва?

а) негативний;

б) позитивний;

в) немає ніякого.

3. Чи можна назвати підприємництво типом економічного мислення?

а) так;

- б) ні;
- в) відповіді а) і б) неправильні.

4. Чи притаманний підприємництву приватний та публічний характер?

- а) так;
- б) ні;
- в) лише публічний;
- г) лише приватний.

5. Ринкове середовище поділяється на:

- а) на економічне та соціальне;
- б) тіньове та прозоре;
- в) відповіді а) і б) правильні.

6. Чи впливають на розвиток вітчизняного підприємництва, поступ соціально-культурного аспекту (естетичні прагнення)?

- а) немає ніякого впливу;
- б) має, але незначний;
- в) має значний вплив.

7. Інтрапренерство – це:

- а) діяльність підприємства з метою досягнення своїх цілей за допомогою корупції;
- б) діяльність підприємства з метою досягнення своїх цілей за допомогою іншої компанії партнера;
- в) діяльність підприємства з метою досягнення своїх цілей на основі використання можливостей підприємства.

8. Об'єктом підприємницької діяльності є:

- а) товар, продукт, послуги;
- б) фізичні особи (громадяни, права яких не обмежені законом);
- в) юридичні особи.

9. Суб'єктами підприємницької діяльності є:

- а) товар, продукт, послуги;
- б) фізичні особи (громадяни, права яких не обмежені законом);
- в) усе те, що може задовольнити чийсь потребу та пропонується на ринку для придбання.

10. Залежно від юридичного статусу підприємницька діяльність може здійснюватися:

- а) зі створенням юридичної особи;
- б) без створення юридичної особи;
- в) відповіді а) і б) правильні.

11. Чи відстежується роль підприємництва у стимулюванні підприємств раціонально використовувати ресурси?

- а) ні;
- б) так;
- в) не завжди.

12. Чи сприяє розвиток підприємництва розвитку конкуренції?

- а) ні;
- б) малоюмовірно;
- в) так.

13. Підприємництво зумовлює зміни у структурі економіки?

- а) ні;
- б) так;
- в) незначні.

14. Чи зумовлюється публічний характер підприємницької діяльності суспільними інтересами?

- а) так;
- б) ні;
- в) не завжди.

15. Назвіть типи підприємництва:

- а) консультаційне, страхове;
- б) виробниче, комерційне, посередницьке, фінансове;
- в) підприємництво, пов'язане з виробничими функціями та підприємництво, пов'язане з посередницькими функціями;
- г) усі відповіді правильні.

16. Основним змістом виробничого підприємства є:

- а) задоволення потреб споживачів;
- б) отримання прибутку від реалізації вироблених товарів;
- в) реалізація інтересів підприємця;
- г) виробництво суспільно необхідних товарів та послуг.

17. *Виробниче підприємство – це:*

- а) діяльність, спрямована на отримання прибутку;
- б) діяльність із надання послуг виробничого характеру;
- в) діяльність, що безпосередньо пов'язана з виробництвом товарів для подальшої реалізації;
- г) будь-яка діяльність, пов'язана з виробництвом.

18. *Комерційне підприємництво – це:*

- а) вид підприємництва, пов'язаний із купівлею-продажем фінансових ресурсів;
- б) вид підприємництва, пов'язаний із виробництвом товару на продаж;
- в) вид підприємництва, пов'язаний із купівлею-продажем товарів з метою отримання прибутку.

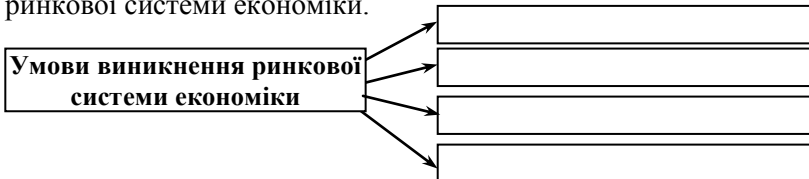
19. *Назвіть основні суб'єкти комерційного підприємництва:*

- а) торговельні центри;
- б) ринки, торгові ряди, магазини;
- в) торговельні, торговельно-посередницькі, торговельно-виробничі фірми;
- г) усі відповіді правильні.

20. *Фінансове підприємництво – це:*

- а) вид підприємництва, пов'язаний з обігом фінансових ресурсів;
- б) вид підприємництва, пов'язаний із купівлею-продажем одних грошей і цінних паперів на інші гроші й цінні папери з метою отримання прибутку;
- в) вид підприємництва, спрямований на залучення фінансових ресурсів із метою отримання прибутку;
- г) вид підприємництва, пов'язаний із наданням кредитів банками.

**Завдання 2.** Заповнити блок-схему щодо умов виникнення ринкової системи економіки.



**Завдання 3.** Заповнити нижчеподану форму, вказавши роль малого, середнього та великого бізнесу в ринковій системі економіки.

Малий бізнес	Середній бізнес	Великий бізнес
–	–	–
–	–	–

### ***Питання для самоконтролю знань студентів***

1. Для кого економічна свобода є важливішою – для підприємця чи для споживача?
2. Чи має місце в сучасній економіці застосування «невидимої руки ринку» Адама Сміта?
3. Чим характеризується сучасна ринкова економіка?

### ***Тематика рефератів***

1. Підприємництво як соціально-економічний феномен.
2. Роль підприємницької діяльності в розвитку економіки України.

***Інформаційні джерела: 1, 4–9, 12, 13, 21, 22.***

## **ТЕМА 3. Соціально-психологічний портрет підприємця**

У цій темі потрібно дослідити умови формування й виховання особистості підприємця. Оцінити талант, мистецтво та науку підприємництва. Проаналізувати репутацію підприємця як фактор міцності його становища. Охарактеризувати підприємця як головного героя художніх творів: позитивні та негативні риси. Дослідити реальні прототипи літературних героїв-підприємців. Простежити підприємництво в сучасній літературі України.

Проаналізувати соціологічні дослідження розвитку підприємництва та формування особистості підприємця в Україні. Розглянути соціологічні дослідження розвитку підприємництва та формування особистості підприємця в Полтавській області. Виявити особисті якості підприємця. З'ясувати психологічний портрет сучасного підприємця.

### *Методичні рекомендації щодо вивчення теми*

**Підприємець** – це особа, яка здійснює самостійну, систематичну, ініціативну, ризикову діяльність, спрямовану на виробництво товарів та надання послуг із метою одержання прибутку або особистого доходу й передбачає здійснення нововведень.

*Підприємець виконує важливу суспільну функцію, яка проявляється в тому, що:*

1. Підприємець особисто зацікавлений у своїй справі, тому використовує свої знання для розширення масштабів власного бізнесу й завдяки цьому має більше шансів досягти успіхів.

2. Підприємець може швидше і з меншими зусиллями задовольняти суспільні потреби й ринковий попит, оскільки завжди намагається вгадати цей попит ще на стадії формування та завдяки цьому отримати певний зиск раніше, ніж його конкуренти.

3. Діяльність підприємця сприяє тому, що задоволення ринкового попиту відбувається з меншими витратами для суспільства.

Роль підприємців в економіці країни надзвичайно велика й знаходить свої відображення у його **основних функціях:**

– ресурсній – полягає в тому, що підприємець бере на себе ініціативу поєднання фінансових, виробничих, матеріальних, сировинних, людських, інформаційних та інших ресурсів у процесі виробництва товару чи надання послуги, організовує виробництво, розподіляє засоби виробництва і трудову діяльність;

– управлінській – полягає у прийнятті управлінських рішень на всіх стадіях виробничої та збутової діяльності, здійсненні організації, планування, мотивації та контролю виробництва;

– інноваційній – передбачає здійснення інновацій, освоєння нової продукції, нових технологій та нових форм організації виробництва та праці, пошук нових ринків збуту, нових засобів задоволення потреб споживача, перехід від традиційних до нових форм господарювання, які не мають аналогів у господарській діяльності;

– ризиковій – полягає в необхідності прийняття рішень, спрямованих на досягнення успіху, але не гарантують його через невизначеність та мінливість економічної ситуації.

## Ділові якості підприємця

Група	Ділові якості
1. Природні (фізіологічні) здібності	Кмітливість; оригінальність мислення; винахідливість; здатність до ризику; автономність дій; швидкість реакції на зміни ситуації, в тому числі в ринковій економіці; контактність у налагодженні зв'язків зі співтовариством
2. Соціально-психологічні якості	Потреба досягти успіху в роботі та визнання в суспільстві; лідерство в колективі; потреба самореалізуватися в підприємницькій діяльності; потреба знайти новий шлях у розв'язанні проблем
3. Професіоналізм	Рівень освіти; обізнаність з основами підприємництва; вміння самостійно виконувати функції, пов'язані з підприємницькою діяльністю; вміння оцінювати реальну економічну ситуацію
4. Організаційні здібності	Уміння організувати виробничий процес та керувати людськими ресурсами; здатність узгоджувати власні інтереси з інтересами партнерів, працівників; уміння знаходити споживача власної продукції
5. Управлінські здібності	Здатність аналізувати економічну ситуацію, прогнозувати можливий стан підприємства, приймати оптимальні рішення щодо роботи підприємства

## Особистісні якості успішного підприємця

Інтелектуальні здібності	Риси характеру особистості	Набуті вміння
Логічне мислення, компетентність, цікавість, здатність засвоювати нові знання та навички, інтуїція, освіченість	Ініціативність, чесність, гнучкість, цілеспрямованість, завзятість, схильність до творчості, сміливість, впевненість у собі, врівноваженість, самостійність, амбіційність, оптимістичність, енергійність, надійність, принциповість, стійкість поглядів, працездатність	Уміння заручатися підтримкою, співпрацювати, висловлювати думки; такт і дипломатичність; уміння <i>брати</i> на себе ризик і відповідальність, організувати інших людей, розбиратися в людях; володіння діловим етикетом; знання правил ринкових відносин; уміння долати опір навколишнього середовища; спроможність особистим прикладом повести за собою людей

**Важливими якостями психологічного портрета підприємця є:**

- присутність творчого початку та прагнення до новизни;
- психологічна компетентність;
- управлінська культура, розум, інтелектуальність;
- культура ділового спілкування;
- прагнення до лідерства і влади;
- вміння керувати своєю поведінкою;
- колегіальність, толерантність, оптимізм;
- екстравертність (спрямованість зусиль, енергії на зовнішній світ);
- вміння керувати конфліктами та чітко висловлювати свої думки, публічно виступати;
- здатність оптимізувати психологічний клімат у колективі, створювати психологічний комфорт;
- емоційна стійкість та стресостійкість;
- почуття гумору;
- вміння створювати та підтримувати свій імідж;
- патріотизм, національна свідомість, державницька позиція;
- інтелігентність, людяність, порядність;
- почуття обов'язку, громадянська позиція, готовність допомагати людям;
- чесність, повага до гідності людей;
- психологічна гнучкість;
- позитивне мислення (забезпечує можливість адекватно ставитись до труднощів, невдач, помилок).

***Практичне заняття 3 (2 год)***  
**Соціально-психологічний портрет підприємця**

***План***

1. Ділові та особисті якості підприємця.
2. Психологічний портрет сучасного підприємця.
3. Правила та норми, що утворюють імідж підприємця.

**Завдання 1.** Дайте відповіді на тести:

1. *Хто є одним із перших творців психологічного портрета підприємця?*

- а) Арістотель;
- б) В. Зомбарт;
- в) А. Виноградська.

2. *Галузь професійних знань, що розглядає та оцінює людські стосунки з точки зору їх відповідності загальноприйнятим нормам – це:*

- а) психологія;
- б) педагогіка;
- в) ділова етика;
- г) усі відповіді правильні.

3. *Назвіть основні принципи ділової етики:*

- а) комплексність;
- б) історичність;
- в) відсутність силового втручання;
- г) усі відповіді правильні.

4. *Систематизований перелік норм, якими повинен керуватися кожний суб'єкт підприємницької діяльності в бізнесі – це:*

- а) морально-етичний кодекс підприємця;
- б) Державний класифікатор;
- в) Глобальний етичний кодекс туризму.

5. *Назвіть основні групи підприємницької діяльності, перед якими підприємство несе відповідальність:*

- а) державні органи;
- б) кредитори;
- в) споживачі;
- г) найманий персонал;
- д) партнери по бізнесу;
- е) вкладники;
- ж) інвестори;
- з) конкуренти;
- к) усі відповіді правильні.

6. *Етика підприємництва – це:*

- а) сукупність вимог щодо зовнішнього вигляду підприємця;
- б) комплекс норм і правил моральної поведінки підприємця;

ця;

- в) стиль поведінки підприємця на ринку;
- г) уміння укласти угоду, вести переговори.

7. *До основних принципів ділової етики належать:*

- а) гуманність, новаторство, цілеспрямованість;
- б) комплексність поглядів на призначення діяльності

підприємця, історичність;

в) вільний найм працівників, свобода у прийнятті рішень, вільне ціноутворення, вільне розпорядження прибутком;

- г) індикативність, планування, програмно-цільовий підхід.

8. *Сучасний етичний кодекс підприємця містить такі позиції:*

- а) повага до старших, дітей, жінок, почуття меценатства;
- б) уміння «подати себе», ділова хватка, вміння вести переговори;

в) гуманізм, новаторство, цілеспрямованість, турбота про екологію, прагнення до конкуренції;

- г) усі відповіді правильні.

9. *Етичними рисами підприємця під час ведення ділових переговорів є:*

- а) увага до думки опонента, делікатність;
- б) хитрість, ділова хватка, невеликий тиск на опонента;
- в) демонстрація самовпевненості та знань в усіх сферах бізнесу, власних сильних сторін;

г) приховування своїх думок, конфіденційність, «вертлявість».

10. *Серед моральних принципів ведення бізнесу, розглянутих російськими підприємцями на початку ХХ ст., немає:*

- а) «Поважай владу»;
- б) «Будь чесним та правдивим»;
- в) «Поважай право державної власності»;
- г) «Дотримуйся слова».

11. До принципів етичного кодексу підприємця не належить:
- а) віра в бізнес, ставлення до нього як до мистецтва, творчої справи;
  - б) визнання необхідності монополії;
  - в) повага до себе як до особистості та до будь-якої особистості як до себе;
  - г) турбота про екологію.
12. Підприємці не несуть відповідальності перед:
- а) конкурентами;
  - б) споживачами;
  - в) партнерами;
  - г) органами державної влади.
13. До етикету підприємця не належить:
- а) правила взаємного привітання, представлення;
  - б) культура особистого листування;
  - в) вимоги до зовнішнього вигляду, манер та одягу;
  - г) знання національних особливостей під час ділових контактів.
14. Серед «заповідів», яких має дотримуватися підприємець з високим рівнем культури, немає:
- а) робота над власним бізнесом, а не в ньому;
  - б) використання дієвої реклами безпосереднього реагування;
  - в) гарантування клієнту повного задоволення його потреб;
  - г) ототожнення фінансового благополуччя і власних успіхів.
15. До правил поведінки у підприємницькій діяльності не належить:
- а) забезпечення безпеки життєдіяльності;
  - б) забезпечення безпеки праці;
  - в) забезпечення високої якості продукції;
  - г) забезпечення високого технологічного рівня продукції.
16. Ділова етика (етика бізнесу) не є:
- а) духовною категорією;
  - б) економічною категорією;
  - в) політичною категорією;
  - г) соціальною категорією.

*17. Етика бізнесу передбачає припинення несумлінних методів його ведення. Однак, серед них немає:*

- а) корупції;
- б) незаконного бізнесу;
- в) несумлінної конкуренції;
- г) ділової співпраці.

*18. Якого типу корпоративного кодексу етики не існує:*

- а) кодексу, що включає положення про цінності фірми, філософію, цілі фірми;
- б) кодексу соціальних зобов'язань фірми перед співробітниками;
- в) кодексу, що визначає міжособистісні відносини у фірмі;
- г) кодексу, що визначає суспільні відносини.

*19. Ділова культура – це система професійних знань і норм поведінки, що визначають:*

- а) відносини ділового партнерства;
- б) правову й економічну культуру підприємця;
- в) відносини з органами адміністративного і державного управління;
- г) усі відповіді правильні.

*20. Дотримання ділової етики припускає чесне й сумлінне виконання законів і зобов'язань перед державою, але серед них немає:*

- а) сплати податків;
- б) дотримання вимог уповноважених державних органів;
- в) урахування вимог про захист навколишнього середовища;
- г) урахування заходів міжнародної політики країни.

**Завдання 2.** Підготуйте доповідь на одну із запропонованих тем:

1. Особливості ділового етикету у США.
2. Діловий етикет у Великій Британії.
3. Етикет ділових взаємовідносин у Франції.
4. Діловий етикет у Фінляндії.
5. Німецькі бізнесмени та діловий етикет.
6. Етикет службових взаємовідносин в Італії.

7. Діловий етикет японських бізнесменів.
8. Ділові взаємовідносини в Об'єднаних Арабських Еміратах (ОАЕ).
9. Діловий етикет китайських бізнесменів.

#### *Питання для самоконтролю знань студентів*

1. Які основні ділові якості сучасного підприємця?
2. У чому полягає суть психологічного портрета підприємця?
3. Назвіть особливості психології сучасних підприємців в Україні.

#### *Тематика рефератів*

1. Засади успішного підприємця XXI століття.
2. Формування особистих та ділових якостей у сучасного підприємця.
3. Особливості сучасного підприємця, який досяг успіху.

*Інформаційні джерела: 1, 4, 5, 7–9, 12–16, 21, 22.*

### **ТЕМА 4. Походження та світова історія підприємництва, сучасні тенденції розвитку підприємництва**

У цій темі необхідно дослідити зародження та розвиток підприємництва у світі. Охарактеризувати підприємництво як елемент культури. Проаналізувати становлення підприємництва у країнах Західної Європи. Оцінити розвиток теорії підприємництва. Розглянути концепції підприємництва видатних економістів світу. Дослідити сучасний розквіт підприємництва у країнах Європи та Америки. З'ясувати вплив національних особливостей на підприємництво. Визначити видатних підприємців світу.

Визначити причини піднесення і занепаду підприємництва в радянський період. Оцінити культуру та національний менталітет України. З'ясувати місце підприємництва у сферах бізнесу. Дослідити зародження та розвиток підприємництва в Україні. Охарактеризувати підприємництво в період командної економіки. Проаналізувати відродження підприємництва в часи незалежної України. Розглянути видатних підприємців України.

### ***Методичні рекомендації щодо вивчення теми***

Історичний розвиток підприємницької діяльності пов'язаний із придбанням, володінням, використанням і втратою власності. Упродовж різних етапів соціально-економічного розвитку суспільства, продуктивних сил, НТП, упровадження в господарсько-економічні процеси ефективних засобів виробництва, грошових коштів підприємницька діяльність вийшла за рамки сім'ї (родини).

### ***Етапи розвитку підприємництва***

I. В епоху становлення капіталізму енергія підприємців була спрямована на створення нової технології виробництва, за допомогою якої можна було збільшити випуск та обсяг збуту продукції, захопити певний сегмент ринку, а через нарощування масштабів виробництва – отримати прибуток. Цей етап розвитку підприємництва – період первинного нагромадження капіталу, пов'язаний із вдалим операціями фінансистів, інвесторів.

II. Із початку XX ст. завдання підприємців полягало в тому, щоб розробити і вдосконалити механізми масового виробництва, зменшити витрати, знизити собівартість продукції, досягти збільшення питомого продукту, рентабельності та конкурентоспроможності.

III. На початку 30-х рр. у промислово розвинутому світі спостерігалось насичення попиту на споживчі й інші товари. У цей час в Америці, а потім у Західній Європі, заглядаючи в майбутнє, підприємства перенесли пріоритети управління з виробництва на рекламу, добір споживачів, організацію збуту, просування продукції на ринках, на проблеми реалізації.

IV. Із середини 50-х рр. ринкова орієнтація підприємств ще більше посилилася. Цей етап в економічній літературі отримав назву постіндустріальної епохи. Вступ до неї характеризувався досягненням нового, вищого рівня розвитку виробництва та добробуту населення у промислово розвинених країнах Заходу, забезпеченням задоволення потреб у головних умовах фізіологічного існування людини.

V. Сучасне підприємництво швидко адаптується до змін у навколишньому середовищі: у політиці, економіці, суспільстві,

технологіях. Без цього підприємець не в змозі забезпечити своє майбутнє. Показником підприємницької діяльності є конкурентоздатність підприємств, а сама підприємницька поведінка характеризується як енергійна, ризикована, спрямована на максимізацію можливостей.

Сучасна економічна наука визначає поняття «підприємництво» з точки зору двох аспектів:

– з одного боку, підприємництво виступає як форма економічної активності (припускає орієнтацію на досягнення комерційного успіху, перспективність, інноваційний характер діяльності, незалежність і самостійність суб'єктів у прийнятті управлінських рішень);

– з іншого боку, підприємництво слід розглядати як певний стиль і тип господарської поведінки, для якої характерні такі риси: мобільність, динамічність, творчий підхід до справи, ініціативність, готовність до ризику й уміння ним управляти, орієнтація на потреби споживачів.

**Концепції підприємництва** – це спосіб пізнання та сукупність ідей, положень про суть підприємництва й підприємницької функції, а також їх змін у процесі еволюції економічної системи.

### Концепції підприємництва видатних економістів світу

Науковці	Сутність підприємця	Зміст підприємництва
«Перша хвиля»		
Френк Х. Найт	Люди, які беруть на себе тягар ризику, що прораховується, і невизначеності, що не прораховується, і гарантують працівникам заробітну плату, здобувають право керувати діяльністю і привласнювати частку прибутку	Елементи ризику й невизначеності є центральними в концепції підприємництва
Франсуа Кене, Анн Р. Жан Тюрго, Адам Сміт, Давід Рікардо	Підприємець – це лише власник капіталу	

*Продовж. концепції підприємництва видатних економістів світу*

<b>Науковці</b>	<b>Сутність підприємця</b>	<b>Зміст підприємництва</b>
Анн Р. Жан Тюрго, Вільгельм Рошер, Бруно Гільдебранд	Підприємець не лише управляє капіталом, а й поєднує власницькі функції з власною виробничою працею	
Жан Батіст Сей, Джон Стюарт Мілль	Підприємець – це організатор виробництва, не обов’язково обтяжений правами власності	
Карл Маркс	Розмежовував власника і підприємця.	
<b>«Друга хвиля»</b>		
Йозеф Шумпетер	Підприємець – це центральний елемент механізму економічного розвитку в його прагненні використати таку «нову комбінацію» факторів виробництва, наслідком якої є «нововведення»	Підприємництво пов’язане з виокремленням ідеї інновації та активності як головної його риси
<b>«Третя хвиля»</b>		
Рональд Коуз	Зосередження уваги на особистих якостях підприємця – вмінні реагувати на зміни економічної та суспільної ситуації, самостійності у виборі й прийнятті рішень, наявності управлінських здібностей	Звертається увага на роль підприємництва як регулюючої основи в економічній системі, що врівноважується
<b>«Четверта хвиля»</b>		
Рональд Коуз, Дуглас Норт, Олівер Вільямсон	Підприємець стає суб’єктом, який робить вибір між контрактними відносинами вільного ринку й організацією фірми з метою заощадження трансакційних витрат	Підприємництво є регулюючим механізмом інститутів ринку, що відрізняється від цінового механізму й механізму державного регулювання

## **Практичне заняття 4 (2 год)**

### **Походження та світова історія підприємництва, сучасні тенденції розвитку підприємництва**

#### **План**

1. Виникнення й розвиток підприємництва у світі та Україні.
2. Підприємництво як соціально-економічний феномен.
3. Вплив національних особливостей на підприємництво.

**Завдання 1.** Ділова гра «Конвектор».

**Завдання 2.** Дайте відповіді на тести:

1. *Першими підприємцями можна вважати:*
  - а) ремісників, купців, землеробів, скотарів;
  - б) винороби, веслярі;
  - в) мисливці, рибаки;
  - г) ювеліри, цирульники.
2. *Перші спроби систематичного теоретичного осмислення підприємництва беруть свій початок із:*
  - а) середини XV ст.;
  - б) кінця XVI ст.;
  - в) початку XVII ст.;
  - г) середини XVIII ст.
3. *Первісне поняття «підприємець» до наукового обігу ввів:*
  - а) шотландський економіст А. Сміт;
  - б) французький економіст Ж.-Б. Сей;
  - в) англійський економіст А. Маршал;
  - г) англійський економіст Р. Кантільон.
4. *Головною рисою підприємця Р. Кантільон вважав:*
  - а) готовність до ризику;
  - б) наявність вільних коштів;
  - в) свобода вибору виду діяльності;
  - г) наявність партнерів.
5. *Вагомий внесок у дослідження феномену підприємця у XX ст. зробив:*
  - а) австрійський економіст Й. Шумпетер;
  - б) англійський економіст Т. Манн;

- в) польський економіст М. Коперник;
  - г) англійський економіст С. Д. Норт.
6. *Ж.-Б. Сей вважав, що підприємець – це:*
- а) діловий партнер;
  - б) економічний агент;
  - в) інноватор;
  - г) менеджер.
7. *Економічна свобода містить у собі:*
- а) економічну самостійність, відповідальність та рівноправність;
  - б) економічну самостійність, конкурентоздатність;
  - в) економічну відповідальність, цілеспрямованість;
  - г) економічну незалежність, рівноправність.
8. *Економічна самостійність містить у собі:*
- а) відповідальність за результати господарювання;
  - б) вільне встановлення господарських контактів;
  - в) рівні економічні умови для будь-якого виду діяльності;
  - г) відповідальність за договірні зобов'язання.
9. *До найважливіших ознак підприємництва не належить:*
- а) самостійність у виборі напрямів і методів діяльності;
  - б) інноваційний характер діяльності;
  - в) орієнтація на досягнення комерційного успіху;
  - г) установа зв'язків.
10. *Підприємець виступав як особа, яка переміщує ресурси із сфери з низькою у сферу з високою дохідністю у:*
- а) XV ст.;
  - б) XVI ст.;
  - в) XVII ст.;
  - г) XIX ст.
11. *Досягнення значних результатів в управлінні виробництвом було характерною рисою підприємця:*
- а) на початку XX ст.;
  - б) наприкінці XIX ст.;
  - в) на початку XVIII ст.;
  - г) в середині XVIII ст.

12. Фірми перенесли пріоритети управління з виробництва на рекламу, добір споживачів:

- а) на початку 1930-х рр.;
- б) наприкінці 1950-х рр.;
- в) на початку 1980-х рр.;
- г) наприкінці 2000-х рр.

13. Співвідношення між інтересами розвитку виробництва та збуту в системі управління суттєво модифікувалося:

- а) на початку 1910-х рр.;
- б) із середини 1950-х рр.;
- в) наприкінці 1980-х рр.;
- г) на початку 2000-х рр.

14. Матеріальною основою виникнення підприємництва є:

- а) товарне виробництво;
- б) натуральне виробництво;
- в) матеріальне виробництво;
- г) масове виробництво.

15. Яку діяльність за часів римського права під поняттям «підприємництво» здебільшого розуміли?

- а) посередницьку;
- б) комерційну;
- в) виробничу;
- г) консультаційну.

16. За сучасних умов господарювання акцент підприємницької діяльності ставиться на:

- а) максимізації прибутку;
- б) виконанні функцій перед державою;
- в) споживачеві та його потребах;
- г) дослідженні ринкових умов здійснення підприємницької діяльності.

17. Згідно з Господарським кодексом України підприємництво – це стиль господарювання, якому властивий принцип:

- а) бюрократизму;
- б) консерватизму;
- в) постійної ініціативи;
- г) застосування апробованих технологій.

18. Послаблення жорсткого контролю держави над торговельним підприємництвом в Україні відбулося:

- а) наприкінці XVII ст.;
- б) у середині XVIII ст.;
- в) в останній чверті XVIII ст.;
- г) наприкінці XVIII ст.

19. Підприємництво в Україні характеризувалося авторитарно-регулюючим режимом:

- а) наприкінці XVI – на початку XVII ст.;
- б) у середині XVII ст.;
- в) наприкінці XVII – у XVIII ст.;
- г) наприкінці XVIII – у XIX ст.

20. Часом розквіту українського підприємництва вважається:

- а) пореформений період у XIX ст.;
- б) остання чверть XVIII ст. за правління Катерини II;
- в) початок XVIII ст. за правління Петра I;
- г) середина XIX ст. за правління Миколи I.

### ***Питання для самоконтролю знань студентів***

1. Який зміст концепції підприємництва Й. Шумпетера?
2. Як визначені поняття «підприємництво» та «підприємець» у працях П. Друкера?
3. Яких видатних підприємців світу ви знаєте?
4. Які напрями прискорення розвитку підприємництва в умовах переходу до інноваційної моделі розвитку економіки України?

### ***Тематика рефератів***

1. Умови формування підприємництва в економічно розвинених країнах світу.
2. Концепції підприємництва видатних економістів світу.
3. Етичний кодекс сучасного підприємця.
4. Роль суспільства у вихованні успішного підприємця.
5. Вплив національного менталітету на поведінку підприємця.

***Інформаційні джерела: 1, 4, 5, 7, 9, 12–14, 16, 19, 22.***

## МОДУЛЬ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

### ТЕМА 5. Підприємництво як процес

У цій темі потрібно дослідити стадії підприємницького процесу. Розглянути схему підприємницької діяльності. Ознайомитися з діловим циклом процесу підприємництва. З'ясувати суть підприємницької ідеї. Оцінити джерела придбання нової ідеї. Обґрунтувати визначення безпосередньої та потенційної цінності ідеї. Проаналізувати наявні та необхідні ресурси. Оцінити можливості застосування різних способів залучення необхідних ресурсів.

Дослідити послідовність складання бізнес-плану. З'ясувати процес розроблення цільових ринків, прогноз обсягів попиту. Ознайомитися зі складанням плану маркетингу, виробничого й фінансового планів. Виявити принципи вибору організаційно-правової форми підприємництва, державної реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності. Визначити особливості управління створеним підприємством. Охарактеризувати стиль і структуру управління. Виявити ключові фактори успіху. Визначити слабкі місця та шляхи їх усунення. Розглянути постановку системи контролю.

#### *Методичні рекомендації щодо вивчення теми*

Підприємницький процес складається з таких стадій:

#### **I. Підготовча стадія** містить такі етапи:

1. Прийняття рішення про підприємницьку діяльність на основі підприємницької ідеї.
2. Визначення цілей підприємницької діяльності, розроблення стратегії розвитку підприємства.
3. Вибір організаційно-правової форми підприємництва.
4. Вибір місця розташування підприємства.

#### **II. Установча стадія** складається з таких етапів:

1. Визначення складу засновників, пошук партнерів (якщо це необхідно).
2. Визначення величини статутного фонду (початкового капіталу) та джерел фінансування.

3. Розроблення назви підприємства.
4. Підготовка установчих (засновницьких) документів, а саме: установчого (засновницького) договору та статуту.
5. Реєстрація підприємства у відповідних органах державної влади.
6. Оформлення атрибутів підприємства (печатка, бланки, рахунки підприємства).

### **III. Організаційна стадія** містить:

1. Організацію управління підприємством.
2. Формування мереж постачання ресурсів і реалізації продукції.
3. Підбір персоналу.
4. Організацію виробничого процесу.

**IV. Припинення підприємницької діяльності** шляхом скасування державної реєстрації й позбавлення статусу юридичної особи.

**Підприємницька ідея** – конкретне цілісне знання про доцільність та можливість займатися певним видом підприємницької діяльності, а також чітке усвідомлення мети такої діяльності, шляхів та засобів її досягнення.

### **Ідеї потрібні для:**

- розроблення нових видів продукції, послуг та диверсифікації наявного виробництва;
- залучення нових ринків і клієнтів;
- скорочення рівня витрат;
- збільшення прибутку.

### **Джерелами нових ідей** можуть бути:

- працівники підприємства;
- публікації офіційних органів влади та вчених;
- думки бізнесменів;
- відгуки споживачів;
- продукція, що випускається конкурентами й користується підвищеним попитом;
- науково-дослідні й дослідно-конструкторські розроблення;
- отримані знання в середній школі та ВНЗ під час вивчення економічних дисциплін;

- досвід у цій сфері батьків, родичів та знайомих;
- інформація, отримана із засобів масової інформації (радіо, телебачення, газет, журналів);
- думка споживачів про доцільність мати нові товари, отримувати нові послуги;
- відвідування ярмарків і виставок передового досвіду;
- потенційні конкуренти;
- публікації у професійних виданнях, у тому числі про наявні патенти та ліцензії;
- знання основних способів підтримки державою підприємницької діяльності, якими хотів би скористатися майбутній підприємець.

*Ідею варто розглядати з різних поглядів:*

- рівня конкуренції на ринку відповідних товарів і послуг;
- наявності споживачів та знання їх потреб сьогодні та в майбутньому;
- виробничих можливостей фірми щодо продукування тих або інших необхідних ринку товарів;
- реальних можливостей залучення фінансових коштів (за необхідності – іноземних інвестицій);
- стабільності та гнучкості чинного законодавства в галузі господарювання підприємців;
- компетентності, досвіду й управлінських здібностей бізнесменів.

**Бізнес-план** – це документ, який містить обґрунтування головних заходів, які будуть здійснені для реалізації певного комерційного проекту чи створення нової фірми. Бізнес-план охоплює всі основні аспекти виробничої, комерційної й інших видів діяльності.

**Бізнес-план виконує 2 важливі функції:**

- **зовнішню** – ознайомити різних представників ділового світу із сутністю та основними аспектами реалізації конкретної підприємницької ідеї;
- **внутрішню** – опрацювати механізм самоорганізації, тобто цілісну, комплексну систему управління реалізацією підприємницького проекту.

*Послідовність складання бізнес-плану полягає в дотриманні таких дій:*

1. Ухвалення рішення про створення нового підприємства чи впровадження заходів з удосконалення діючого підприємства.
2. Аналіз власних можливостей і здатності взятися за реалізацію задуманого проекту
3. Вибір виробу чи послуги, виробництво яких будуть метою задуманого проекту.
4. Дослідження можливого ринку збуту.
5. Складання прогнозу обсягів збуту (для першого року щомісячно, для другого – поквартально).
6. Вибір місця для здійснення комерційної чи виробничої діяльності.
7. Розроблення плану виробництва.
8. Розроблення плану маркетингу.
9. Розроблення організаційного плану.
10. Розроблення юридичної схеми майбутньої комерційної діяльності.
11. Вирішення питань організації бухгалтерського обліку.
12. Вирішення питань страхування.
13. Розроблення фінансового плану.
14. Написання резюме до бізнес-плану.

*Бізнес-план підлягає певним вимогам щодо стилю написання:*

- має бути стислим, простим, але адекватно розкривати сутність підприємницького проекту;
- рекомендується уникати жаргонних виразів, суто технічного опису продукції, операцій, процесів;
- інформацію треба викладати в діловому стилі, але якомога доступніше;
- має бути функціональним, тобто містити лише корисну інформацію, яка цікавить або може цікавити читача;
- має ґрунтуватися на реалістичних припущеннях;
- протипоказаний зайвий оптимізм;
- бізнес-план має бути легким для сприйняття, чітким та логічним;
- має забезпечувати охорону конфіденційної інформації про фірму та її діяльність.

**Ресурсний потенціал підприємства** – це сукупність матеріальних, нематеріальних, трудових, інформаційних, фінансових ресурсів, включаючи здатність робітників підприємства ефективно використовувати ресурси для виконання місії, досягнення поточних і стратегічних цілей підприємства.

*Ресурсний потенціал підприємства можна охарактеризувати такими критеріями:*

- реальними можливостями підприємства в певній сфері діяльності (включаючи й нереалізовані можливості);
- обсягом ресурсів як залучених, так і тільки підготовлених до використання у виробництві;
- здатністю кадрів використовувати ресурси, вміння розпоряджатися ресурсами підприємства;
- формою підприємництва та відповідною організаційною структурою підприємництва.

Управління підприємством залежить від складності його структури, масштабу й виду діяльності, наявності зв'язків з іншими суб'єктами господарської діяльності. Для більшості підприємств характерні 3 основні види управління їх діяльністю: виробниче, організаційне й економічне.

*Основні завдання виробничого управління:*

- управління розвитком підприємства (розширення асортименту продукції, що випускається, за рахунок випуску якісніших виробів);
- підвищення конкурентоспроможності продукції;
- забезпечення більш ефективного використання устаткування, наявних виробничих площ;
- систематичний контроль технічного стану устаткування, забезпечення його технічного обслуговування й ремонту;
- забезпечення підвищення продуктивності праці основного та допоміжного персоналу;
- зниження всіх видів виробничих витрат;
- оптимальне планування, чіткий облік та нормування основних технологічних операцій;
- управління технологічною підготовкою виробництва продукції.

*Основні завдання організаційного управління:*

- вибір форми організації управління підприємством і виробництвом;
- визначення відносин і зв'язків між структурними підрозділами підприємства;
- визначення функцій кожного елемента структури для підтримання нормальної діяльності підприємства;
- розподіл основних функцій управління між управлінськими підрозділами та окремими працівниками підприємства;
- забезпечення необхідної координованості дій підрозділів підприємства;
- підбір, розстановка та навчання кадрів;
- здійснення контролю за якістю та ефективністю роботи підрозділів управління підприємством;
- формування механізму відносин з іншими організаціями.

*Основні завдання економічного управління:*

- виявлення впливу основних економічних показників (обсягу випуску продукції, постійних та змінних витрат, ціни, прибутку) на забезпечення беззбитковості, прибутковості підприємства, його самокупності та самофінансування розвитку виробництва;
- обґрунтування доцільності обсягів виробництва, співвідношення постійних та змінних витрат у собівартості кожного виду продукції;
- обґрунтування найраціональнішої для підприємства форми організації виробництва (кооперації, спеціалізації тощо);
- вибір найдоцільнішого варіанта оснащення підприємства машинами та устаткуванням;
- обґрунтування ефективності інвестиційних проектів із реконструкції підприємства, модернізації устаткування й оновлення продукуючої продукції;
- пошук наявних резервів підвищення економічної ефективності виробництва;
- розроблення шляхів поліпшення якості продукції;
- обґрунтування й подальший розвиток нормативної бази підприємства (матеріальних, фінансових та трудових витрат на виготовлення одиниці продукуючої продукції);

– обґрунтування ціноутворення продукуюваної підприємством продукції;

– систематичний аналіз господарської діяльності та фінансового стану підприємства з визначенням показників рентабельності виробництва й оборотності капіталу;

– аналіз використання матеріальних ресурсів, розроблення пропозицій щодо зниження матеріаломісткості, енергомісткості продукуюваної продукції, витрат на матеріальні ресурси;

– планування розподілу прибутку за фондами накопичення й споживання, розроблення перспективного, поточного та оперативного планів діяльності підприємства;

– організація обліку й контролю економіко-виробничої діяльності за окремими видами продукції та щодо підприємства загалом.

*В управлінні підприємством необхідно дотримуватися таких принципів:*

– чіткий розподіл праці серед виконавців;

– додержання дисципліни та порядку;

– ознайомлення працівників з їх повноваженнями та відповідальністю в межах їх призначення;

– використання мотивації високопродуктивної праці;

– забезпечення рівної справедливості для всіх працівників;

– впевненість у стабільності роботи;

– дотримання взаємовідносин із працівниками з урахуванням виробничої ієрархії;

– заохочування ініціативи.

В управлінні підприємством виокремлюють такі *функції*:

– планування – визначення мети діяльності підприємства;

– організація – визначення і розподіл серед виконавців окремих завдань, повноважень та відповідальності;

– мотивація – створення умов, за яких виконавці зможуть і бажатимуть виконувати пропоновану їм роботу якнайкраще;

– аналіз і контроль – вимірювання та порівняння результатів наміченої діяльності із запланованими показниками, коригування діяльності в разі виявлених відхилень від плану.

## **Практичне заняття 5 (2 год)** **Підприємництво як процес**

### **План**

1. Стадії підприємницького процесу.
2. Пошук нової ідеї та її оцінка.
3. Аналіз наявних та оцінка недостатніх ресурсів.
4. Управління створеним підприємством.

**Завдання 1.** Дайте відповідь на тести:

1. *Процес підприємництва – це:*

а) самостійна, ініціативна, систематична, на власний *ризик діяльність із виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг та заняття торгівлею з метою одержання прибутку;*

б) діяльність підприємця, яка містить у собі всі етапи створення та розвитку власної ідеї, починаючи від її пошуку й закінчуючи комерційним втіленням її в життя;

в) підприємницька, комерційна чи будь-яка інша *діяльність*, що не може суперечити закону та спрямована на отримання прибутку;

г) сукупність заходів і дій економічних суб'єктів, спрямована на прийняття найбільш економічних рішень, що передбачають задоволення потреб і досягнення цілей із найменшими затратами.

2. *До етапів підприємницького процесу не належить:*

а) пошук нової ідеї та її оцінка;

б) аналіз можливостей та оцінка ресурсів;

в) маркетинговий синтез;

г) управління створеним підприємством.

3. *Пошук нової ідеї та її оцінка передбачає:*

а) оцінку ризику і вхідних бар'єрів;

б) оцінку недостатніх ресурсів;

в) розроблення стратегії проникнення на ринок;

г) визначення стилю та структури управління.

4. *На етапі складання бізнес-плану та реєстрації підприємства здійснюється:*

а) вибір організаційно-правової форми підприємництва;

б) визначення слабких місць і шляхів їх усунення;

- в) визначення потенційних постачальників;
  - г) визначення відповідності ідеї цілям, знанням і вмінням.
5. *До процесу підприємницької діяльності не належить:*
- а) маркетинг;
  - б) замовлення;
  - в) торгівля;
  - г) обмін.
6. *Причиною виникнення інноваційних ідей не можуть бути:*
- а) несподівані події;
  - б) демографічні зміни;
  - в) нові знання;
  - г) глобалізація конкуренції.
7. *Операційний вплив на підприємство здійснює:*
- а) технологічний розвиток;
  - б) ринок робочої сили;
  - в) споживачі;
  - г) постачальники.
8. *Аналіз факторів, що викликали нову ідею, відбувається на етапі:*
- а) пошуку нової ідеї та її оцінки;
  - б) аналізу можливостей та оцінки ресурсів;
  - в) складання бізнес-плану;
  - г) управління створеним підприємством.
9. *Оцінка ризику та вхідних бар'єрів характерна етапу:*
- а) пошуку нової ідеї та її оцінки;
  - б) аналізу можливостей та оцінки ресурсів;
  - в) складання бізнес-плану;
  - г) управління створеним підприємством.
10. *Позиціонування товару відбувається на етапі:*
- а) пошуку нової ідеї та її оцінки;
  - б) аналізу можливостей та оцінки ресурсів;
  - в) складання бізнес-плану;
  - г) управління створеним підприємством.
11. *Визначення потенційних постачальників відбувається на етапі:*
- а) пошуку нової ідеї та її оцінки;

- б) аналізу можливостей та оцінки ресурсів;
- в) складання бізнес-плану;
- г) управління створеним підприємством.

12. Для якого етапу процесу підприємництва характерна розроблення стратегії проникнення на ринок?

- а) пошуку нової ідеї та її оцінки;
- б) аналізу можливостей та оцінки ресурсів;
- в) складання бізнес-плану;
- г) управління створеним підприємством.

13. На якому етапі процесу підприємництва визначаються ключові фактори успіху?

- а) пошуку нової ідеї та її оцінки;
- б) аналізу можливостей та оцінки ресурсів;
- в) складання бізнес-плану;
- г) управління створеним підприємством.

14. Яке підприємництво здійснюється для створення духовного блага?

- а) виробниче;
- б) комерційне;
- в) посередницьке;
- г) фінансове.

15. Яке підприємництво займається здійсненням товарно-грошових та торговельно-обмінних операцій?

- а) виробниче;
- б) комерційне;
- в) посередницьке;
- г) фінансове.

16. Бізнес-план – це:

- а) офіційний документ, що описує процес функціонування фірми;
- б) основний документ, на основі якого діє підприємство;
- в) документ правової чинності, в якому констатуються або підтверджуються факти, події, пов'язані з діяльністю підприємства;

г) документ, який засвідчує угоду двох або більше юридичних чи фізичних осіб про встановлення, зміну або припинення їх спільних дій згідно із зафіксованими в ньому правами та обов'язками.

17. *Основна зовнішня ціль бізнес-плану полягає в тому, щоб:*

а) обґрунтувати економічну доцільність напрямів розвитку підприємства;

б) розрахувати очікувані фінансові результати діяльності підприємства;

в) запевнити майбутніх партнерів і кредиторів в успіху справи;

г) визначити джерела фінансування обраної стратегії.

18. *До вимог щодо складання бізнес-плану не належить:*

а) обов'язковість розголошення зібраної інформації;

б) деталізація схеми функціонування, принципів і методів керівництва, перспектив розвитку підприємства;

в) чітке окреслення всіх характеристик підприємства;

г) відображення програми управління фінансами.

19. *До групи спеціалістів, які складає бізнес-план, доцільно залучити:*

а) громадських діячів;

б) менеджера з управління персоналом;

в) головного конкурента;

г) представників місцевої влади.

20. *До бізнес-планів, що складаються для зовнішнього використання не належить бізнес-план:*

а) для одержання кредиту;

б) для залучення інвесторів;

в) для продажу діючого бізнесу;

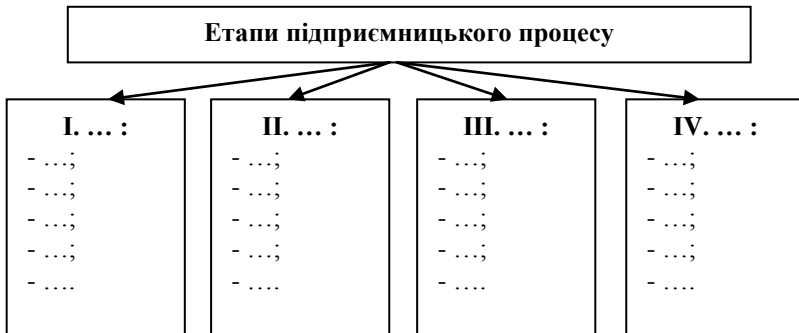
г) проекту.

**Завдання 2.** Дайте визначення таких понять:

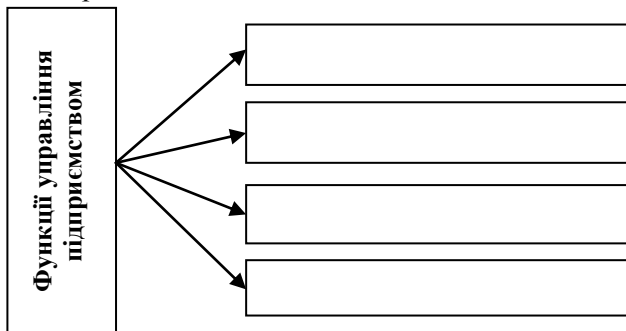
*Підприємницька ідея – це ...*

*Управління підприємством – це ...*

**Завдання 3.** Заповніть нижченаведену блок-схему щодо етапів підприємницького процесу.



**Завдання 5.** Укажіть та охарактеризуйте головні функції управління підприємством.



***Питання для самоконтролю знань студентів***

1. У чому полягає суть процесу генерування бізнес-ідеї?
2. Як відбувається оцінка підприємницької ідеї?
3. У чому полягає сутність підприємницької ідеї?
4. Які методи генерування бізнес-ідеї вам відомі?

***Тематика рефератів***

1. Сучасна технологія підприємницького процесу.
2. Календарне планування необхідних ресурсів.
3. Стратегічне планування у підприємницькій діяльності.
4. Структура, логіка розроблення та оформлення бізнес-плану підприємства.

***Інформаційні джерела: 1, 4–10, 12–14, 21, 22.***

## ТЕМА 6. Інновація як засіб розвитку підприємницької діяльності

У цій темі необхідно дослідити процес планування та проєктування нової продукції. Розглянути функціонально-вартісний аналіз. З'ясувати методи вироблення нової ідеї. Охарактеризувати позитивні сторони та недоліки наявних методів вироблення нової ідеї.

Ознайомитися з методами творчого вирішення проблем (метод опитування, евристичний метод, параметричний аналіз, матричний аналіз, метод вільних асоціацій, метод записної книжки, «мрії про неможливе» тощо). Визначити характерні особливості методів творчого вирішення проблем: етапи та ймовірні результати.

### *Методичні рекомендації щодо вивчення теми*

**Планування продукції** – це систематичне прийняття рішень з усіх аспектів розроблення й *управління* продукцією *фірми*, включаючи створення торгової марки й упаковки.

Розрізняють 3 способи планування нової продукції:

- узагальнено – визначення основної ідеї, мети використання;
- конкретно – визначення конкретних характеристик та властивостей продукції;
- розширено – визначення не тільки конкретних характеристик продукції, а й гарантій, умов використання чи повернення тощо.

Відповідно до цього розрізняють три рівня створення нового товару:

- товар за задумом – констатація вигоди від товару для конкретних споживачів;
- товар у реальному виконанні – комплекс необхідних атрибутів функціонального характеру;
- товар із підкріпленням – комплекс атрибутів, що включає умови монтажу, поставки, торговельного кредитування, сервісу тощо.

*Планування нової продукції забезпечує досягнення цілей:*

- утримання та збільшення частки ринку й обсягу продажів;

- задоволення нових потреб ринку;
- позиціонування підприємства та його продукції на ринку;
- збільшення прибутку;
- забезпечення підприємству іміджу новаторського;
- повніше використання потужностей, каналів розподілу підприємства;
- поліпшення фінансового стану підприємства.

**Створення нового продукту** – це складний і багаторівневий процес застосування спеціальних знань, досвіду, методів і засобів для досягнення певної мети. Новий продукт завжди є результатом змін у матеріальному й технологічному рівнях виробництва та нормативному його забезпеченні, а тому належить до сфери управління проектами. До головних критеріїв оцінки різних варіантів виконання робіт зі створення нового продукту належать терміни та вартість досягнення очікуваних результатів.

**Новий товар** – це кінцевий результат творчого пошуку, що суттєво поліпшує розв’язання певної проблеми споживача або проблеми, яка раніше не розв’язувалась. З поняттям нового товару пов’язано багато визначень, які здебільшого виходять із таких критеріїв:

- суто часові ознаки, коли до нових виробів належить кожний товар, що вперше виготовляється підприємством;
- можливість породження та задоволення товаром раніше невідомої потреби;
- наявність у товарі прогресивних змін, що відрізняють виріб від його аналогів і прототипів. Ці зміни можуть стосуватися сировини, матеріалів, конструкції, технології, зовнішнього вигляду.

*Створенню нового товару має передувати оцінка:*

- 1) сфери можливого використання, кількості та складу потенційних покупців;
- 2) наявних ресурсів виробництва та збуту;
- 3) можливих змін у технологічному забезпеченні випуску нового товару;
- 4) господарських ризиків та ймовірності конкурування нового товару з тими, що вже виробляються підприємством.

*Необхідність нової продукції пов'язують із такими обставинами:*

1) нова продукція допомагає стабілізувати збут та витрати протягом року, що особливо важливо для компаній із сезонним характером виробництва;

2) нові вироби забезпечують фірмі більший прибуток і підвищують ефективність маркетингових програм;

3) зменшується залежність від одного товару або однієї асортиментної групи;

4) досягається максимальна ефективність системи реалізації;

5) з'являється можливість раціонального використання відходів діючого виробництва;

6) фірма отримує інструмент оперативного реагування на мінливі демографічні характеристики споживачів і зміни у стилі життя.

Процедура створення нових товарів від виникнення ідеї аж до випуску готового виробу є органічним поєднанням кількох етапів:

1. Генерування (розроблення) ідеї/концепції нового товару.

2. Відбір ідей про новий товар.

3. Розроблення концепції із запропонованої ідеї продукту.

4. Після вироблення ряду концепцій продукту слід розробити маркетингову програму щодо виводу на ринок планованого товару (послуги).

5. Попередній аналіз можливостей виробництва і збуту.

6. Аналіз економічної доцільності випуску нової продукції.

7. Проектування товару.

8. Випробування дослідних зразків і доопрацювання виробів.

9. Розвиток виробництва та збуту.

*Методами вироблення ідей є:*

**1. Цільові обговорення.** Цільові обговорення як один із методів вироблення нових ідей полягає у проведенні наради модератора, головне завдання якого полягає в тому, щоб залучити всіх присутніх у відкриту та зацікавлену дискусію і унеможливити серію пасивних відповідей на питання. Ведучий націлює учасників на обговорення в певній галузі, у якій ведеться пошук ідей нової продукції.

**2. Класичний «мозковий штурм».** Метод «мозкової атаки» – це спонтанне генерування учасниками безлічі ідей із поставленої проблеми. Учасниками можуть бути люди різних професій; не допускаються до обговорення визнані авторитети, забороняється критикувати або висловлювати негативні оцінки.

**3. Метод «мозкової атаки навпаки»** багато в чому нагадує звичайну «мозкову атаку», але при цьому дозволяється висловлювати критичні зауваження. Весь цей метод побудований на тому, щоб усі учасники групи виявляли недоліки пропонованих ідей. До проведення таких засідань потрібно ставитися дуже відповідально, щоб учасники дискусії вели себе коректно стосовно один до одного.

**4. Інвентаризація «слабких місць»** (тобто недоліків яких-небудь товарів). У цьому методі учасники обговорення не пропонують нових ідей. Присутні подають заздалегідь складений список слабких місць певних видів продукції та пропонують указати, який товар на ринку відповідає цим слабким місцям, і чому зроблено саме цей вибір.

Одним із найскладніших етапів прийняття рішень є пошук альтернативних варіантів. В управлінській практиці використовують різноманітні **методи творчого пошуку альтернативних варіантів**, які умовно поділяють на 3 групи:

- методи індивідуального творчого пошуку;
- методи колективного творчого пошуку;
- методи активізації творчого пошуку.

#### *Методи індивідуального творчого пошуку*

**1. Метод аналогії (емпатії)** – використання схожих рішень з інших сфер діяльності (технічної, економічної, спостережень за природою, художньої літератури тощо).

**2. Метод ідеалізації** – пошук альтернатив шляхом ініціювання уявлення про ідеальне розв'язання проблеми.

**3. Метод інверсії (метод звертання)** орієнтований на пошук ідей рішення творчого завдання в нових, несподіваних напрямках, найчастіше протилежних традиційним поглядам і переконанням, що диктуються формальною логікою та здоровим глуздом.

### *Методи колективного творчого пошуку*

**4. Конференція ідей** передбачає допущення доброзичливої критики у формі реплік та коментарів.

**5. Метод колективного блокнота** передбачає, що пошук альтернатив відбувається за такою схемою. Спочатку формулюється проблема, яку потрібно розв'язати. Члени групи, згідно з усіма теоріями пошуку, «виношують» ідею. Мозок дослідників весь час працює, навіть тоді, коли індивід цього не усвідомлює. У певний момент приходить натхнення, і народжується ідея, яку записують у блокнот. Блокнот з альтернативами передають ведучому, який аналізує та оцінює рішення.

### *Методи активізації творчого пошуку*

**6. Метод запитальника.** Цей метод можна застосовувати як для вироблення принципово нових рішень, так і для пошуку нових ідей у окресленій галузі.

**7. Метод фокальних об'єктів** полягає у перенесенні ознак випадково обраних об'єктів на об'єкт, що має бути вдосконалим. У результаті можуть з'явитися оригінальні рішення.

**8. Метод морфологічного аналізу** ґрунтується на застосуванні комбінаторики, тобто на системному дослідженні всіх теоретично можливих варіантів, які впливають із закономірностей побудови об'єкта, що аналізується. Синтез охоплює як відомі, так і нові, незвичайні варіанти. Шляхом комбінування варіантів можна отримати рішення, кілька з яких може мати практичний інтерес.

**9. Метод Гордона** передбачає виклад концепції до вирішення проблеми та висловлювання учасниками своїх ідей із цього питання. Потім ведучий після уточнення вихідної концепції розкриває шукану проблему, а учасники висловлюють пропозиції та викладають свої ідеї про те, як їх реалізувати.

**10. Метод вільних асоціацій** є одним із найпростіших і в той же час найбільш дієвих методів вироблення нових ідей. Він буває дуже корисний за необхідності виробити новий погляд на проблему. У процесі зародження асоціацій установлюються неординарні взаємозв'язки між компонентами розв'язуваної проб-

леми й елементами зовнішнього світу, включаючи компоненти колишнього досвіду творчої діяльності осіб, які беруть участь у колективному рішенні проблеми, творчої завдання.

**11. Метод поставлених зв'язків** дозволяє виявити вхідні елементи проблеми, їх заново переосмислити, перекомпонувати і на підставі цієї нової комбінації побудувати нову концепцію або ідею.

**12. Метод записної книжки** заснований на фіксуванні у спеціальній записній книжці, блокноті або зошиті всіх відомих фактів, що мають відношення до розв'язання досліджуваної проблеми й результатів обмірковування та можливих шляхів її вирішення. На основі аналізу до кінця місяця складається список найкращих ідей.

**13. Евристичний метод** заснований на вмінні будувати здогади, використовуючи логічні міркування, інтуїцію й минулий досвід і припускає виявлення всіх концепцій, що мають відношення до вивчення товару й вироблення на їх основі всіх можливих комбінацій та ідей.

**14. Науковий метод**, який широко застосовують у найрізноманітніших сферах, припускає збір даних у ході спостережень або експериментів і перевірку на підставі цих даних різних гіпотез щодо стану об'єктів або процесів.

**15. Вартісний аналіз** припускає максимізацію вигоди для підприємця та його нового підприємства.

**16. Список атрибутів** передбачає складання списку всіх атрибутів досліджуваного об'єкта чи проблеми і вивчення кожного із цих атрибутів із різних точок зору.

**17. Метод матричних структур** – метод систематизації пошуку нових ідей шляхом побудови матриці, стовпці якої відповідають обговорюваним варіантам товарів, а рядки – ринковим атрибутами цих товарів, записаним у вигляді запитань. Відповіді щодо кожного товару записують у відповідних клітинах матриці.

**18. Мрії про неможливе.** Мріяти буває не тільки приємно, але й корисно – це може навести на нову думку. У мріях не потрібно соромитися – сміливо замахуватися на високі цілі, уяв-

ляти собі, яким оригінальним шляхом ви досягнете їх. Усе, що спадає на думку, слід записати й вивчити, поки не буде нарешті вироблена ідея, з якою можна працювати далі.

**19. Параметричний аналіз** містить у собі 2 етапи – ідентифікацію параметрів і творчий синтез. На першому етапі – етапі ідентифікації параметрів – аналізуються всі змінні, що визначають ситуацію, оцінюється їх відносна значимість і вибираються найважливіші (первинні об'єкти). Після того, як коло первинних об'єктів визначено, починається вивчення взаємозв'язків між параметрами, що характеризують ці об'єкти. Рішення, засноване на оцінці параметрів та їх взаємозв'язків, що виробляється – етапі творчого синтезу.

**20. Метод Альтшулера (алгоритм розв'язання дослідницьких завдань)** складається з двох етапів. На першому формулюється проблема клієнта з описом цільового оптимального стану системи, а також способів його досягнення. На другому етапі розробляються рішення, адекватні внутрішнім параметрам системи та зовнішньому середовищу її функціонування.

**21. Метод творчого співробітництва** характеризується зміною групової та індивідуальної роботи. Після відносно короткого (10–15 хв) групового «мозкового штурму» учасники розходяться, щоб індивідуально подумати над проблемою ще деякий час (5–10 хв), записати додаткові ідеї, модифіковані, або розширити вже наявні.

**22. Конференція ідей Гільде** передбачає залучення керівників і рядових співробітників, які постійно мають справу із цією проблемою, а також новачків, оскільки вони вільні від стереотипів традиційних рішень і висувають свіжі ідеї.

**23. «Дискусія-66» (Сесія «дзиччання голосів», «Філіпс-66»)** полягає в тому, що велике зібрання людей підрозділяють на групи по 6 осіб, які незалежно один від одного виробляють рішення щодо поставленої проблеми чи позиції з певного питання. Кожна група призначає власного ведучого, протоколіста та спікера. Групове обговорення триває приблизно 6 хв. Потім усі групи знову збираються на пленарне засідання, на якому спікери груп доповідають про висунуті ідеї, пропозиції й рішення та виробляють нове рішення розглянутої проблеми.

**24. Метод 635** передбачає, що група із шести учасників спочатку аналізує й чітко формулює задану проблему. Кожен учасник групи протягом 5 хв заносить у формуляр 3 пропозиції щодо розв'язання проблеми, після чого передає свій формуляр сусідові. Останній приймає до уваги пропозиції свого попередника, потім під ними записує 3 власні пропозиції.

Ці пропозиції можуть брати участь у подальшому (асоціативному) розробленні записаних рішень, але можуть бути висунуті й абсолютно нові пропозиції. Таким чином, протягом 30 хв кожен учасник встигає заповнити 6 формулярів. Процес завершується, коли всі учасники оброблять свої формуляри.

**25. Синектика.** В її основу покладено принцип класичного мозкового штурму, але цей штурм здійснює професійна чи напівпрофесійна група, яка від одного штурму до іншого накопичує досвід розв'язання завдань.

**26. Метод ідеї Дельфі** використовують у рамках методу прогнозування для знаходження ідей.

**27. Опитування за допомогою карток.** Під час опитування за допомогою карток учасники зустрічаються у спокійній обстановці, де їм ніщо не повинно заважати. Тут учасникам повідомляють про проблему, суть якої записують на дошці або на картці. При цьому з'являється можливість шляхом зустрічних запитань і виступів у дискусії ще більше прояснити проблему. Упродовж обмеженого часу (10–45 хв) учасники записують ідеї або критичні зауваження на картку. Записи залишаються анонімними, небезпека критики на будь-чию адресу відсутня.

**28. Ідейна інженерія** – це метод, який урахує й обробляє в письмовій формі ідеї співробітників будь-якого підприємства.

**29. Метод колективного блокнота.** Усім опитуваним із певного питання видають так звані блокноти для ідей, що містять точний опис проблеми. Від кожного потрібно щодня заносити у свій блокнот усі ідеї, що виникли в нього щодо цієї проблеми. Приблизно через місяць усі блокноти з ідеями здають координатору, який упорядковує матеріал, резюмує його й обирає принципові рішення. Результати цієї обробки можуть вивчати й обговорювати всі учасники.

**30. Критична техніка.** Під час використання цього методу на першому етапі кожен член групи протягом декількох хвилин коротко у вигляді тез записує своє рішення із цієї проблеми. Потім учасники по черзі висловлюють свої ідеї.

Однакові ідеї не повинні пропонуватися двічі. Якщо в ході доповідей в учасників виникають нові ідеї, то їх вони також записують. Другий етап з оголошенням нових ідей починається після того, як були названі всі пропозиції першого. Досвідчені групи здатні на таких засіданнях проводити обговорення у кілька етапів для виявлення нових ідей.

### ***Практичне заняття 6 (2 год)***

#### **Інновація як засіб розвитку підприємницької діяльності**

##### ***План***

1. Процес планування та проектування нової продукції.
2. Функціонально-вартісний аналіз.
3. Методи вироблення нової ідеї.
4. Характерні особливості методів творчого розв'язання проблем.

***Завдання 1.*** Дайте відповіді на тести:

*1. Планування та проектування нової продукції не передбачає:*

- а) концептуальне розроблення нової продукції;
- б) пробний вихід нової продукції на ринок;
- в) комерціалізацію;
- г) сейлз-промоушн.

*2. На етапі дослідно-конструкторського розроблення нової продукції відбувається:*

- а) розроблення, що закінчується створенням дослідного зразка або товару;
- б) складання першого (робочого) варіанта бізнес-плану, де описуються основні характеристики продукту та передбачена стратегія його збуту;
- в) надання фактичної інформації за результатами продажу

першої партії товару, що дає можливість вирішувати, чи прийме ринок новий товар;

г) масове виробництво й поширення товару на ринку.

3. *До методів вироблення нових ідей не належить:*

а) цільове обговорення;

б) метод «мозкової атаки»;

в) економічне прогнозування;

г) інвентаризація «слабких місць».

4. *Цільове обговорення як метод вироблення нових ідей уперше було застосовано:*

а) наприкінці XIX ст.;

б) у 50-х роках XX ст.;

в) у 90-х роках XX ст.;

г) на початку XXI ст.

5. *Проведення наради, керованої ведучим, головне завдання якого залучити всіх учасників у відкриту та зацікавлену дискусію й не дати нараді перетворитися в серію пасивних відповідей на запитання – це:*

а) метод Дельфі;

б) цільове обговорення;

в) метод «мозкової атаки»;

г) метод синектики.

6. *Метод інвентаризації «слабких місць» дозволяє:*

а) виявити нові ідеї;

б) оцінити перспективи нових ідей;

в) оцінити перспективи наявних ідей нових товарів;

г) визначити напрями розвитку підприємства.

7. *Який метод передбачає, що учасники робочої групи задалегідь не знають, яка саме проблема буде обговорюватися, завдяки чому вони не скуті звичайними шаблонами та стандартними уявленнями?*

а) метод Гордона;

б) метод синектики;

в) метод «мозкової атаки»;

г) метод опитування.

8. *Метод, у ході якого учасники знаходять усі слабкі місця кожної ідеї та шляхи їх усунення – це:*

- а) метод «мозкової атаки»;
- б) метод «мозкової атаки навпаки»;
- в) метод записної книжки;
- г) науковий метод.

9. *Метод зобов'язаних зв'язків:*

а) дозволяє деталізувати проблему, виявити її складові елементи, заново їх обдумати, перекомпонувати й на основі цієї нової комбінації побудувати нову концепцію або ідею;

б) дозволяє виробити ідеї, використовуючи список питань або пропозицій, що стосуються аналізованої проблеми;

в) передбачає збір даних у процесі досліджень та експериментів і перевірку на основі цих даних різних гіпотез стосовно стану об'єктів або процесів;

г) передбачає максимізацію прибутку для підприємця та його нового підприємства.

10. *Одним з етапів параметричного аналізу є:*

- а) виявлення елементів, що входять у проблему;
- б) установлення взаємозв'язків між елементами проблеми;
- в) виявлення нових ідей;
- г) творчий синтез.

11. *Бізнес-інкубатор – це:*

а) науково-промисловий комплекс, створений для виробництва нової прогресивної продукції або розроблення нових наукоємних технологій на базі тісних відносин з університетами й науково-технічними центрами;

б) організаційна структура, метою якої є формування сприятливих умов для стартового розвитку малих інноваційних підприємств через надання їм певного комплексу послуг і ресурсів;

в) галузеве, територіальне та добровільне об'єднання підприємницьких структур, які тісно співпрацюють із науковими (освітніми) установами, громадськими організаціями та органами місцевої влади з метою підвищення конкурентоспроможності власної продукції та сприяння економічному розвитку регіону;

г) масштабні інноваційно-технологічні центри, де забезпечуються умови, максимально сприятливі для науково-технічних *інноваційних проєктів*, що виконуються спільними зусиллями наукових центрів і *промисловості*.

#### *12. Кластер – це:*

а) науково-промисловий комплекс, створений для виробництва нової прогресивної продукції або розроблення нових наукоємних технологій на базі тісних відносин з університетами й науково-технічними центрами;

б) організаційна структура, метою якої є формування сприятливих умов для стартового розвитку малих інноваційних підприємств через надання їм певного комплексу послуг і ресурсів;

в) галузеве, територіальне та добровільне об'єднання підприємницьких структур, які тісно співпрацюють із науковими (освітніми) установами, громадськими організаціями та органами місцевої влади з метою підвищення конкурентоспроможності власної продукції та сприяння економічному розвитку регіону;

г) масштабні інноваційно-технологічні центри, де забезпечуються умови, максимально сприятливі для науково-технічних *інноваційних проєктів*, що виконуються спільними зусиллями наукових центрів і *промисловості*.

#### *13. Технопарк – це:*

а) науково-промисловий комплекс, створений для виробництва нової прогресивної продукції або розроблення нових наукоємних технологій на базі тісних відносин з університетами й науково-технічними центрами;

б) організаційна структура, метою якої є формування сприятливих умов для стартового розвитку малих інноваційних підприємств через надання їм певного комплексу послуг і ресурсів;

в) галузеве, територіальне та добровільне об'єднання підприємницьких структур, які тісно співпрацюють із науковими (освітніми) установами, громадськими організаціями та органами місцевої влади з метою підвищення конкурентоспроможності власної продукції та сприяння економічному розвитку регіону;

г) масштабні інноваційно-технологічні центри, де забезпечуються умови, максимально сприятливі для науково-технічних *інноваційних проєктів*, що виконуються спільними зусиллями наукових центрів і *промисловості*.

14. *Перший (робочий) варіант бізнес-плану складається на етапі:*

- а) вироблення ідеї;
- б) концептуального розроблення;
- в) дослідно-конструкторських розроблень;
- г) комерціалізації.

15. *Створення дослідного зразка відбувається на етапі:*

- а) вироблення ідеї;
- б) концептуального розроблення;
- в) дослідно-конструкторських розроблень;
- г) пробного виходу на ринок.

16. *Джерелом нових ідей можуть бути:*

- а) конкуренти;
- б) споживачі;
- в) посередники;
- г) постачальники.

17. *Як називається метод творчого рішення проблеми, що передбачає фіксацію всіх, навіть абсурдних ідей та заборону критики чи негативної оцінки?*

- а) метод «мозкової атаки»;
- б) метод «мозкової атаки» навпаки;
- в) метод записної книжки;
- г) метод Гордона.

18. *Як називається метод, який передбачає, щоб усі учасники групи висловлювали критичні зауваження та виявляли недоліки запропонованих ідей?*

- а) метод «мозкової атаки»;
- б) метод «мозкової атаки» навпаки;
- в) метод записної книжки;
- г) метод Гордона.

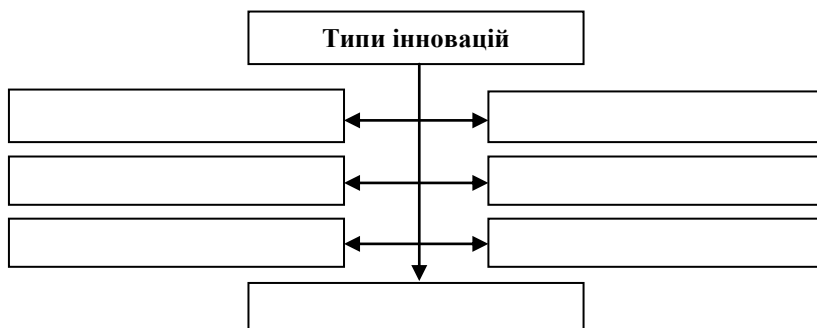
19. Як називається метод, що дозволяє деталізувати проблему та виявити її складові елементи?

- а) метод зобов'язальних зв'язків;
- б) метод записної книжки;
- в) метод опитування;
- г) науковий метод.

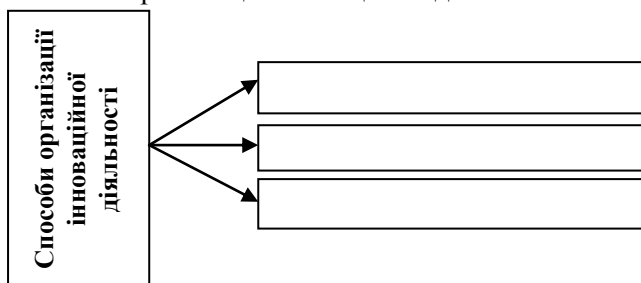
20. Як називається метод, результативність якого залежить від уміння підприємця будувати гіпотези на основі логічних узагальнень, інтуїції та минулого досвіду?

- а) список атрибутів;
- б) мрії про неможливе;
- в) науковий;
- г) евристичний.

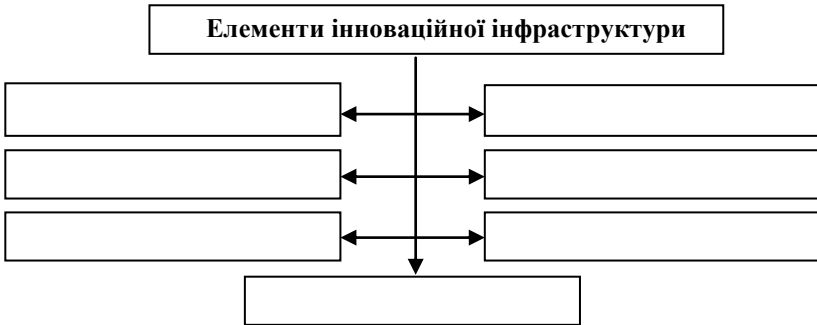
**Завдання 2.** Заповніть нижченаведену блок-схему щодо класифікації інновацій за об'єктом.



**Завдання 3.** Заповніть нижченаведену схему, вписавши основні способи організації інноваційної діяльності.



**Завдання 4.** Заповніть нижченаведену блок-схему, вказавши елементи інноваційної інфраструктури.



**Питання для самоконтролю знань студентів**

1. Які типи інновацій ви знаєте?
2. У чому полягає відмінність понять «інновація», «нововведення», «новація»?
3. Які чинники впливають на розвиток інновацій?

**Тематика рефератів**

1. Технологія розроблення нового товару.
2. Переваги та недоліки сучасних методів вироблення нових ідей.
3. Нові методи творчого розв'язання проблем.
4. Методи творчого пошуку альтернативних варіантів рішень.

**Інформаційні джерела: 2, 4, 17, 23, 24.**

**ТЕМА 7. Сучасні організаційні форми підприємництва**

У цій темі необхідно дослідити основні форми підприємницької діяльності. З'ясувати критерії вибору організаційної форми. Розглянути складні підприємницькі формування. Охарактеризувати підприємство як організаційну структуру бізнесу.

Дослідити господарські товариства як організаційну форму підприємництва. Визначити права та обов'язки учасників господарського товариства. Виявити основні форми бізнесу та їх класифікацію. Розглянути спільні підприємства як форму міжна-

родного підприємництва. Обґрунтувати використання підприємництва в некомерційних організаціях. Охарактеризувати індивідуальне підприємництво. Дослідити об'єднання підприємств: переваги й недоліки.

### ***Методичні рекомендації щодо вивчення теми***

Найбільш прикметними ознаками, що відрізняють одну організаційно-правову форму від інших, є:

- кількість учасників створюваного господарського суб'єкта (об'єднання);
- хто є власником використаного капіталу;
- джерела майна як матеріальної основи господарської діяльності;
- межі майнової (матеріальної) відповідальності;
- спосіб розподілу прибутку та збитків;
- форма управління суб'єктом господарювання.

Форми підприємництва можна підрозділити на організаційно-правові й організаційно-економічні.

**Організаційно-правові:** одноосібне володіння; товариства; кооперативи.

**1. Одноосібне володіння** (індивідуальний бізнес) – самостійне ведення справ, засноване на власності підприємця. Суть його полягає в тому, що все майно фірми належить одному власникові, який самостійно управляє фірмою, одержує прибуток і несе повну особисту відповідальність за всі зобов'язання фірми.

**2. Товариство (партнерство)** – це форма організації підприємництва є логічним продовженням розвитку одноосібного володіння. Така організаційно-правова форма підприємницької діяльності передбачає об'єднання капіталів двох і більше окремих фізичних або юридичних осіб за умов розподілу ризику, прибутку та збитків на основі рівності; спільного контролю результатів бізнесу; активної участі в його веденні.

**3. Корпорація** – провідна форма сучасного підприємництва. Хоча кількість корпорацій у країнах із ринковою економікою невелика, їх частка у створенні валового національного продукту найбільша. Корпорація є юридичною особою. Власниками кор-

порації виступають численні акціонери, між якими розподілена вся власність фірми. Кожний учасник-акціонер відповідає в межах своєї частки за майно корпорації.

**Організаційно-економічні:** концерни; асоціації; консорціуми; синдикати; картелі; фінансово-промислові групи.

**1. Концерн** – це багатогалузеве АТ (Акціонерне товариство), що контролює підприємства через систему участі. Утворення концернів значною мірою спричинено необхідністю переміщення капіталу з менш перспективних галузей промисловості в більш перспективні, а також для реалізації значних фінансових проєктів.

**2. Асоціації** – договірні об'єднання підприємств та організацій, створювані для спільного виконання однорідних функцій та координування спільної діяльності. Це одна з м'яких форм об'єднання, учасники асоціацій мають право входити в будь-які інші асоціації. Мета їх створення – спільне вирішення науково-технічних, виробничих, економічних, соціальних та інших завдань.

**3. Консорціум** – тимчасове, добровільне об'єднання підприємств із метою спільного проведення великої фінансової операції. До консорціуму можуть входити і великі, й малі підприємства, що бажають взяти участь у здійсненні підприємницького плану, але не мають можливості самотійно здійснити його.

**4. Синдикат** – об'єднання для збуту продукції підприємцями однієї галузі з метою усунення надмірної конкуренції між ними.

**5. Картель** – це угода між підприємцями однієї галузі про ціни на продукцію, послуги, розподіл ринків збуту, частки в загальному обсязі виробництва.

**6. Фінансово-промислові групи** – це нова організаційно-економічна форма підприємництва. Вони являють собою об'єднання промислового, банківського, страхового й торгового капіталів, а також інтелектуального потенціалу підприємств та організацій. Особливістю ФПГ є те, що вона не є юридичною особою і не підлягає державній реєстрації як суб'єкт господарської діяльності.

**7. Корпорація (акціонерне товариство)** є домінуючою формою підприємницької діяльності, її власниками вважаються

акціонери, що мають обмежену відповідальність у розмірі свого внеску в акціонерний капітал корпорації. Весь прибуток корпорації належить її акціонерам.

**8. Конгломерат** – статутне об'єднання підприємств, які здійснюють спільну діяльність на основі добровільної централізації функцій виробництва, науково-технічної, інвестиційної, фінансової діяльності, а також для організації комерційного обслуговування. Основною відмінністю конгломерату є те, що його учасники користуються широкою економічною автономією: ця форма об'єднання дозволяє учасникам більший маневр щодо своїх капіталів, можливість інвестування його в перспективний проєкт без отримання згоди на це інших учасників конгломерату.

**9. Холдинг** – холдингове добровільне об'єднання підприємств із метою управління іншими компаніями за допомогою володіння контрольними пакетами їх акцій. Розрізняють два види холдингу – чистий холдинг, що утворюється спеціально для виконання зазначеної вище функції, а також змішаний холдинг, який поряд з управлінням за допомогою контрольних пакетів акцій здійснює також підприємницьку діяльність у промисловості, кредитно-банківській, торгівельній, транспортній та інших сферах.

**За формою власності розрізняють такі форми підприємницької діяльності:** приватне, колективне та державне підприємництво.

**1. Приватне підприємництво** – форма підприємництва, заснована на приватній власності й здійснюється приватними особами з метою отримання прибутку та примноження власності. Характерна ознака приватного підприємництва – його соціально-економічна неоднорідність. Приватне підприємництво може реалізовуватися на базі особистої праці підприємця та членів його сім'ї, а може – за допомогою застосування найманої праці. Характер взаємодії учасників приватного підприємництва має антагоністичну природу, а переслідувані ними інтереси часто протиставляються громадським.

**2. Колективне підприємництво** – форма підприємництва, за якої джерелом підприємницьких правочинів є трудова участь, а

працівники мають вирішальний вплив на прийняття рішень. У цій формі підприємницької діяльності відсутній розподіл працівників на учасників підприємницького процесу й тих, хто усунутий із нього. Крім того, колективне підприємництво визначає фактором розподілу результатів діяльності не власність, а трудовий внесок. Зберігаючи кооперативну форму праці, колективне підприємництво виключає експлуатацію.

**3. Державне підприємництво** – форма підприємництва, за якою прийняття стратегічних рішень щодо цілей підприємницької діяльності та контроль за нею здійснюються державними органами. Основні функції державного підприємництва пов'язані з розвитком галузевої структури економіки, раціоналізацією розподілу ресурсів і підтримкою конкурентності ринків. Його метою є максимізація загального добробуту та зростання ефективності суспільного виробництва.

Правильний вибір форми здійснення підприємницької діяльності має стратегічне значення. Основні критерії та чинники, які слід проаналізувати, приймаючи рішення щодо вибору форми здійснення підприємницької діяльності:

*1. Рівень відповідальності власників та їх кількість.*

*2. Можливості участі в управлінні справами суб'єкта господарювання та контролю за ним.* Найважливіша функція власників полягає в участі в управлінні діяльністю підприємства. Залежно від того, який обсяг капіталу планує інвестувати потенційний власник у бізнесову діяльність, його бачення свого місця в управлінні бізнесом, обирається та чи інша форма організації підприємницької діяльності.

*3. Можливості фінансування.* Форма організації підприємницької діяльності визначає також можливості та умови залучення власного й позичкового капіталу.

*4. Умови передачі права власності та правонаступництва* (порядок та затрати коштів і часу на вихід із числа власників суб'єкта господарювання чи набуття права власності).

*5. Умови оподаткування суб'єктів господарювання різних форм організації бізнесу.* Загалом для всіх видів підприємств установлено однакові умови оподаткування.

6. *Накладні витрати, зумовлені окремими формами організації бізнесу.* Для різних форм організації підприємницької діяльності характерний різний рівень накладних витрат як під час заснування, так і під час здійснення поточної фінансово-господарської діяльності. Ці витрати пов'язані з особливостями ведення фінансового та податкового обліку, складання звітності, із залученням додаткового капіталу, організацією управління тощо.

7. *Законодавчі вимоги щодо відповідності виду діяльності певним формам організації підприємницької діяльності.*

Господарськими товариствами (ГТ) визнаються підприємства або інші суб'єкти господарювання, створені юридичними особами та/або громадянами шляхом об'єднання їх майна й участі в підприємницькій діяльності товариства з метою одержання прибутку. Метою створення ГТ є також розв'язання проблеми нестачі грошових коштів та зменшення ризику втрати особистого майна.

Існують такі види господарських товариств: з обмеженою відповідальністю; із додатковою відповідальністю; акціонерні; повні; командитні.

1. *Акціонерне товариство* – це товариство, яке має статутний фонд, поділений на визначену кількість акцій, що дорівнює номінальній вартості, й несе відповідальність за зобов'язаннями тільки майном товариства. Акціонери відповідають за зобов'язаннями товариства тільки в межах приналежних їм акцій. У випадках, передбачених статутом, акціонери, які не повністю оплатили акції, несуть відповідальність за зобов'язаннями товариства також у межах несплаченої суми.

2. *Товариство з обмеженою відповідальністю* – це товариство, що має статутний фонд, поділений на частки, розмір яких визначається установчими документами. Учасники товариства несуть відповідальність у межах їх вкладів. У випадках, передбачених установчими документами, учасники, які не повністю внесли вклади, відповідають за зобов'язаннями товариства також у межах невнесеної частини вкладу.

3. *Товариство з додатковою відповідальністю (ТДВ)* – це товариство, статутний фонд якого поділений на частки визначених

установчими документами розмірів. Учасники ТДВ відповідають за його боргами своїми внесками до статутного фонду, а коли цих сум недостатньо – додатково приналежним їм майном у розмірі, кратному до внеску кожного учасника. Граничний розмір відповідальності учасників передбачається в установчих документах.

4. *Повне товариство* – це товариство, всі учасники якого займаються спільною підприємницькою діяльністю й несуть солідарну відповідальність за зобов'язаннями товариства всім своїм майном.

5. *Командитне товариство* – це товариство, що включає поряд з одним або більшістю учасників, які несуть відповідальність за зобов'язаннями товариства всім своїм майном, також одного або більше учасників, відповідальність яких обмежується вкладом у майні товариства (вкладників). Якщо в командитному товаристві беруть участь два або більше учасників із повною відповідальністю, вони несуть солідарну відповідальність за борги товариства.

**Форми функціонування** – змістовні процеси, приховані у глибинах економічного розвитку, й на поверхні проявляються у вигляді відображення і не завжди дзеркального.

Форми бізнесу рухомі, вони взаємопов'язані та взаємодіють між собою; переходячи з одного стану в інший, тобто змінюють форму функціонування на організаційно-правову і навпаки. Так, організаційно-правова форма такого підприємства – командитне товариство, форма його підприємницької діяльності (бізнесу) – спільне підприємство. Можливе й поєднання організаційно-правової форми підприємства з формою підприємницької діяльності (бізнесу).

Вибір форми бізнесу залежить від особистих уподобань та смаків, визначається об'єктивними умовами – сферою діяльності, наявністю коштів, прихильністю до тих чи інших форм підприємств і здійснюється за такими **принципами**:

– рівність усіх форм здійснення певної господарської діяльності без надання привілеїв будь-якій із них;

- економічна діяльність і свобода вибору форм бізнесу;
- можливість взаємопереходу одних форм в інші та утворення симбіозу із придбанням нових якостей і втратою деяких попередніх характеристик;
- взаємообумовленість і взаємодоповнюваність форм, їх єдність у створенні мішаної економіки;
- деідеологізація, що виявляється у відмові від упереджень, застарілих стереотипів щодо доцільності окремих форм;
- невтручання держави у природний процес розвитку та поширення різних форм бізнесу.

**Спільна підприємницька діяльність** – діяльність, що базується на співробітництві між суб'єктами господарської діяльності України та іноземними суб'єктами господарської діяльності й на спільному розподілі результатів та ризиків від її здійснення.

**Спільне підприємництво** – це різноманітні форми виробничо-господарської діяльності партнерів двох або кількох країн, яка ґрунтується на об'єднанні зусиль, фінансових засобів, матеріальних ресурсів, довгострокових гарантій збуту товарів, систематичному оновленні продукції, науково-виробничій і торговій кооперації, участі в прибутках, розподілі технічних та інвестиційних ризиків.

#### **Основними формами спільного підприємництва є:**

1. *Концесія* – це договір на здачу в експлуатацію на певний період на договірних умовах надр і земельних ділянок, підприємств й інших господарських об'єктів, які належать державі або муніципальній владі.

2. *Консорціуми* – це тимчасові союзи господарських незалежних фірм або організацій, що виникають із метою скоординованої підприємницької діяльності.

3. *Акціонерні товариства* – організаційна форма об'єднання підприємств, організацій та окремих осіб (акціонерів), одна з основних організаційних форм утворення сучасних великих підприємств.

4. *Спільне підприємство* – це така форма господарського та

правового співробітництва з іноземним партнером, у межах якої створюється спільна власність на матеріальні й фінансові ресурси, використовувані для виконання виробничих, науково-технічних, зовнішньоторговельних та інших функцій. Спільне підприємство може:

- мати форму ділового співробітництва між учасниками для конкретної мети: комерційної, фінансової чи технічної;
- мати одне чи кілька підприємств – учасників нерезидентів, а інші в його складі резиденти;
- мати різну правову форму;
- може бути створене як на тривалий, так і на обмежений термін.

**Некомерційною організацією** є організація, яка не має одержання прибутку як основної мети своєї діяльності й не розподіляє отриманий прибуток між учасниками. Некомерційній організації притаманні такі **властивості**:

- наявність юридичної особи;
- основною метою діяльності не є отримання прибутку;
- можливий прибуток не може бути розподілений між учасниками некомерційної організації.

Некомерційній організації як юридичній особі притаманні:

- наявність самостійного балансу або кошторису;
- право в установленому порядку відкривати рахунки в банках на території країни та за межами її території;
- має печатку з повним найменуванням некомерційної організації;
- може мати штампи та бланки зі своїм найменуванням, а також зареєстровану в установленому порядку емблему.

## ***Практичне заняття 7 (2 год)***

### **Сучасні організаційні форми підприємництва**

#### ***План***

1. Основні форми підприємницької діяльності.
2. Критерії вибору організаційної форми.
3. Складні підприємницькі формування.

**Завдання 1.** Дайте відповіді на тести:

1. *Економічною передумовою розвитку підприємництва є:*

- а) самостійність, свобода вибору та прийняття рішень;
- б) стабільність у країні та розвиток процесу демократизації;
- в) наявність сприятливого психологічного клімату серед населення;
- г) наявність юридичних законів, які сприяють розвитку підприємства, захищають його та підтримують.

2. *Діяльність, пов'язана з операціями й угодами з купівлі-продажу товарів і послуг, – це:*

- а) інноваційне підприємництво;
- б) фінансове посередництво;
- в) комерційне підприємництво;
- г) виробниче підприємництво.

3. *Фінансове підприємництво – це:*

- а) будь-яка матеріальна, інтелектуальна, творча діяльність, пов'язана з виробництвом продукції, товарів, наданням відповідних послуг, створенням певних духовних цінностей;
- б) особливий вид комерційної діяльності, пов'язаний із купівлею-продажем національної й іноземної валют і цінних паперів;

в) вид господарювання, спрямований на пошук нових можливостей, на комерційне використання нововведень;

г) діяльність, пов'язана з операціями й угодами з купівлі-продажу товарів і послуг.

4. *Споживче підприємництво характеризується:*

- а) приватною власністю на засоби виробництва;
- б) приватною власністю на ресурси домашнього господарства;
- в) приватною власністю на робочу силу;
- г) державною власністю.

5. *Комунальне підприємство засноване на:*

- а) власності трудового колективу підприємства;
- б) власності об'єднання громадян;

- в) власності відповідної територіальної громади;
- г) державній власності.

6. *За ступенем спеціалізації підприємства класифікують на:*

- а) індивідуальні, серійні, масові;
- б) спеціалізовані, універсальні, змішані;
- в) виробничі, невиробничі;
- г) мікро-, малі, середні, великі.

7. *Промислові, торговельні, будівельні – це види підприємств за:*

- а) економічним призначенням;
- б) ступенем спеціалізації;
- в) сферами виробництва;
- г) галузями виробництва.

8. *Характерною особливістю спільного підприємства є:*

- а) дозвіл використовувати працю інших громадян на добровільній основі;
- б) підприємницька діяльність, яка затверджується органами управління, уповноваженими керувати державним майном;
- в) заснування підприємницької діяльності місцевими органами управління;
- г) правовий режим майна, що знаходиться в Україні та яке є об'єктом власності інших держав, їх юридичних осіб, спільних підприємств і міжнародних організацій.

9. *Товариство, статутний фонд якого розподілений на частки, а його учасники несуть відповідальність за зобов'язаннями товариства своїми внесками у статутний фонд, а за нестачі цих сум – додатково майном, що належить їм в однаковому для всіх учасників пропорційному розмірі до внеску кожного учасника, – це:*

- а) акціонерне товариство;
- б) товариство з обмеженою відповідальністю;
- в) товариство з додатковою відповідальністю;
- г) повне товариство.

10. *Командитне товариство – це:*

- а) товариство, в яке входять учасники, які несуть відповідальність за зобов'язаннями товариства всім своїм майном, і

вкладники, які несуть відповідальність у межах свого внеску в майно товариства;

б) товариство, учасники якого займаються підприємницькою діяльністю й несуть солідарну відповідальність за зобов'язаннями товариства всім своїм майном;

в) товариство, що має статутний фонд, поділений на частки;

г) товариство, статутний фонд якого поділений на акції, що розповсюджуються шляхом відкритої підписки, купівлі-продажу на біржі.

*11. Управління повним товариством здійснюється:*

а) зборами учасників;

б) кожним учасником або одним чи декількома з них за дорученнями;

в) особисто власником;

г) загальними зборами акціонерів.

*12. Статутний фонд акціонерного товариства має бути не менше за суми, еквівалентної:*

а) 100 мінімальним заробітним платам;

б) 500 мінімальним заробітним платам;

в) 1 250 мінімальним заробітним платам;

г) 1 400 мінімальним заробітним платам.

*13. Тимчасове статутне об'єднання промислового та банківського капіталу для досягнення спільної мети – це:*

а) консорціум;

б) асоціація;

в) концерн;

г) корпорація.

*14. Серед ознак, за якими розрізняють сучасні організаційні форми підприємництва, немає:*

а) правових;

б) фінансово-економічних;

в) соціальних;

г) організаційно-управлінських.

*15. До правових ознак, за якими розрізняють сучасні організаційні форми підприємництва, не належить:*

- а) джерела формування та розмір статутного капіталу;
- б) обмеження права стати учасником;
- в) права учасника на майно в разі його виходу зі складу фірми;
- г) відповідальність за зобов'язаннями фірми.

*16. До організаційно-управлінських ознак, за якими розрізняють сучасні організаційні форми підприємництва, належить:*

- а) використання найманої праці;
- б) відповідальність за зобов'язаннями фірми;
- в) юридична відокремленість фірми від учасників;
- г) обмеження права стати учасником.

*17. Перевагою одноосібного володіння як сучасної організаційної форми підприємництва є:*

- а) необмежена відповідальність за фінансовий стан підприємства;
- б) те, що власникові повністю належить прибуток фірми;
- в) обмеженість можливості розширення виробництва;
- г) те, що власник має бути компетентним в усіх виробничих і фінансових питаннях.

*18. Недоліком партнерства як сучасної організаційної форми підприємництва є:*

- а) обмежені можливості для розширення виробництва;
- б) необмеженість відповідальності співвласників;
- в) несприяття банків у наданні значних кредитів;
- г) висока регламентованість з боку держави.

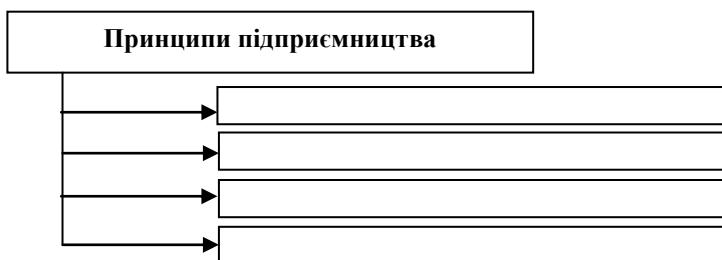
*19. До переваг корпорації як сучасної організаційної форми підприємництва не належить:*

- а) використання наукових методів управління;
- б) можливість використання ринку капіталів;
- в) значна регламентованість з боку держави;
- г) корпорація існує незалежно від того, скільки разів змінювалися її власники.

20. Об'єднання, до якого можуть входити наукові й проектні установи, називається:

- а) конгломерат;
- б) промислово-фінансова група;
- в) концерн;
- г) консорціум.

**Завдання 2.** Заповніть нижченаведену блок-схему щодо принципів здійснення підприємницької діяльності.



**Завдання 3.** Запишіть класифікаційні ознаки за видами підприємств за нижченаведеною формою.

Класифікаційна ознака	Види підприємств
1.	
2.	

### **Практичне заняття 8 (2 год)** **Сучасні організаційні форми підприємництва**

#### **План**

1. Господарські товариства як організаційна форма підприємництва.
2. Основні форми бізнесу та їх класифікація.
3. Спільні підприємства як форма міжнародного підприємництва.
4. Об'єднання підприємств: переваги й недоліки.

**Завдання 1.** Порівняйте і запишіть різні організаційні форми підприємництва за нижченаведеною формою.

Порівняльний елемент	Приватне підприємство	Господарські товариства				
		акціонерне	з обмеженою відповідальністю	з додатковою відповідальністю	повне	командитне
Установчі документи: – установчий договір – статут						
Необхідність формування статутного фонду						
Управління (вищий орган)						
Відповідальність за зобов'язаннями юридичної особи						

### ***Питання для самоконтролю знань студентів***

1. Назвіть найбільш значущі ознаки, що відрізняють одну організаційно-правову форму підприємництва від іншої.
2. Які головні переваги та недоліки одноосібного володіння як організаційної форми підприємництва?
3. Які ключові функції підприємства?

### ***Тематика рефератів***

1. Підприємницька діяльність: види та форми.
2. Венчурне підприємництво як запорука інноваційного розвитку економіки.
3. Еволюція підприємництва.
4. Економічні основи розвитку підприємництва в Україні.
5. Малі підприємства та їх роль у ринкових умовах господарювання.
6. Підприємництво в різних сферах діяльності.

***Інформаційні джерела: 1, 4–9, 12–14, 16, 18, 19, 21, 22.***

## **ТЕМА 8. Технологія створення та організаційний механізм роботи підприємницьких структур**

У цій темі необхідно дослідити вибір організаційної форми підприємництва. Розглянути процес реєстрації фізичної особи-підприємця. Охарактеризувати особливості реєстрації юридичної особи. Ознайомитися з документами, необхідними для здійснення державної реєстрації юридичної особи та фізичної особи-підприємця. З'ясувати підстави відмови у здійсненні державної реєстрації.

Вивчити установчі документи та їх підготовку. Дослідити структуру статуту й характеристику його розділів. Розглянути статутний фонд та його формування. Виявити умови припинення підприємництва. Визначити технологію створення складних підприємницьких структур.

### ***Методичні рекомендації щодо вивчення теми***

Правильний вибір форми організації бізнесу має для подальшої діяльності суб'єкта господарювання стратегічне значення. Основними критеріями та чинниками, які слід проаналізувати, приймаючи рішення щодо вибору форми підприємництва, є:

1. Рівень відповідальності власників та їх кількість.
2. Можливість участі в управлінні справами суб'єкта господарювання та контролю за ним.
3. Можливість фінансування.
4. Умови передачі права власності та правонаступництво.
5. Умови оподаткування суб'єктів господарювання.
6. Накладні витрати.
7. Законодавчі вимоги.
8. Співвідношення доходів і витрат від використання повноважень.
9. Оперативність застосування повноважень.
10. Необхідна ступінь координації в роботі.
11. Рівень кваліфікації працівників та довіра до них.
12. Місця виконання роботи.
13. Прагнення керівництва до формування другого ряду керівників.

14. Організаційно-правова форма підприємства.
15. Можливість контролю над підлеглими.
16. Характер керівника.
17. Наявність ефективної системи координації, комунікацій, обміну інформацією та прийняття рішень із використанням комп'ютерної техніки.
18. Зовнішні фактори.
19. Рівень розвитку колективних форм організації та стимулювання праці.
20. Рівень розвитку господарської самостійності виробничих та адміністративних підрозділів.

*Державна реєстрація юридичних осіб, громадських формувань, що не мають статусу юридичної особи, та фізичних осіб-підприємців* – офіційне визнання шляхом засвідчення державою факту створення або припинення юридичної особи, громадського формування, що не має статусу юридичної особи, засвідчення факту наявності відповідного статусу громадського об'єднання, професійної спілки, її організації або об'єднання, політичної партії, організації роботодавців, об'єднань організацій роботодавців та їхньої символіки, засвідчення факту набуття або позбавлення статусу підприємця фізичною особою, зміни відомостей, що містяться в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань, про юридичну особу та фізичну особу-підприємця, а також проведення інших реєстраційних дій, передбачених цим Законом.

*Державна реєстрація базується на таких основних принципах:*

- 1) обов'язковість державної реєстрації в Єдиному державному реєстрі;
- 2) публічність державної реєстрації в Єдиному державному реєстрі та документів, що стали підставою для її проведення;
- 3) урегулювання відносин, пов'язаних із державною реєстрацією, та особливостей державної реєстрації виключно цим Законом;
- 4) державна реєстрація за заявницьким принципом;
- 5) прийняття документів для державної реєстрації та здійснен-

ня державної реєстрації за принципом екстериторіальності в межах України;

6) єдність методології державної реєстрації;

7) об'єктивність, достовірність та повнота відомостей у Єдиному державному реєстрі;

8) внесення відомостей до Єдиного державного реєстру виключно на підставі та відповідно до цього Закону;

9) відкритість та доступність відомостей Єдиного державного реєстру.

*Підстави для відмови в державній реєстрації:*

1) документи подано особою, яка не має на це повноважень;

2) у Єдиному державному реєстрі містяться відомості про судові рішення щодо заборони проведення реєстраційної дії;

3) у Єдиному державному реєстрі містяться відомості щодо судового рішення про арешт корпоративних прав – у разі державної реєстрації змін до відомостей про юридичну особу, що містяться в Єдиному державному реєстрі, у зв'язку зі зміною частки засновника (учасника) у статутному (складеному) капіталі (пайовому фонді) юридичної особи;

4) не усунуто підстави для зупинення розгляду документів протягом установленого строку;

5) документи суперечать вимогам Конституції та законів України;

6) документи суперечать статуту громадського формування;

7) порушено встановлений законом порядок створення юридичної особи, громадського формування, що не має статусу юридичної особи;

8) невідповідність найменування юридичної особи вимогам закону;

9) щодо засновника (учасника) юридичної особи, що створюється, проведено державну реєстрацію рішення про припинення юридичної особи в результаті її ліквідації;

10) щодо юридичної особи, стосовно якої подано заяву про державну реєстрацію змін до відомостей Єдиного державного реєстру, пов'язаних зі зміною засновників юридичної особи, проведе-

но державну реєстрацію рішення про припинення юридичної особи в результаті її ліквідації.

Згідно з Господарським та Цивільним кодексами України підприємства діють на підставі установчих документів, які затверджує засновник підприємства. До установчих документів, що підтверджують статус юридичних осіб, без яких неможливо заснувати фірму, належить статут та установчий договір.

Підготовці установчих документів слід приділяти пильну увагу, оскільки саме вони регулюють багато важливих аспектів діяльності підприємницьких структур.

**Статут** – це організаційний документ, що містить зведення правил, які регулюють діяльність установ, товариств і громадян, їх взаємини з іншими установами і громадянами, права й обов'язки в певній сфері державного управління, господарської або іншої діяльності.

**У статуті визначається:** точне найменування та місцезнаходження підприємства, власник або засновник; основна місія й цілі діяльності; органи управління та порядок їхнього формування; повноваження трудового колективу та його виробничих органів; джерела та порядок утворення майна; умови реорганізації та припинення існування.

Статут підприємства затверджується власником (або власниками) майна – засновником (або засновниками) підприємства.

*Підприємницька діяльність припиняється:*

- із власної ініціативи підприємця;
- у разі закінчення строку дії ліцензії;
- у разі припинення існування підприємця;
- на підставі рішення суду.

*Державна реєстрація припинення підприємницької діяльності фізичної особи-підприємця здійснюється в разі:*

- прийняття фізичною особою-підприємцем рішення про припинення підприємницької діяльності;
- смерті фізичної особи-підприємця;
- винесення судового рішення про оголошення фізичної особи померлою або визнання безвісти зниклою;
- винесення судового рішення про визнання фізичної особи,

яка є підприємцем, недієздатною або про обмеження її цивільної дієздатності;

– винесення судового рішення про припинення підприємницької діяльності фізичної особи-підприємця.

### **Практичне заняття 9 (2 год)**

#### **Технологія створення й організаційний механізм роботи підприємницьких структур**

##### **План**

1. Вибір організаційної форми підприємництва.
2. Реєстрація підприємця-фізичної особи.
3. Особливості реєстрації юридичної особи.

**Завдання 1.** Дайте відповіді на тести.

1. Підприємницький ризик пов'язаний із:

- а) втратою грошей;
- б) втратою репутації;
- в) втратою життя;
- г) асиметрією інформації.

2. Яка форма організації підприємницької діяльності робить для фізичної особи ризик капіталу мінімальним:

- а) індивідуальне підприємництво;
- б) товариство;
- в) акціонерне товариство.

3. Товариство з обмеженою відповідальністю може бути визнане банкрутом за рішенням:

- а) суду або податкових органів;
- б) суду;
- в) податкової інспекції;
- г) суду або місцевої адміністрації.

4. Підприємства, засновані на особистій праці товаровиробників, за масштабами виробництва належать до:

- а) малих;
- б) змішаних;
- в) середніх.

5. Що є документом, який закріплює необхідні умови для реалізації комерційної операції:

- а) розрахунок ціни товару;
- б) контракт;
- в) сертифікат про якість товару.

6. Виберіть найбільш повне визначення комерційної операції:

- а) угода між двома сторонами, здійснювана в безготівковому вигляді відповідно до прийнятих умов;
- б) контракт між декількома сторонами на постачання товарів без залучення грошових коштів у готівковому або безготівковому вигляді;
- в) угода між двома або декількома сторонами на постачання товарів, виконання робіт або послуг відповідно до прийнятих умов;
- г) угода між двома сторонами про виготовлення продукції.

7. Який з указаних напрямів не забезпечується за рахунок розвитку підприємництва?

- а) збільшення зайнятості населення;
- б) підвищення інтелектуального рівня населення;
- в) скорочення безробіття;
- г) підвищення життєвого рівня населення;
- д) зміцнення економічної й соціальної бази регіонів.

8. Що з перерахованого не є ознакою класифікації підприємницької діяльності:

- а) форма власності;
- б) законність;
- в) склад засновників;
- г) вартість основних виробничих фондів;
- д) чисельність персоналу;
- е) темпи розвитку, рівень рентабельності та прибутковості.

9. Виберіть якнайповніше визначення юридичної особи:

- а) організація, що має у власності, господарському веденні або оперативному управлінні відособлене майно й що відповідає за своїми зобов'язаннями цим майном, здатна від свого імені набувати та здійснювати майнові й особисті немайнові права, нести обов'язок, бути позивачем і відповідачем у суді;

б) організація, що має у власності, господарському веденні або оперативному управлінні відособлене майно й що відповідає за своїми зобов'язаннями цим майном, здатна від свого імені набувати та здійснювати майнові й особисті немайнові права, нести обов'язок, бути позивачем і відповідачем в суді й що мають самостійний баланс або кошторис;

в) організація, що має у власності, господарському веденні або оперативному управлінні відособлене майно й що відповідає за своїми зобов'язаннями цим майном, володіє трудовим і виробничим потенціалом, необхідним об'ємом документів для ведення господарської діяльності.

*10. Юридична особа повинна володіти в сукупності характерними ознаками (відзначити зайве):*

- а) наявністю відособленого майна;
- б) здатністю відповідати за зобов'язаннями своїм майном;
- в) здатністю виступати в майновому зверненні від свого імені;
- г) можливістю пред'являти позови та виступати як відповідач у суді;
- д) здатністю виступати в торгівлі від свого імені.

*11. Що з перерахованого не є комерційною організацією:*

- а) господарські товариства;
- б) виробничі кооперативи;
- в) споживчі кооперативи;
- г) державні підприємства.

*12. Чи є комерційними організаціями асоціації?*

- а) не є за будь-якого складу засновників;
- б) є, якщо в них входять товариства;
- в) є, якщо в них входять товариства й державні унітарні підприємства.

*13. Виберіть правильне визначення некомерційної організації:*

- а) це юридична особа, для якої отримання прибутку та його розподіл між засновниками не виступає як основна мета; отриманий прибуток використовується для саморозвитку, досягнення статутних цілей організації;

б) це юридична особа, основною метою якої виступає отримання прибутку та його розподіл між засновниками (фізичними й юридичними особами);

в) це юридична особа, основною метою якої є залучення грошових коштів для здійснення особистих проєктів засновників.

*14. Назвіть моделі підприємницького бізнесу:*

а) інноваційна, класична;

б) регульовальна, мотивальна.

*15. Асоціація – це:*

а) об'єднання підприємців у цілях спільного здійснення фінансових операцій;

б) форма добровільного об'єднання економічно самостійних підприємств, організацій, які одночасно можуть входити в інші утворення;

в) об'єднання промислового, банківського, страхового та торговельного капіталів, а також інтелектуального потенціалу підприємств та організацій.

*16. Угода підприємців однієї галузі про ціни, послуг, розділи ринків збуту та долі у спільному ринку, виробництва – це:*

а) консорціум;

б) синдикат;

в) картель.

*17. Які права має власник щодо майна, що належить йому:*

а) право володіння;

б) право володіння та користування;

в) право володіння, користування та розпорядження.

*18. За унітарним підприємством майно закріплюється:*

а) на праві власності;

б) на праві господарського ведення або оперативного управління;

в) передається за договором оренди.

*19. Хто відповідно до Господарського кодексу України не має права займатися підприємницькою діяльністю?*

а) посадові особи органів державної влади та державного управління;

- б) військовослужбовці;
- в) працівники податкових органів;
- г) усі вищезазначені особи.

20. *Спільне підприємство – це:*

- а) комерційна організація з розділеним на долі засновників статутним капіталом;
- б) таке підприємство, статутний фонд якого утворений на основі внесених пайових внесків двох або більше засновників, один з яких – іноземне фізичне або, найчастіше, юридична особа;
- в) підприємство, створене для здійснення управлінських, соціально-культурних або інших функцій некомерційного характеру.

**Завдання 2.** Назвати документи, необхідні для здійснення державної реєстрації юридичної особи. Назвати причини припинення підприємницької діяльності юридичної особи.

**Завдання 3.** Назвати документи, необхідні для здійснення державної реєстрації фізичної особи, яка має намір стати підприємцем. Указати, на підставі чого проводиться припинення підприємницької діяльності фізичної особи-підприємця.

### ***Практичне заняття 10 (2 год)***

#### **Технологія створення й організаційний механізм роботи підприємницьких структур**

##### **План**

1. Установчі документи та їх підготовка.
2. Структура статуту та характеристика його розділів.
3. Статутний фонд та його формування.
4. Припинення підприємницької діяльності.

**Завдання 1.** Дайте відповіді на тести:

1. *Зміна організаційно-правової форми підприємницької діяльності не передбачає:*

- а) створення малого підприємства на базі формування власного капіталу;

б) розвиток малого підприємства на основі залучення банківських кредитів, використання власного капіталу, реінвестування прибутку;

в) створення партнерського підприємства, залучення додаткових капіталів партнерів у справі бізнесу;

г) перетворення партнерського підприємства в командитне товариство.

### *2. Товариство з обмеженою відповідальністю – це:*

а) товариство, що має статутний фонд, поділений на частки, розмір яких визначається засновницькими документами. Учасники товариства несуть відповідальність у межах своїх вкладів. У випадках, передбачених засновницькими документами, учасники, які не повністю внесли вклади, відповідають за зобов'язаннями товариства також у межах невнесеної частини майна;

б) товариство, статутний фонд якого поділений на частки, розмір яких визначений засновницькими документами. Учасники такого товариства відповідають щодо боргів своїми внесками до статутного фонду, а за нестачі цих сум – додатково належним їм майном в однаковому для всіх учасників кратному розмірі відповідно до внеску кожного учасника;

в) товариство, всі учасники якого займаються спільною підприємницькою діяльністю й несуть солідарну відповідальність за зобов'язаннями товариства всім своїм майном;

г) товариство, що включає поряд з одним чи більше учасниками, що несуть відповідальність за зобов'язаннями товариства всім своїм майном, також одного або більше учасників, відповідальність яких обмежується внеском у майно товариства.

### *3. Капітал повного товариства ділиться на:*

а) акції;

б) паї;

в) належить одному власнику;

г) не ділиться.

*4. У товаристві з додатковою відповідальністю доходи розподіляються:*

а) за згодою між партнерами (їх права та обов'язки закріплені у статуті);

б) відповідно до прийнятої дивідендної політики (дивіденди нараховуються на акцію);

в) за згодою між партнерами (їх права та обов'язки закріплені у статуті);

г) за рішенням власника.

5. Якою можливістю залучення зовнішніх джерел фінансування характеризується Відкрите акціонерне товариство?

а) високою (за рахунок одержання кредитів, емісії, цінних паперів);

б) відносно обмеженою;

в) низькою;

г) дуже низькою.

6. Матеріальна відповідальність власників у товаристві з обмеженою відповідальністю ...:

а) ділиться в межах належних акцій;

б) ділиться в межах належних паїв;

в) солідарна всім майном;

г) необмежена.

7. До методів організації фінансової діяльності суб'єктів підприємництва не належить:

а) комерційний розрахунок;

б) неприбуткова діяльність;

в) кредитування;

г) кошторисне фінансування.

8. Реєстраційний збір за здійснення державної реєстрації фізичної особи-підприємця становить:

а) 1 неоподатковуваний мінімум доходів громадян ;

б) 2 неоподатковуваних мінімуми доходів громадян;

в) 10 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

г) 15 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

9. Який із зазначених етапів порядку проведення державної реєстрації юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців є першим (відповідно до Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців» від 15.05.2003 р. № 755-IV)?

а) перевірка комплектності документів, що подаються державному реєстратору, та повноти відомостей, указаних у реєстраційній картці;

б) внесення відомостей про юридичну особу або фізичну особу-підприємця до Єдиного державного реєстру;

в) перевірка документів, що подаються державному реєстратору, на відсутність підстав для відмови у здійсненні державної реєстрації;

г) оформлення й видача виписки з Єдиного державного реєстру.

*10. Що із зазначеного не відображається в установчому договорі:*

а) юридичний статус підприємства;

б) порядок виходу зі складу учасників;

в) варіанти розв'язання суперечок;

г) фінансовий план діяльності.

*11. Сукупність грошових коштів і майна, необхідних для організації та початку функціонування підприємства – це:*

а) статутний фонд;

б) резервний фонд;

в) грошовий фонд;

г) фонд оплати праці.

*12. Форма реорганізації підприємства, що передбачає виникнення двох або більше нових юридичних осіб шляхом поділу наявної юридичної особи, яка припиняє своє існування, – це:*

а) виділення;

б) перетворення;

в) поділ;

г) злиття.

*13. Відмінною рисою індивідуального підприємця є:*

а) майнова відповідальність лише в межах внесеного паю;

б) відповідальність за зобов'язаннями всім належним майном;

в) обов'язок представлення статуту підприємства і внесення вкладу на розрахунковий рахунок.

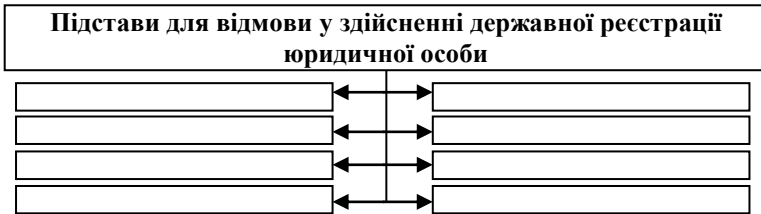
г) обов'язок представлення статуту підприємства і внесення вкладу на розрахунковий рахунок.

*14. За формами власності підприємства розрізняють:*

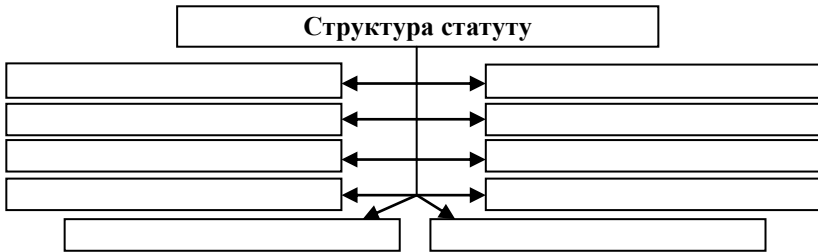
а) виробничі кооперативи, унітарні підприємства, акціонерні товариства;

- б) державні, національні, приватні підприємства;  
в) державні, приватні, кооперативні підприємства.
15. *За приналежністю капіталу виділяють:*
- а) національні, іноземні та спільні підприємства;  
б) державні, виробничі кооперативи, приватні підприємства;  
в) державні, національні, унітарні підприємства.
16. *Підприємства класифікують за видом і характером діяльності на:*
- а) підприємства виробничої й невиробничої сфери;  
б) іноземні, національні, спільні підприємства;  
в) виробничі кооперативи, унітарні підприємства, акціонерні товариства.
17. *Чи можливе створення підприємства без утворення юридичної особи?*
- а) ні;  
б) так;  
в) не в усіх сферах комерційної діяльності.
18. *Промислово-фінансова група не є юридичною особою й не підлягає державній реєстрації як суб'єкт господарювання:*
- а) так;  
б) ні;  
в) тільки якщо вона державна.
19. *Ким затверджується положення про державну реєстрацію підприємства:*
- а) Міністерством юстиції України;  
б) Верховною Радою України;  
в) органами місцевого самоврядування;  
г) Кабінетом Міністрів України.
20. *Об'єднання підприємств галузі з метою збуту продукції – це:*
- а) консорціум;  
б) синдикат;  
в) трест;  
г) концерн.

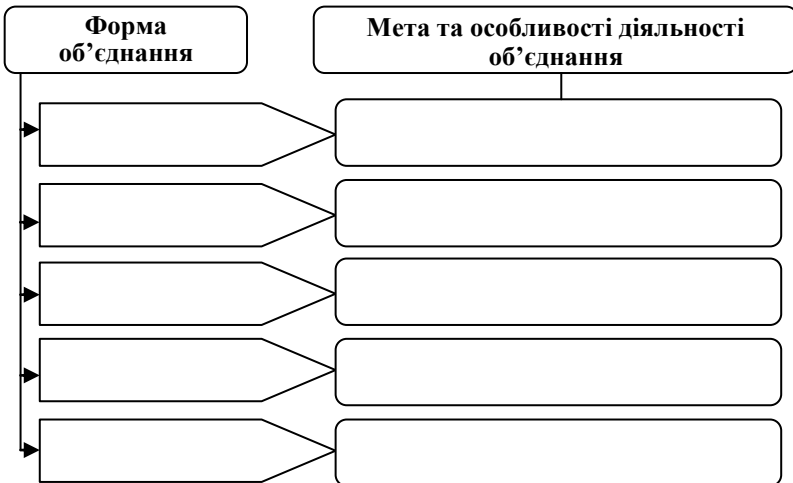
**Завдання 2.** Заповніть нижчеподану блок-схему щодо підстав для відмови у здійсненні державної реєстрації юридичної особи.



**Завдання 3.** Заповніть нижчеподану блок-схему щодо структури статуту та охарактеризуйте його розділи.



**Завдання 4.** Заповніть нижчеподану блок-схему щодо форм об'єднань підприємств та їх особливостей.



**Завдання 5.** Технологія створення підприємницьких структур.

Створення підприємства має визначену логіку (етапи). У наведеному переліку кроків ця логіка відсутня. Знайдіть правильний алгоритм дій щодо створення товариства з обмеженою відповідальністю.

1. Розмноження установчих документів.
2. Присвоєння кодів-класифікаторів підприємству в обласному управлінні статистики.
3. Відкриття розрахункового рахунку в банку.
4. Підготовка установчих документів до реєстрації.
5. Проведення юридичної експертизи установчих документів.
6. Проведення установчих зборів учасників.
7. Оплата за виписку з реєстраційного реєстру.
8. Зняття та завірення копій з установчих документів.
9. Отримання від державного реєстратора затверджених документів і виписки з державного реєстру.
10. Отримання ліцензії на визначені види діяльності.
11. Постанова на облік в пенсійному фонді.
12. Оформлення договору на оренду приміщення.
13. Відкриття тимчасового рахунку в банку.
14. Занесення підприємства в державний реєстр.
15. Постанова на облік в податковій інспекції.
16. Надання установчих документів державному реєстратору.

#### ***Питання для самоконтролю знань студентів***

1. Які переваги та недоліки акціонерного товариства?
2. Які переваги та недоліки товариства з обмеженою відповідальністю?
3. Які переваги та недоліки повного та командитного товариства?
4. Які основні критерії вибору форми підприємницької діяльності?
5. Який порядок державної реєстрації фізичної особи-підприємця?

6. Які існують установчі документи?
7. Назвіть основні вимоги до формування статутного фонду підприємства.

### ***Тематика рефератів***

1. Процедура державної реєстрації та її проблеми.
2. Основні шляхи спрощення процедури державної реєстрації.
3. Адміністративні перешкоди на шляху державної реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності.
4. Основні типи та форми власності.
5. Основні види підприємництва та їх організаційні форми.
6. Державне підприємництво: сучасний підхід до його розвитку.
7. Процедура банкрутства підприємств закордоном.
8. Кооперативні, акціонерні й орендні підприємства.
9. Особливості розвитку підприємництва в сільському господарстві.
10. Сімейне підприємництво як суб'єкт підприємницької діяльності.
11. Інноваційна діяльність малого підприємництва.

***Інформаційні джерела: 1, 3–6, 8, 9, 12–14, 21, 22.***

### **ТЕМА 9. Дозвільна система та ліцензування підприємницької діяльності**

У цій темі необхідно розглянути основні види дозвільних документів у підприємстві. Визначити ключові принципи державної політики з питань дозвільної системи у сфері підприємницької діяльності. З'ясувати основні вимоги до порядку видачі документів дозвільного характеру або відмови в їх видачі. Розглянути вплив держави на діяльність підприємницьких структур.

Виявити основні принципи державної політики у сфері ліцензування. Охарактеризувати види підприємницької діяльності, що підлягають ліцензуванню. Визначити основні проблеми, пов'язані з отриманням дозволів та ліцензій.

### ***Методичні рекомендації щодо вивчення теми***

**Дозвільна система у сфері господарської діяльності** – сукупність урегульованих законодавством відносин, що виникають між дозвільними органами, адміністраторами та суб'єктами господарювання у зв'язку з видачею документів дозвільного характеру, переоформленням, видачею дублікатів, анулюванням документів дозвільного характеру.

***Основні принципи державної політики з питань дозвільної системи у сфері господарської діяльності:***

– захист прав, законних інтересів суспільства, територіальних громад та громадян, життя громадян, охорона навколишнього природного середовища та забезпечення безпеки держави;

– розвиток конкуренції;

– прозорість процедури видачі документів дозвільного характеру;

– додержання рівності прав суб'єктів господарювання під час видачі документів дозвільного характеру;

– відповідальність посадових осіб дозвільних органів, адміністраторів та суб'єктів господарювання за порушення вимог законодавства з питань видачі документів дозвільного характеру;

– зменшення рівня державного регулювання господарської діяльності;

– установа єдиних вимог до порядку видачі документів дозвільного характеру.

**Державне регулювання підприємництва** – це вплив держави на діяльність підприємницьких структур із метою сприяння та забезпечення нормальних умов їх функціонування.

**Метою державного регулювання підприємницької діяльності** є створення певних умов, що забезпечують нормальне функціонування економіки загалом і стабільну участь підприємців країни в міжнародному поділі праці й одержання від цього оптимальних вигод.

**До завдань державного регулювання входять:**

– розроблення, прийняття та контроль за законодавством, що забезпечує правову основу й захист інтересів підприємців;

- підвищення ефективності державного регулювання та зниження відповідних витрат;
- ослаблення прямих форм втручання й бюрократичного контролю за діяльністю підприємств;
- створення умов для вільної та добросовісної конкуренції на ринку, вільного переміщення товарів на внутрішньому й зовнішньому ринках, контроль за дотриманням правил конкуренції;
- забезпечення товарно-грошової та бюджетної рівноваги за допомогою фінансової, податкової, процентної політики та управління грошовою емісією;
- поєднання поточних і перспективних напрямів розвитку економіки: структурно-інвестиційної та науково-технічної політики;
- сприяння довгостроковому зростанню накопичення *капіталів* і стабільного розвитку, стримування інфляції економічним шляхом, зняття обмежень адміністративного регулювання господарської сфери діяльності;
- забезпечення вільного пересування робочої сили та дотримання норм трудового законодавства, регулювання приватного найму та порядку оплати праці;
- підтримка соціальної рівноваги та прийнятної для більшості населення рівня диференціації та розподілу доходів.

*Основні функції державного регулювання підприємництва:*

- 1) підтримка пропорційності виробництва та споживання, антициклічне регулювання;
- 2) підтримка та розвиток конкуренції, антимонопольні заходи;
- 3) перерозподіл доходів та соціальний захист підприємців і споживачів.

**Ліцензування** – видача, переоформлення та анулювання ліцензій, видача дублікатів ліцензій, ведення ліцензійних справ та ліцензійних реєстрів, контроль за додержанням ліцензіатами ліцензійних умов, видача розпоряджень про усунення порушень ліцензійних умов, а також розпоряджень про усунення порушень законодавства у сфері ліцензування.

*Принципи державної політики у сфері ліцензування:*

- єдиної державної системи ліцензування;

- територіальності, згідно з яким дія ліцензії поширюється на адміністративну територію органу ліцензування, що її видав;
- дотримання законності;
- пріоритетності захисту прав, законних інтересів, життя та здоров'я людини, навколишнього природного середовища, захисту обмежених ресурсів держави та забезпечення безпеки держави;
- рівності прав суб'єктів господарювання;
- відкритості процесу ліцензування.

Складним і неоднозначним проявом державного втручання в підприємницьку діяльність є її ліцензування. Воно, з офіційної точки зору, має на меті захистити інтереси держави та права споживачів. Проте досить часто ліцензування стає серйозною перепорою в розвитку підприємницьких структур. У період розвитку політики дерегуляції кількість ліцензованих видів підприємництва значно скоротилася, однак практично відразу було запроваджено патентування і сертифікацію окремих видів діяльності.

Окремі види підприємництва, які безпосередньо впливають на здоров'я людей, навколишнє природне середовище та безпеку держави і суспільства, потребують спеціального дозволу – ліцензії.

**Ліцензія** – документ державного зразка, який засвідчує право ліцензіата на провадження зазначеного в ньому виду господарської діяльності протягом визначеного строку в разі його встановлення Кабінетом Міністрів України за умови виконання ліцензійних умов.

## ***Практичне заняття 11 (2 год)***

### **Дозвільна система та ліцензування підприємницької діяльності**

#### ***План***

1. Основні види дозвільних документів у підприємстві.
2. Вплив держави на діяльність підприємницьких структур.
3. Основні принципи державної політики у сфері ліцензування.
4. Види підприємницької діяльності, що підлягають ліцензуванню.

**Завдання 1.** Дайте відповіді на тести:

*1. Дозвільна система у сфері господарської діяльності – це:*

а) сукупність урегульованих законодавством відносин, які виникають між дозвільними органами, адміністраторами та суб'єктами господарювання у зв'язку з видачею документів дозвільного характеру, переоформленням, видачею дублікатів, анулюванням документів дозвільного характеру;

б) комплекс взаємозалежних та узгоджених юридичних заходів, призначених для регулювання *суспільних відносин*, а також юридичних явищ, що виникають унаслідок такого регулювання (*правові норми, правові принципи, правосвідомість, законодавство, правові відносини та ін.*);

в) сукупність усіх видів *економічної діяльності людей* у процесі їх взаємодії, спрямованої на *виробництво, обмін, розподіл, споживання товарів і послуг, регулювання економічної діяльності*;

г) сукупність господарських одиниць (історичних форм господарств), що взаємодіють, створюють та обмінюють матеріальні блага та послуги в рамках установленого інституційного середовища.

*2. Діяльність, пов'язану з видобуванням буритину можуть здійснювати:*

а) приватні підприємства;

б) державні підприємства й організації;

в) складні підприємницькі формування;

г) колективні підприємства.

*3. Що з переліченого нижче можуть здійснювати не лише державні підприємства й організації?*

а) технічне обслуговування супутникових систем телефонного зв'язку;

б) грошова допомога малозабезпеченим громадянам;

в) виплата пенсій;

г) банківське обслуговування.

*4. Який із зазначених видів господарської діяльності не потребує ліцензування?*

а) надання фінансових послуг;

б) роздрібна торгівля дитячими іграшками;

- в) будівельна діяльність;
- г) діяльність у галузі телебачення і радіомовлення.

5. *Серед видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню відповідно до Закону України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності», немає:*

- а) надання послуг у галузі технічного захисту інформації;
- б) туropolиторська діяльність;
- в) посередництво у працевлаштуванні на роботу за кордоном;
- г) надання сантехнічних послуг.

6. *Ліцензія – це:*

а) документ державного зразка, який засвідчує право ліцензіата на провадження зазначеного в ньому виду господарської діяльності протягом визначеного строку;

б) *документ*, що засвідчує авторство на винахід та виключне право на використання його протягом певного *строку*;

в) документ, виданий спеціально уповноваженим органом виконавчої влади з питань державного експортного контролю, який надає право на експорт чи імпорт товарів;

г) супровідний документ, що надається *продавцем покупцеві* та вміщує перелік *товарів*, їх кількість і *ціну*, за якою вони будуть поставлені покупцеві, формальні особливості товару (колір, вага тощо), умови постачання та зведення про відправника й одержувача.

7. *Суб'єкт господарювання, який одержав ліцензію на провадження певного виду господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню – це:*

- а) ліцензіат;
- б) ліцензіар;
- в) здобувач ліцензії;
- г) державний орган ліцензування.

8. *У заяві про видачу ліцензії не повинні міститися такі дані:*

а) відомості про місцезнаходження суб'єкта господарювання-заявника для юридичної особи;

б) банківські реквізити суб'єкта господарювання-заявника для юридичної особи;

в) вид господарської діяльності, на провадження якого заявник має намір одержати ліцензію;

г) копію трудової книжки особи, яка подає заяву для отримання ліцензії.

9. Орган ліцензування приймає рішення про видачу ліцензії або про відмову в її видачі у строк не пізніше ніж ... (з дати надходження заяви):

а) 20 робочих днів;

б) 10 робочих днів;

в) 15 календарних днів;

г) 30 календарних днів.

10. Підставою для прийняття рішення про відмову у видачі ліцензії є:

а) зміна найменування юридичної особи;

б) зміна місцезнаходження юридичної особи;

в) недостовірність даних у документах, поданих заявником, для отримання ліцензії;

г) зміни, пов'язані із провадженням ліцензіатом певного виду господарської діяльності.

11. Підставами для переоформлення ліцензії є:

а) зміна прізвища, ім'я, по батькові фізичної особи-підприємця;

б) нотаріально засвідчена копія свідоцтва про смерть фізичної особи-підприємця;

в) акт про встановлення факту передачі ліцензії або її копії іншій юридичній або фізичній особі для провадження господарської діяльності;

г) акт про відмову ліцензіата у проведенні перевірки органом ліцензування або спеціально уповноваженим органом з питань ліцензування.

12. До суб'єктів дозвільних правовідносин не належать:

а) дозвільні органи;

б) державні адміністратори;

в) державні реєстратори;

г) суб'єкти господарювання.

*13. Які підприємства можуть займатися видобуванням бурштину?*

- а) приватні;
- б) кооперативні;
- в) державні;
- г) колективні.

*14. Діяльність, пов'язана з виробництвом високооктанових кисневмісних добавок, здійснюється державними спиртовими заводами, перелік яких визначається:*

- а) Кабінетом Міністрів України;
- б) Верховною Радою України;
- в) Президентом України;
- г) Міністерством економіки України.

*15. Ліцензування видів господарської діяльності не передбачає:*

- а) анулювання ліцензій;
- б) видачу дублікатів ліцензій;
- в) контроль за додержанням ліцензіатами ліцензійних умов;
- г) визначення видів діяльності, що підлягають ліцензуванню.

*16. У ліцензійні умови щодо видів господарської діяльності, для провадження яких необхідні спеціальні знання, включаються:*

- а) кваліфікаційні вимоги до працівників суб'єктів господарювання – фізичних осіб-підприємців;
- б) кваліфікаційні вимоги до працівників суб'єктів господарювання – юридичних осіб;
- в) кваліфікаційні вимоги до працівників суб'єктів господарювання – юридичних осіб і фізичних осіб-підприємців;
- г) кваліфікаційні вимоги до представників органів ліцензування.

*17. Ліцензію на медичну практику видає:*

- а) Кабінет Міністрів України;
- б) Міністерство охорони здоров'я;
- в) Верховна Рада України;
- г) Державна санітарно-епідеміологічна служба України.

18. Ліцензію на випуск та проведення лотерей видає:

- а) Міністерство економічного розвитку і торгівлі України;
- б) Міністерство культури України;
- в) Міністерство юстиції України;
- г) Міністерство фінансів України.

19. У заяві про видачу ліцензії суб'єкту господарювання – юридичній особі не потрібні відомості про:

- а) місцезнаходження суб'єкта господарювання;
- б) банківські реквізити суб'єкта господарювання;
- в) ідентифікаційний код суб'єкта господарювання;
- г) ідентифікаційний номер фізичної особи – платника податків.

20. У разі відмови у видачі ліцензії суб'єкт господарювання може подати до органу ліцензування нову заяву про видачу ліцензії не раніше ніж ... (з дати прийняття рішення про відмову):

- а) 15 днів;
- б) 30 днів;
- в) 2 місяці;
- г) 3 місяці.

**Завдання 2.** Підприємство «Марс» у червні 2014 р. виробило 5 000 пляшок горілки із вмістом спирту 40 % (місткість однієї пляшки – 0,75 л) та 2 000 пляшок вина шампанського (місткість однієї пляшки – 0,75 л). У червні 2013 р. було реалізовано 3 479 пляшок горілки та 1 758 пляшок вина шампанського. Визначте суму акцизного збору, що необхідно сплатити підприємству-виробнику алкогольних напоїв. Відомо, що ставка акцизного збору за 1 л 100 % спирту становить 70,53 грн, а на 1 л шампанського вина – 5,2 грн.

### ***Питання для самоконтролю знань студентів***

1. Назвіть органи ліцензування в Україні.
2. Які види ліцензій під час розпорядження об'єктами права інтелектуальної власності ви знаєте?
3. Що собою являє ліцензійний договір?

### *Тематика рефератів*

1. Види діяльності, що здійснюються лише державними підприємствами.

2. Переваги та недоліки дозвільних систем розвинених країн світу.

*Інформаційні джерела: 1, 4–9, 12–14, 16, 18, 19, 21, 22.*

### **ТЕМА 10. Особливості маркетингового підходу в малому бізнесі**

У цій темі потрібно дослідити маркетинг як складову частину підприємницької діяльності. Визначити ключові аспекти маркетингу, його концепції та еволюцію. З'ясувати основні функції маркетингу в малому бізнесі. Виявити специфіку виконання маркетингових досліджень. Охарактеризувати маркетингові ризики суб'єктів малого бізнесу.

Визначити особливості застосування альтернативних та нетрадиційних форм здійснення маркетингу суб'єктами малого бізнесу. Розглянути етапи розроблення маркетингової політики малого підприємства. Виявити проблемні аспекти організації маркетингової діяльності суб'єктами малого бізнесу.

#### *Методичні рекомендації щодо вивчення теми*

*Маркетинг виконує ряд функцій у підприємницькій діяльності:*

– аналітична – вивчення й оцінка зовнішнього (насамперед, ринкової) та внутрішнього середовища підприємства;

– продуктово-виробнича – створення нових товарів, які б відповідали вимогам споживачів. Маркетинг впливає на виробництво, намагаючись зробити його досить гнучким, здатним виробляти конкурентоспроможності товари, з відповідними техніко-економічними параметрами і з низькими витратами;

– збутова – включає в себе все те, що відбувається з товарами у проміжку часу після його виробництва й до початку споживання. Система товароруку забезпечує підприємству (і споживачеві) створення таких умов, щоб товар був там, де він потрібен,

у той час, коли він потрібен, у тих кількостях, у яких він затребуваний, і тієї якості, на яке розраховує споживач;

– управління й контролю – установлення максимально можливої планомірності та пропорційності в діяльності підприємства, особливо в рамках його довгострокових стратегічних цілей. Головне управлінське завдання керівництва підприємства полягає в тому, щоб зменшити ступінь невизначеності й ризику в господарській діяльності та забезпечити концентрацію ресурсу на обраних напрямках.

***Використання маркетингу в підприємницькій діяльності дає змогу розв'язати такі завдання:***

- 1) комплексне дослідження ринку;
- 2) виявлення потенційного попиту та незадоволених потреб;
- 3) планування товарного асортименту та цін;
- 4) розроблення заходів для найбільш повного задоволення наявного попиту;
- 5) розроблення заходів щодо вдосконалення управління й організації виробництва;
- 6) планування та здійснення збуту.

***Розділяють 4 етапи розвитку маркетингу:***

I період (до 30-х рр.) – орієнтація на виробництво. Девіз, що виражає суть основних цілей розвитку організації: «Більше зробили – більше прибуток». Один із головних наслідків – криза 1929–1932 рр.

II період (до 50-х рр.) – орієнтація на збут. Девіз, що виражає суть основних цілей розвитку організації: «Більше продали – більше прибуток». У цей період активно вивчалися потреби й попит, застосовувалася реклама та стимулювання продажів. Але при цьому витрати на заходи збуту швидко й значно виростили.

III період (до кінця 70-х рр.) – орієнтація на маркетинг. У цей період в основі формування попиту активно використовується комплекс маркетингу. Негативні сторони: у соціальному плані – поширення споживчого ставлення до життя; в екологічному плані – виснаження ресурсів, забруднення довкілля.

IV період – орієнтація на соціально-етичний маркетинг.

На початкових етапах розвитку ринку, коли ринок був ненасичений, попит перевищував пропозицію й мав кількісний характер, покупці конкурували між собою. У таких ідеальних для виробника й продавця умовах сформувалася початкова концепція маркетингового регулювання ринку.

Концепції відображають еволюцію маркетингу та підприємства, що можуть вибрати для себе найбільш ефективні моделі його реалізації (табл. 10.1).

**Таблиця 10.1 – Еволюція концепцій маркетингу**

<b>Роки</b>	<b>Концепція</b>	<b>Ідея</b>	<b>Основний інструментарій</b>	<b>Головна мета</b>
1860–1920	Виробнича	Нарощування виробництва товарів	Собівартість, продуктивність	Удосконалення виробництва, зростання продажів, максимізація прибутку
1920–1930	Товарна	Виробництво якісних товарів	Заходи товарної політики	Удосконалення споживчих властивостей товарів
1930–1950	Збутова (інтенсифікація комерційних зусиль)	Розвиток збутової мережі, каналів збуту	Заходи збутової політики	Інтенсифікація збуту за рахунок маркетингових зусиль щодо просування та продажу товарів
1960–1980	Традиційного маркетингу	Виробництво товарів, потрібних споживачеві	Комплекс маркетингу (маркетинг-мікс)	Задоволення потреб цільових ринків
1980–1995	Соціально-етичного маркетингу	Виробництво товарів, потрібних споживачеві з урахуванням вимог суспільства	Дослідження й урахування в подальшому розвитку соціальних та екологічних наслідків виробничої діяльності фірм	Задоволення потреб споживачів за умов заощадження всіх ресурсів та зберігання довкілля

Роки	Концепція	Ідея	Основний інструментарій	Головна мета
Друга половина 90-х	Інноваційного маркетингу	Виробництво нових товарів, послуг, що відповідають вимогам сучасного етапу НТП	Використання новітніх технологій виробництва товарів, упровадження нових інтерактивних методів дослідження споживачів та спілкування з багатьма учасниками інноваційного процесу	Задоволення потреб споживачів у якісно новій продукції, формування «освіченої» (щодо новинок) категорії покупців

Маркетингова діяльність може бути представлена як послідовність семи кроків споживача, що їх має зробити виробник на шляху, ім'я якому ринок. Ці кроки сім і вони зумовлені кількістю функцій маркетингу.

**1. Комплексне дослідження ринку** передбачає пошук відповідей на такі запитання:

1. На яких ринках слід працювати?
2. Яка місткість цих ринків, кон'юнктура?
3. Яка конкурентність товарів?
4. Як необхідно змінити асортимент, щоб збільшити збут?
5. У яких нових товарах відчуває потребу ринок, яка їх ринкова та виробнича характеристика?
6. Хто конкретно є споживачем товару?
7. Хто є основними конкурентами?

**2. Розроблення стратегії маркетингу.** На основі виконаних маркетингових досліджень розробляється стратегія маркетингу – план реалізації поставлених цілей. Стратегія базується на аналізі стану підприємства, оцінці ринків і передбачає розроблення заходів товарної, цінової, збутової політики.

**3. Товарна політика** підприємства включає визначення споживчих характеристик товару та його позиціювання на ринку,

розроблення асортименту та засобів маркетингової підтримки на різних етапах життєвого циклу.

**4. Цінова політика** є складовою конкурентоспроможності товару, кінцева мета якої – визначити цінову стратегію, конкретну ціну, яка забезпечить максимальний прибуток за мінімальних витрат виробництва. Згідно із цілями ціноутворення маркетинговій службі необхідно вибрати із цінових стратегій найефективнішу, тобто стратегію єдиних чи диференційних цін, стратегію високих чи низьких цін, стратегію стабільних чи нестабільних.

**5. Збутова політика** передбачає вибір методів збуту – прямий (безпосередньо самим підприємством) або побічний (через торгових посередників, якими можуть бути оптові та роздрібні торговці, дилери, дистриб'ютори, агенти тощо).

**6. Просування товарів на ринку** здійснюється за допомогою реклами, персонального продажу, стимулювання збуту через продавців та посередників. Стимулювання збуту як ефективний вид просування товарів включає заходи стосовно покупців, продавців та посередників: різноманітні пільги та форми заохочення (знижки, конкурси, лотереї, кредити, подарунки).

**7. Організація та контроль маркетингової діяльності** передбачає створення спеціальних підрозділів маркетингової служби за функціями діяльності, продуктовими принципами, регіонами чи групами споживачів. Контроль маркетингової діяльності включає контроль за реалізацією та аналізом можливостей збуту, контроль прибутковості та аналіз маркетингових витрат, ревізію маркетингу.

**Маркетинговий ризик** – це ймовірність втрат чи отримання додаткових прибутків під час розроблення та виконання маркетингових стратегій організацій; загроза щодо понесення збитків чи недоотримання прибутків у результаті неефективного управління маркетингом.

Уразливість підприємств до цих ризиків зумовлена: невідповідністю техніко-економічних параметрів товарів запитам споживачів; недоліками цінової політики; низькою конкуренто-

спроможністю товарів і підприємства-продавця; неадекватною системою стимулювання збуту.

Існування гіперконкуренції на ринку України спонукає суб'єктів малого підприємництва до:

- постійного пошуку та створення нових конкурентних переваг, що скорочує життєвий цикл товарів, які вже існують;

- уникнення стандартної поведінки та логічних підходів, тому що стратегія буде передбачена конкурентами й призведе до небажаних результатів;

- ефективного управління маркетинговими стратегіями, які адаптації, мають бути динамічнішими, мати здатність до швидкої гнучкими й перманентно оновлюваними.

Особлива роль у розв'язанні зазначених проблем належить пошуку креативних та оригінальних творчих рішень щодо кожного з основних елементів системи маркетингових комунікацій – реклами, зв'язків із громадськістю, прямого маркетингу й стимулювання збуту. Важливим є використання сучасних інструментів ведення on-line маркетингових кампаній, що дозволить мінімізувати складну економічну ситуацію у країні та буде одним із ключових факторів успіху для малого підприємництва України.

Серед найбільш перспективних сучасних нестандартних методів маркетингових прийомів слід відзначити контекстну та медійну рекламу, просування в соціальних мережах (SMO і SMM), пошуковий, прямий (із використанням e-mail), вірусний, провокаційний, паразитичний та партизанський маркетинг.

Маркетинг у галузях сфери малого підприємництва – комплексна система управлінської, регулюючої та дослідницької діяльності, що враховує галузеві особливості, спрямована на задоволення потреб з урахуванням матеріальних і духовних запитів суспільства відповідно до купівельного попиту.

Основні напрями маркетингової діяльності є складовими всіх стадій відтворювального циклу – від виробництва матеріальних благ, їх розподілу, звернення до стадії кінцевого споживання.

Останніми роками новий розвиток отримав ринок послуг сфери малого підприємництва, який являє собою соціально-еко-

номічний комплекс, робота якого здійснюється відповідно до ринкових законів, національної специфіки, територіальної масштабності та мети посилення ролі інститутів споживачів і підвищення якості життя суспільства.

Маркетингові дослідження малого підприємництва – це збір, аналіз та обробка інформації, потрібна для розроблення тактики та стратегії поведінки підприємства на ринку. Маркетингові дослідження дозволяють оцінити інформаційне поле, в якому діють і споживачі, і виробники (табл. 10.2).

**Таблиця 10.1 – Види маркетингових досліджень**

<b>Класифікаційна ознака</b>	<b>Різновиди</b>
1. Тип інформації	Кабінетні; польові
2. Частота контакту з респондентом	Разові; панельні
3. Ціль дослідження	Описові; пошукові; казуальні
4. Етапи дослідницьких робіт	Для виявлення проблеми, для розв'язання проблем

### ***Практичне заняття 12 (2 год)***

#### **Особливості маркетингового підходу в малому бізнесі**

##### ***План***

1. Маркетинг як складова частина підприємницької діяльності.
2. Основні функції маркетингу в малому бізнесі.
3. Застосування альтернативних та нетрадиційних форм здійснення маркетингу суб'єктами малого бізнесу.
4. Виконання маркетингових досліджень суб'єктами малого бізнесу.

***Завдання 1.*** Дайте відповіді на тести:

***1. Маркетинг – це:***

а) діяльність, спрямована на створення попиту та досягнення цілей підприємства через максимальне задоволення потреб споживачів;

б) процес пошуку стандартного чи еталонного економічно ефективнішого підприємства-конкурента з метою порівняння із власним та переймання його найкращих методів роботи;

в) мистецтво застосування системи заснованих на особливостях людського сприйняття засобів переконання, спрямованою на збільшення конкурентних переваг однієї ідеї у збиток інший;

г) комплекс заходів, метою якого є підвищення попиту на продукцію, мистецтво представити товар у торговому залі.

*2. До ключових аспектів маркетингу не належить:*

- а) аналітичний (розуміння ринків);
- б) активний (проникнення на ринки);
- в) психологічний;
- г) ідеологічний.

*3. Яку функцію маркетингу характеризує вивчення ринку, споживачів, конкурентів, товарної структури ринку, аналіз внутрішнього середовища підприємства характеризують як?*

- а) виробничу;
- б) аналітичну;
- в) збутову;
- г) управлінську.

*4. Назвіть один із видів маркетингу залежно від стану попиту?*

- а) масовий;
- б) цільовий;
- в) індивідуальний;
- г) стимулюючий.

*5. До основних (класичних) концепцій маркетингу не належить концепція:*

- а) удосконалення товару;
- б) інтенсифікації зусиль збуту;
- в) інтрамаркетингу;
- г) соціально-етичного маркетингу.

*6. Забезпечення товару конкурентного положення на ринку та розроблення детального комплексу маркетингу – це:*

- а) сегментування ринку;
- б) позиціонування товару;
- в) сегментація ринку;
- г) диференціація.

7. Класичний комплекс заходів, що визначають позиціонування продукту на ринку (маркетинг-мікс, «4Р»), не містить:

- а) продукт («product»);
- б) ціну («price»);
- в) комунікації («promotion»);
- г) людей («people»).

8. До основних функцій маркетингу малого підприємства, що реалізуються через продавців, не належить:

- а) стратегічне прогнозування продажу товарів;
- б) надання якісного обслуговування;
- в) вивчення попиту споживачів;
- г) рекламування товарів.

9. Які маркетингові дослідження, здебільшого, проводять малі підприємства, якщо вони базуються на використанні офіційних друкованих джерел інформації, дають загальні уявлення про стан економіки, кон'юнктуру ринку, розвиток ринків і не потребують значних фінансових витрат?

- а) польові;
- б) кабінетні;
- в) пілотні;
- г) панельні.

10. Першим етапом розроблення стратегії маркетингу малого підприємства є:

- а) вибір напрямів пошуку;
- б) економічний аналіз;
- в) пробний маркетинг;
- г) комерціалізація.

11. Що із зазначеного не належить до маркетингу?

- а) філософія бізнесу;
- б) набір ефективних інструментів, необхідних для функціонування підприємства в умовах високої конкуренції;
- в) частина системи управління підприємством;
- г) функція управління.

12. Поняття «маркетингу» виникло у:

- а) Великій Британії;
- б) Франції;

- в) США;
- г) Австрії.

13. Коли вперше американські фірми звернулися до концепції маркетингу?

- а) після Першої світової війни (у 20-ті рр. XX ст.);
- б) після кризи надвиробництва (у 30-ті рр. XX ст.);
- в) після Другої світової війни (у 50-х рр. XX ст.);
- г) після кризи на фондовій біржі в 1988 р.

14. Хто вважається засновником концепції маркетингового управління?

- а) Філіп Котлер;
- б) Джек Траут;
- в) Сайрус Маккормік;
- г) Пітер Друкер.

15. Відповідно до класифікації стратегій Мінцберга стратегія як план – це:

- а) специфічна програма, тактика чи манера для того, щоб випередити конкурентів;
- б) свідомий стратегічний процес, що підкреслює логічну та структурну послідовність подій;
- в) певна послідовність у поведінці, якій можна знайти раціоналістичне пояснення;
- г) рівновага між організацією та тим середовищем, де вона веде господарчу діяльність.

16. На яке питання не можуть дати відповіді маркетингові дослідження?

- а) Де знаходяться покупці продукції?
- б) У яких якостях продукції підприємства зацікавленні покупці?
- в) Чи потрібно підприємству випускати іншу, нову продукцію?
- г) Де знайти постачальників продукції на ринок?

17. Залежно від охоплення ринку маркетинг не може бути:

- а) страховим;
- б) масовим;
- в) цільовим;

г) індивідуальним.

18. *Попит – це:*

а) усе, що може використовуватися для задоволення потреб людини;

б) відчуття людиною нестачі чогось;

в) потреба, підкріплена платоспроможністю споживача;

г) відчуття нестачі, що набуло специфічної форми відповідно до культурного рівня та особистості людини.

19. *Ринок продавця – це:*

а) ринок, на якому попит перевищує пропозицію, на цьому ринку найактивнішими є покупці;

б) ринок, на якому пропозиція перевищує попит, найактивнішими є продавці;

в) ринок продавця, де наявними є деякі риси ринку покупця;

г) механізм зустрічі покупця та продавця.

20. *Ринок покупця – це:*

а) ринок, на якому попит перевищує пропозицію, на цьому ринку найактивнішими є покупці;

б) ринок, на якому пропозиція перевищує попит, найактивнішими є продавці;

в) ринок продавця, де наявними є деякі риси ринку покупця;

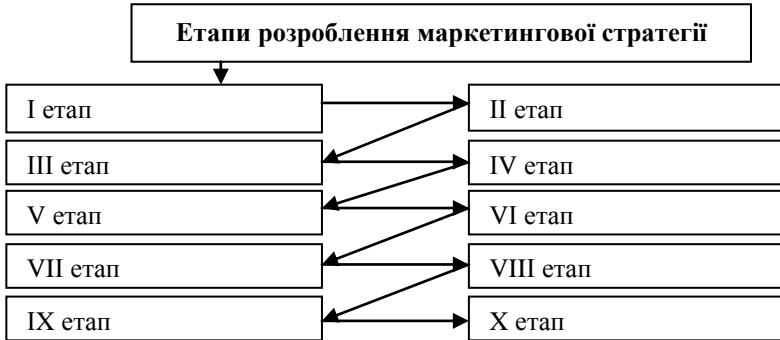
г) механізм зустрічі покупця та продавця.

**Завдання 2.** Існує багато визначень маркетингу. Зазначте три виміри, у яких реалізується поняття «маркетинг».

**Завдання 3.** Запишіть рівні маркетингового стратегічного планування за нижченаведеною формою.

Рівень маркетингового стратегічного планування	Зміст
1.	
2.	
3.	

**Завдання 4.** Заповніть нижченаведену блок-схему щодо ключових етапів розроблення маркетингової стратегії малого підприємства та охарактеризуйте їх.



### *Питання для самоконтролю знань студентів*

1. Назвіть головні особливості розроблення маркетингової стратегії на малих підприємствах.
2. Які засоби масової інформації здебільшого використовують у маркетинговій діяльності малі підприємства?

### *Тематика рефератів*

1. Розвиток маркетингових технологій у сфері малого бізнесу.
2. Малобюджетний маркетинг у малому бізнесі.
3. Маркетингова стратегія успіху суб'єктів малого підприємництва.

*Інформаційні джерела: 1, 4, 5, 8–10, 12, 14, 17, 18, 21–23, 25.*

## **ТЕМА 11. Управління малим підприємством**

У цій темі необхідно розглянути суть управління та проблеми його розвитку. Визначити ключові функції управління. Охарактеризувати організаційну структуру управління. Розглянути типи організаційно-управлінських структур та їх характеристики. З'ясувати критерії вибору управлінської стратегії. Дослідити особу менеджера як фактор виробництва й управління бізнесом.

Проаналізувати життєвий цикл підприємства. Установити зміст етапів життєвого циклу підприємства. Дослідити сучасні концепції внутріфірмового розвитку. Оцінити систему навчання. Розглянути консалтингові та аудиторські компанії. Проаналізувати систему регулювання зайнятості.

### ***Методичні рекомендації щодо вивчення теми***

Управління – важливий фактор успіху підприємницької діяльності. Від ефективного управління значною мірою залежить життєздатність підприємництва, удача започаткованої справи.

*Для управління характерно:*

- широка господарська самостійність, що забезпечує волю прийняття рішень тим, хто несе відповідальність за кінцеві результати функціонування підприємства на ринку;
- постійне коригування цілей і програм залежно від стану ринку, змін у зовнішньому середовищі;
- орієнтація на досягнення запланованого кінцевого результату діяльності підприємства;
- оцінювання керування загалом тільки на підставі реально досягнутих кінцевих результатів;
- використання сучасної інформаційної бази для різноманітних розрахунків під час прийняття управлінських рішень;
- виконання глибокого економічного аналізу кожного управлінського рішення;
- здатність розумно ризикувати та керувати ризиком.

**Управління** – інтеграційний процес планування, організації, мотивації та контролю, за допомогою якого професійно підготовлені спеціалісти формують організації всіх галузей економіки та управляють ними шляхом постановки цілей і розроблення способів їх досягнення, координуючи діяльність працівників.

Структура управління передбачає виділення **рівнів управління**, на кожному з яких управлінці мають певні повноваження.

Вищий рівень управління (інституційний) – TOP – вирішує питання стратегічного менеджменту – управління фінансами, вибору ринків збуту, розвитку підприємства.

Середній рівень управління (функціональний) – MIDDLE – вирішує питання оперативного (поточного) управління відповідно до функцій менеджменту.

Нижній рівень управління (технічний або операційний) – LOWER – менеджери знаходяться у безпосередньому контакті з працівниками-виконавцями, вирішують конкретні питання.

**Мале підприємство** розглядають як суб'єкт господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, в якому середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб і річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 млн євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України.

Малі підприємства в Україні характеризуються:

- несистемним управлінням, відсутністю навчальних програм для персоналу;

- обмеженістю джерел фінансування;

- високими вимогами до персоналу (фізичне навантаження, психологічне напруження під час спілкуванні з клієнтами, матеріальна відповідальність);

- значною трудомісткістю торговельних процесів;

- швидким пристосуванням до змін ринку та великою маневреністю;

- відсутністю зіставлення та коригування розроблених маркетингових планів з очікуваннями на ринку й можливостями підприємства;

- недооцінкою маркетингових досліджень як важливої складової процесу управління маркетингом МП;

- орієнтацією на регіональні ринки та джерела ресурсів.

**Організаційна структура управління** – це впорядкована сукупність взаємопов'язаних елементів, що знаходяться між собою у стійких взаємостосунках, які забезпечують їх функціонування та розвиток як єдиного цілого (табл. 11.1).

*Організаційна структура повинна:*

- відображати цілі й завдання організації, підпорядковуватися виробництву та змінюватись разом із ним;

- відображати функціональний розподіл праці й обсяг повноважень працівників управління, які визначаються політикою, процедурами, правилами, посадовими інструкціями;

- відповідати соціально-культурному середовищу й умовам, в яких вона буде функціонувати. Тому спроби сліпо копіювати структури управління, які мають успіх, не приведуть до бажаного результату, якщо умови будуть різними;

– установлювати відповідність функцій і повноважень посадової особи з однієї сторони та рівня культури з іншої.

*На вибір структури управління впливають:*

– розмір організації, який визначає кількість ієрархічних рівнів і масштаб управління;

– технологічні фактори: в умовах загальної автоматизації, за якої не потрібна постійна присутність людини, структура управління буває простішою;

– економічні фактори, наприклад, згрупувавши подібні види діяльності в єдиний підрозділ, керований єдиним органом управління замість декількох колишніх, можна значно знизити відповідні витрати;

– людський фактор пов’язаний із соціальною структурою персоналу та стосунками між людьми, вимагає врахування впливу неформальної структури на формальні зв’язки в організації;

– природні фактори – географічні або природно-кліматичні, наприклад, територіальна розкиданість підрозділів, їхня відірваність від центрального апарату управління, екстремальний характер умов роботи.

**Таблиця 11.1 – Класифікація організаційних структур підприємства**

<b>Оргструктури</b>	<b>Формальні</b>				<b>Неформальні</b>			
За часовими умовами існування	Постійні				Тимчасові			
За ступенем гнучкості й адаптивності	Механістичні (бюрократичні)				Адаптивні			
За рівнем і глибиною прийняття рішень	Одновимірні				Багатовимірні			
За горизонтальними взаємодіями	Лінійні	Функціональні	Штабні	Дивізійні	Процесні	Проектні	Матричні	Мережеві
За вертикальними взаємодіями	Ієрархічні (високі)		Централізовані		Децентралізовані		Горизонтальні (плоскі)	
За взаємодією з людиною	Корпоративні				Індивідуалістичні			
За технологією роботи	Реальні				Віртуальні			

*На вибір стратегії суттєво впливають:*

1. Фінансові можливості фірми.
2. Кваліфікація працівників.
3. Ступінь залежності від зовнішнього середовища.
4. Інтереси керівництва фірми.
5. Часовий фактор.
6. Під час аналізу портфеля продукції.

**Життєвий цикл підприємства** – час, упродовж якого товар життєздатний на ринку і забезпечує досягнення цілей продавця. Від життєвого циклу товару безпосередньо залежить рівень прибутку продавця (продуцента) на кожній із його стадій:

*Розрізняють такі етапи життєвого циклу підприємства:*

**1 етап.** Створення підприємства (народження) – реєстрація, початкове інвестування діяльності. Для заснування підприємства необхідна присутність 3-х складових: наявність ресурсів; підтримуюча політика держави; легітимація у формі культурних цінностей.

**2 етап.** Зростання (молодість):

– дитинство – зростання чисельності персоналу, спеціалізація на виробництві певного товару або послуги; закріплення на окремих сегментах ринку, забезпечення беззбиткової діяльності. Управління підприємством централізоване;

– юність – подальше зростання чисельності персоналу, управлінські рішення приймаються кількома керівниками, збільшення кількості контролюючих службовців та обслуговувального персоналу, вузьке коло спеціалістів-професіоналів; жорсткий бюджет та інформаційна система; організація діяльності здійснюється за допомогою обмеженої кількості нормативів та інструкцій, спостерігається розширення цільових сегментів ринку, забезпечення високих темпів зростання прибутку, інвестування розвитку на засадах самофінансування.

**3 етап.** Середній вік: підприємство збільшується за розмірами, відбувається розширення сегментів збуту, орієнтація на регіональну диверсифікацію, зростання прибутків на оптимальному рівні; в організації розвивається бюрократія, розподіл праці екстенсивний, формалізується політика та розподіл повноважень.

В управлінні персоналом широко використовуються правила та посадові інструкції.

**4 етап.** Зрілість. Для підприємства характерні великі масштаби та механічна вертикальна структура. Посилення централізації, збільшення навантаження на топ-менеджерів. Формалізація діяльності: більшість видів діяльності регламентують інструкції.

**5 етап.** Старіння (організаційний спад). Падіння прибутковості та фінансової стійкості компанії. Збереження позицій або часткове зменшення обсягів виробництва. Згорання діяльності.

**6 етап.** Відродження. Проведення реінжинірингу з радикальною перебудовою бізнес-процесів в організації. Залучення значних обсягів інвестицій для впровадження інноваційних проєктів. Оновлення форм, видів та напрямів діяльності.

Смерть. Організаційний спад, який визначається як умова, за якої відбувається суттєве й абсолютне зниження ресурсної бази протягом конкретного часу. Наслідком цього можуть стати екстремальні та непослідовні стратегії, які, як сніжний ком, призводять до розвитку подальших проблем. Смерть організації має широкі наслідки не тільки для співробітників підприємства, вона впливає на інші організації-партнери.

*Основними елементами планування підприємницької діяльності є:*

1. Прогнозування – визначення ринкової стратегії фірми на перспективний період.

2. Формування на базі прогнозу загальних завдань і встановлення термінів їх виконання та визначення ресурсного забезпечення.

3. Конкретизація термінів виконання плану.

4. Складання бюджетів (бюджет – це план, складений у вартісному та натуральному виразах, в якому визначається баланс доходів (майбутніх надходжень) і витрат.

5. Поширення планових завдань на низові ланки.

**Переваги планування:**

– прагнення вирішити завдання раціонально і з меншими витратами;

- обдумана підготовка до використання майбутніх переваг середовища господарювання;
- поліпшення координації дій виконавців;
- посилення колективних можливостей прикладання сил за рахунок спільних дій зацікавлених осіб;
- більш раціональне використання обмежених ресурсів;
- можливість контролю за подіями й визначення проблем у діяльності.

#### **Недоліки планування:**

- неможливість відобразити у плані все різноманіття життєвих умов, особливо в складно організованих системах;
- стабільність прийнятого рішення, що може обернутися збитками за динамічних обставин бізнесу;
- необхідність ресурсів (часу та коштів) для розроблення плану.

## **Практичне заняття 13 (2 год)** **Управління малим підприємством**

### *План*

1. Суть управління та проблеми його розвитку.
2. Організаційна структура управління.
3. Типи організаційно-управлінських структур та їх характеристика.
4. Вибір управлінської стратегії.

#### **Завдання 1.** Дайте відповіді на тести:

##### *1. Управління – це:*

- а) процес планування, організації, приведення в дію та контроль організації з метою досягнення координації людських і матеріальних ресурсів, необхідних для ефективного виконання завдань;
- б) заздалегідь намічений порядок дій, необхідних для досягнення поставленої цілі;
- в) цільове об'єднання ресурсів для досягнення певної мети;
- г) спостереження за поведінкою керованої системи з метою забезпечення оптимального її функціонування.

2. Управлінські зв'язки на підприємстві, що мають характер погодження і є, зазвичай, однорівневими, називаються:

- а) горизонтальними;
- б) вертикальними;
- в) лінійними;
- г) функціональними.

3. Структура управління, в основу якої покладений принцип оцінки діяльності кожного функціонального структурного підрозділу за кінцевим результатом, називається:

- а) матричною;
- б) програмно-цільовою;
- в) дивізійною;
- г) лінійно-функціональною.

4. Інноваційним напрямом стратегічного управління підприємством, що передбачає пошук продукту, що не потребує великих витрат на дослідження та розроблення, але з яким підприємство протягом певного часу одноосібно присутнє на ринку, є:

- а) опортуністичний;
- б) імітаційний;
- в) оборонний;
- г) наступальний.

5. Етап життєвого циклу підприємства, що характеризується розширенням сегментів збуту, орієнтацією на регіональну диверсифікацію та розвитком бюрократії, називається:

- а) середній вік;
- б) зростання (молодість);
- в) зрілість;
- г) відродження.

6. Управління виробництвом – це:

а) процес планування, організації, приведення в дію та контроль організації з метою досягнення координації людських і матеріальних ресурсів, необхідних для ефективного виконання завдань;

б) комплексна система забезпечення конкурентоспроможності товару, що випускається на конкурентному ринку;

в) комплексна система стійкості, надійності й ефективності управління фінансами;

г) комплексна система управління інвестиціями, що вкладаються власниками в розвиток усіх видів інновацій.

*7. Управління фінансами – це:*

а) процес планування, організації, приведення в дію та контроль організації з метою досягнення координації людських і матеріальних ресурсів, необхідних для ефективного виконання завдань;

б) комплексна система забезпечення конкурентоспроможності товару, що випускається на конкурентному ринку;

в) комплексна система стійкості, надійності й ефективності управління фінансами;

г) комплексна система управління інвестиціями, що вкладаються власниками в розвиток усіх видів інновацій.

*8. Управління розвитком і розробками – це:*

а) процес планування, організації, приведення в дію та контроль організації з метою досягнення координації людських і матеріальних ресурсів, необхідних для ефективного виконання завдань;

б) комплексна система забезпечення конкурентоспроможності товару, що випускається на конкурентному ринку;

в) комплексна система стійкості, надійності й ефективності управління фінансами;

г) комплексна система управління інвестиціями, що вкладаються власниками в розвиток усіх видів інновацій.

*9. До ключових функцій управління не належить:*

а) планування;

б) організація;

в) мотивація;

г) соціальна функція.

*10. Яка функція визначає шляхи зміцнення й подальшого розвитку організації?*

а) планування;

б) організації;

- в) контролю;
  - г) мотивації.
11. Якої складової не потрібно для заснування підприємства?
- а) підтримуюча політика держави;
  - б) наявність ресурсів;
  - в) легітимізація у формі культурних цінностей;
  - г) наявність конкурентів.
12. Для першого етапу життєвого циклу підприємства не є характерним:
- а) пристосування до навколишнього середовища;
  - б) проникнення на ринок;
  - в) забезпечення виживання за збиткової діяльності;
  - г) закріплення на окремих сегментах ринку.
13. Дитинство як один з етапів життєвого циклу підприємства характеризується:
- а) спеціалізацією на виробництві певного товару чи послуги;
  - б) наявністю жорсткого бюджету;
  - в) орієнтацією на регіональну диверсифікацію;
  - г) формалізацією розподілу повноважень.
14. Юність як один з етапів життєвого циклу підприємства характеризується:
- а) спеціалізацією на виробництві певного товару чи послуги;
  - б) наявністю жорсткого бюджету та інформаційної системи;
  - в) орієнтацією на регіональну диверсифікацію;
  - г) формалізацією розподілу повноважень.
15. Середній вік як один з етапів життєвого циклу підприємства характеризується:
- а) спеціалізацією на виробництві певного товару чи послуги;
  - б) наявністю жорсткого бюджету та інформаційної системи;
  - в) орієнтацією на регіональну диверсифікацію;
  - г) формалізацією розподілу повноважень.
16. Зрілість як один з етапів життєвого циклу підприємства характеризується:
- а) організацією діяльності за допомогою обмеженої кількості нормативів та інструкцій;

- б) розвитком бюрократії;
- в) посиленням централізації, збільшенням навантаження на топ-менеджерів;
- г) падінням прибутковості.

*17. Старіння як один з етапів життєвого циклу підприємства характеризується:*

- а) організацією діяльності за допомогою обмеженої кількості нормативів та інструкцій;
- б) залученням значних обсягів інвестицій для впровадження інноваційних проектів;
- в) посиленням централізації, збільшенням навантаження на топ-менеджерів;
- г) падінням прибутковості.

*18. Відродження як один з етапів життєвого циклу підприємства характеризується:*

- а) організацією діяльності за допомогою обмеженої кількості нормативів та інструкцій;
- б) залученням значних обсягів інвестицій для впровадження інноваційних проектів;
- в) посиленням централізації, збільшенням навантаження на топ-менеджерів;
- г) падінням прибутковості.

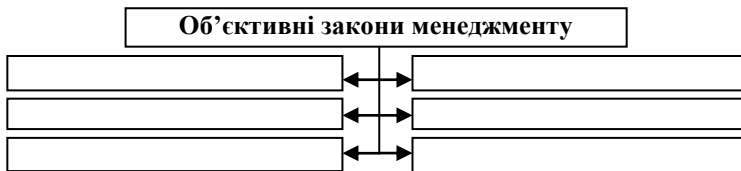
*19. Піонерська фаза еволюції організацій, яку визначив німецький учений Ф. Глазг, характеризується:*

- а) імпровізацією, чуттєвим сприйняттям;
- б) передбачуваністю;
- в) формалізацією;
- г) стандартизацією.

*20. На якій фазі еволюції організація долучається до глобальних взаємних зв'язків господарського процесу?*

- а) піонерській;
- б) диференціації;
- в) інтеграції;
- г) асоціації.

**Завдання 3.** Заповніть нижченаведену блок-схему щодо основних об'єктивних законів менеджменту.



## **Практичне заняття 14 (2 год)** **Управління малим підприємством**

### *План*

1. Життєвий цикл підприємства.
2. Особливості та тенденції зміни структур малого підприємництва.
3. Сучасні концепції внутріфінансового розвитку.

**Завдання 1.** Запишіть за нижчеподаною формою етапи життєвого циклу підприємства та їх характерні риси.

Етапи життєвого циклу підприємства	Характеристика
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	

**Завдання 2.** Ділова гра «Щаблі управління».

**Завдання 3.** Презентація власної підприємницької справи

### *Питання для самоконтролю знань студентів*

1. У чому полягає відмінність між поняттями «менеджмент» та «управління»?
2. Назвіть ключові тенденції зміни управлінських структур на малих підприємствах.
3. Чим характеризується система регулювання зайнятості в Україні?

### *Тематика рефератів*

1. Організація управління малим підприємством.
2. Система оцінки ризиків у підприємницькій діяльності.

3. Управління персоналом в організації малого бізнесу та шляхи його вдосконалення.

4. Системний підхід – основа управління діяльністю малого бізнесу.

5. Технологія прийняття управлінських рішень.

*Інформаційні джерела: 1, 2, 4–7, 9, 10, 12, 13, 17, 21–23, 25.*

## **ТЕМА 12. Фінансово-кредитне забезпечення підприємницької діяльності**

У цій темі необхідно розглянути фінансування підприємницької діяльності. Дослідити внутрішні та зовнішні джерела фінансування підприємницької діяльності. З'ясувати суть калькуляції витрат. Охарактеризувати калькуляційні статті. Ознайомитися із суттю комерційного кредиту. Розглянути комерційний розрахунок як метод господарювання. Виявити особливості лізингу та банківського кредитування. Дослідити венчурне фінансування малого бізнесу. Проаналізувати управління фінансами підприємства. Визначити чинники, які визначають відмінність в управлінні фінансами на підприємствах малого та великого бізнесу.

### *Методичні рекомендації щодо вивчення теми*

Фінансування – це отримання суб'єктом господарювання необхідних грошових фондів для здійснення господарської діяльності. Важливим моментом у правильній організації фінансування підприємницької діяльності є класифікація джерел фінансування. **Під час визначення потреби у грошових ресурсах**, необхідних для фінансування діяльності підприємства, враховуються такі моменти:

– конкретні цілі, на які потрібні кошти та період (короткостроковий або довгостроковий);

– конкретні терміни;

– джерела фінансування (можна вишукати необхідні кошти в рамках підприємства чи доведеться звертатися до інших джерел);

– витрати під час сплати боргів.

Усі джерела фінансування підприємницької діяльності поділяють на 4 основні групи:

- власні кошти підприємств та організацій;
- позикові кошти;
- залучені кошти;
- кошти державного бюджету.

Способами залучення фінансів для суб'єктів бізнесу сьогодні найчастіше виступають:

- кредити банків;
- кредити спеціалізованих фондів підтримки підприємництва, коли такі створені в регіоні;
- мікрокредити спеціальних організацій зі спрощеною чи іншою формою ухвалення рішення про кредитування;
- кредити (грошові й товарні) постачальників і покупців;
- що в компанії третіх осіб (вклади родичів, друзів, знайомих, іноді – російських чи частіше – іноземних венчурних фондів статутний капітал);
- податковий та інвестиційний до податкового кредиту;
- лізинг устаткування;
- гранти іноземних донорських організацій (фондів), що підтримують розвиток приватного бізнесу.

**Калькуляція** – це спосіб групування витрат для обчислення собівартості одиниці придбаних запасів, виробленої й реалізованої продукції, виконаних робіт і наданих послуг.

Залежно від часу складання і призначення калькуляції бувають:

- планові (собівартість визначається шляхом розрахунку витрат за окремими статтями);
- нормативні (собівартість визначається за чинними на цьому підприємстві нормами);
- звітні (складаються на основі даних бухгалтерського обліку й показують фактичну собівартість виробу, завдяки чому стає можливою перевірка виконання плану за собівартістю виробів і виявлення відхилень від плану на окремих ділянках виробництва).

**Комерційний кредит** – це товарна форма кредиту, що надається продавцями покупцям у вигляді відстрочення платежу за продані товари, надані послуги. **Основна мета комерційного кредиту** – прискорення процесу реалізації товарів та отримання закладеного в них прибутку.

Комерційний кредит виникає за згодою покупця та продавця. Терміни та розміри позички залежать від величини поставки, ціни кредиту, фінансового стану контрагентів, ступеня довіри між ними.

*На практиці використовують переважно три різновиди комерційного кредиту:*

- кредит із фіксованим строком повернення;
- кредит із поверненням лише після реалізації позичальником наданих у позичку товарів;
- кредитування за відкритим рахунком, у цьому варіанті поставка наступної партії товару не ставиться в залежність від погашення боргу за попередньою поставкою.

Незалежно від того, що надається, **об'єктом комерційного кредиту** є товарний капітал, а його **суб'єктами** – агенти товарної угоди (контракту): продавець – як кредитор, а покупець – як позичальник.

Комерційний кредит може мати місце не тільки у відносинах між продавцем і покупцем. Його широко застосовують у взаємовідносинах підприємств-суміжників, наприклад.

**Призначення комерційного кредиту** – прискорення реалізації товарів та послуг, одержання додаткового прибутку у вигляді позичкового процента, який включено в ціну проданих товарів. У цьому полягає привабливість комерційного кредиту для фірми-продавця. Фірма-покупець завдяки комерційному кредиту досягає тимчасової економії коштів, скорочує потребу в банківському кредиті.

**Венчурне (ризикове) фінансування** має широке та вузьке значення. У широкому значенні розуміють як весь вклад у ризикові з точки зору фінансових результатів проекти, перш за все, у галузі високих технологій. У вузькому значенні венчурне фінансування означає довго- або середньострокові інвестиції у

вигляді кредитів або вкладень в акції, що здійснюються венчурними фондами з метою створення та розвитку малих швидкозростаючих компаній.

*Венчурне підприємництво має численні організаційні форми:*

– «незалежні» малі венчурні фірми (з використанням капіталу інвестиційних компаній бізнесу та «незалежних» венчурних фондів);

– фірми, що спеціалізуються на впровадженні у виробництво науково-технічних розробок, у вигляді паю із промисловими корпораціями – «зовнішні» венчури корпорацій (із використанням внутрішньо-корпоративного венчурного капіталу та «зовнішніх» (відкритих) венчурних фондів);

– «внутрішні» венчурні відділи корпорацій, основою яких є відокремлення підприємницької групи як самостійного венчурного підрозділу (із використанням внутрішньо-корпоративного венчурного капіталу).

Зміст управління фінансами (фінансового менеджменту) полягає в ефективному використанні фінансового механізму для досягнення стратегічних і тактичних цілей виробництва. **Фінансовий механізм** – це система управління фінансами, призначена для організації взаємодії фінансових відносин і грошових фондів із метою оптимізаційного впливу на кінцеві результати виробництва.

**Предметом фінансового управління** є регулювання фінансових потоків. При цьому **об'єктом управління фінансами** є фінансові відносини у сфері грошового обігу, фонди фінансових ресурсів, що створюються та використовуються в усіх ланках фінансово-господарської роботи підприємства.

**Суб'єктом управління фінансами** підприємств є керівний та фінансовий апарат системи органів управління на підприємстві.

**Основними цілями управління фінансами є:**

- виживання підприємства в умовах банкрутства;
- лідерство в боротьбі з конкурентами;
- максимізація ринкової вартості підприємства;

– стійкі темпи зростання економічного потенціалу підприємства;

- зростання обсягу виробництва та реалізації;
- максимізація прибутку;
- мінімізація витрат;
- ідентифікація, оцінка й управління фінансовими ризиками.

***Головними завданнями управління фінансами є:***

– виявлення фінансових джерел розвитку виробництва;

– визначення ефективних напрямів інвестування фінансових ресурсів;

– раціоналізація операцій із цінними паперами;

– налагодження оптимальних відносин із фінансово-кредитною системою, суб'єктами господарювання;

– мобілізація фінансових ресурсів, необхідних для підтримки нормального виробничого циклу, передбаченого планом;

– пошук шляхів максимізації прибутку, підвищення рентабельності;

– своєчасне виконання зобов'язань перед фінансово-кредитними установами, бюджетом та державними цільовими фондами, перед постачальниками та працівниками підприємства;

– контроль за ефективним, раціональним та цільовим використанням наявних фінансових ресурсів підприємства.

**Значення управління фінансами** підприємств полягає в такій організації роботи фінансових служб, яка дає змогу залучати додаткові фінансові ресурси на найвигідніших умовах, інвестувати їх із найбільшим ефектом, здійснювати прибуткові операції на фінансовому ринку.

Вивчення теорії та практики управління фінансами малих підприємств дає змогу сформулювати такий **ряд чинників, що визначають їх відмінні риси порівняно з великим бізнесом:**

1. Доступ на фінансовий ринок для малих підприємств надзвичайно ускладнений.

2. Мале підприємство, зазвичай, не ставить за мету максимізувати курс акцій, показник капіталізації й рівень дивідендів.

3. У малому бізнесі інший набір, інший рівень та інша ієрархія ризиків, ніж у великих компаніях.

4. Підприємства малого бізнесу мають, зазвичай, нижчий, порівняно з великими, рівень ліквідності.

5. Основна мета управління фінансами в малому бізнесі – це ефективне управління оборотним капіталом.

6. Малі підприємства характеризуються браком спеціалістів з управління фінансами.

7. На малих підприємствах для внутрішніх цілей бізнес-план може бути спрощений і поданий у формі техніко-економічного обґрунтування.

8. Для малого підприємства необов'язкова розбивка за центрами фінансової відповідальності (ЦФВ), як на великих підприємствах.

9. Фінансовий контроль малого підприємства повинен мати превентивний характер, що дозволить уникнути помилок та втрат.

10. Специфіка підприємницьких мотивацій керівників-власників малих підприємств на відміну від найманих менеджерів великих фірм.

## **Практичне заняття 15 (2 год)**

### **Фінансово-кредитне забезпечення підприємницької діяльності**

#### **План**

1. Основні джерела фінансування підприємницької діяльності.
2. Калькуляція витрат.
3. Управління фінансами підприємства.

**Завдання 1.** Дайте відповіді на тести:

1. *Основним джерелом внутрішнього фінансування діяльності малого бізнесу є:*

- а) кредити банків;
- б) прибуток;
- в) кошти інвестиційних компаній;
- г) продаж акцій.

2. *Використовуючи прискорений метод амортизації, мале підприємство:*

а) збільшує розміри оподаткованого прибутку і, відповідно, податкові платежі державі;

б) зменшує свій додатковий дохід;  
в) страхує себе від втрат унаслідок морального знецінення елементів основного капіталу;

г) піддає свої амортизаційні фонди впливу інфляції.

3. *Фінансування ризикових з точки зору фінансових результатів проектів у формі довго- або середньострокових інвестицій у вигляді кредитів або вкладень в акції називається:*

- а) венчурним;
- б) іпотечним;
- в) банківським;
- г) державним.

4. *Різновидом калькуляції, що розробляється до початку виробництва продукції та використовується під час складання кошторису, є:*

- а) звітна калькуляція;
- б) фактична калькуляція;
- в) річна калькуляція;
- г) нормативна калькуляція.

5. *До калькуляційної статті «Зворотні відходи» зараховують:*

- а) витрати, пов'язані з підготовкою та освоєнням випуску продукції, не призначеної для серійного й масового випуску;
- б) вартість сировини, основних та допоміжних матеріалів, які входять до складу виготовленої продукції;
- в) вартість повернутих відходів, що вираховуються із загальної суми витрат, зарахованої на собівартість продукції;
- г) витрати на оплату праці робітників, безпосередньо зайнятих виготовленням основної продукції.

6. *Витрати на заробітну плату за трудові успіхи та винахідництво належать до калькуляційної статті:*

- а) « заробітна плата робітників»;
- б) «додаткова заробітна плата»;
- в) «відрахування на соціальні заходи»;
- г) «загальногосподарські витрати».

7. *Витрати на маркетингові дослідження входять до калькуляційної статті:*

- а) «підготовка й освоєння виробництва»;
- б) «накладні (загальновиробничі) витрати»;

- в) «загальногосподарські витрати»;
  - г) «позавиробничі витрати».
8. *До різновидів комерційного кредиту не належать:*
- а) кредит із фіксованим строком повернення;
  - б) кредит із поверненням лише після реалізації позичальником наданих у позику товарів;
  - в) кредитування за відкритим рахунком, у цьому варіанті поставка наступної партії товару не ставиться в залежність від погашення боргу за попередньою поставкою;
  - г) кредит із нефіксованим строком повернення.
9. *Інструментом комерційного кредиту традиційно виступає:*
- а) облігація;
  - б) вексель;
  - в) сертифікат;
  - г) казначейське зобов'язання держави.
10. *До принципів комерційного розрахунку не належать:*
- а) самоокупність і самофінансування;
  - б) економічна самостійність;
  - в) відсутність економічної відповідальності за результати роботи;
  - г) контроль за діяльністю підприємств з боку держави та кредитно-фінансової системи.
11. *Організація, що купує дебіторську заборгованість клієнтів, пов'язану з постачанням товарів або наданням послуг, називається:*
- а) факторинговою компанією;
  - б) лізинговою фірмою;
  - в) страховою компанією;
  - г) брокерською фірмою.
12. *Система страхування, що передбачає відшкодування збитків страховиком у визначених межах, – це:*
- а) страхування за системою пропорційної відповідальності;
  - б) страхування за системою першого ризику;
  - в) страхування за граничною відповідальністю;
  - г) система «нове за старе».

13. Підсистемою інформаційно-технологічної системи, що охоплює комплекси обчислювальних засобів, програмні комплекси спеціального й загального призначення та апаратно-програмні комплекси, є:

- а) ергономічна підсистема;
- б) технологічна підсистема;
- в) матеріально-технологічна підсистема;
- г) організаційна підсистема.

14. До джерел внутрішнього фінансування діяльності малого бізнесу не належать:

- а) продаж ліквідних активів;
- б) кредити від постачальників;
- в) амортизаційні відрахування;
- г) кошти інвестиційних фондів.

15. До джерел зовнішнього фінансування діяльності малого бізнесу не належать:

- а) кредити небанківських фінансових установ;
- б) кошти регіональних програм підтримки та розвитку;
- в) дебіторська заборгованість;
- г) кошти родичів і друзів.

16. Управління фінансами малого підприємства здійснюється з метою:

- а) максимізації витрат;
- б) зниження обсягу виробництва та реалізації;
- в) забезпечення рентабельності бізнесу;
- г) зменшення рівня доходів керівництва та власників.

17. Фінансові звіти містять інформацію, що не викликає інтерес, для:

- а) покупців;
- б) конкурентів;
- в) постачальників;
- г) податкових органів.

18. Поточні активи підприємства містить:

- а) цінні папери;
- б) основні засоби;
- в) довгострокові фінансові інвестиції;
- г) відстрочені податкові активи.

19. *Необоротні активи підприємства містять у собі:*

- а) дебіторську заборгованість;
- б) товарно-матеріальні цінності;
- в) грошові кошти;
- г) довгострокову дебіторську заборгованість.

20. *Грошові кошти в банку та касі підприємства не містять:*

- а) банкноти;
- б) валюту;
- в) депозити;
- г) облігації.

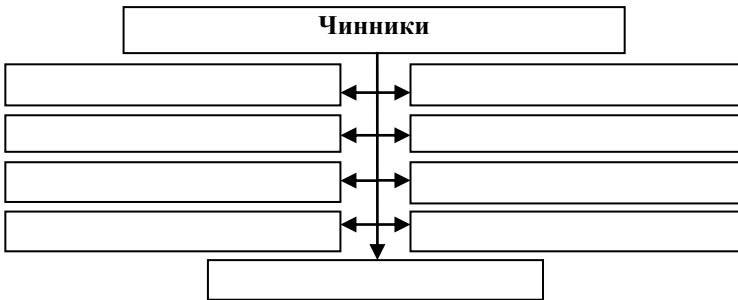
**Завдання 2.** Дайте визначення таких понять:

*Калькуляція* – це ...

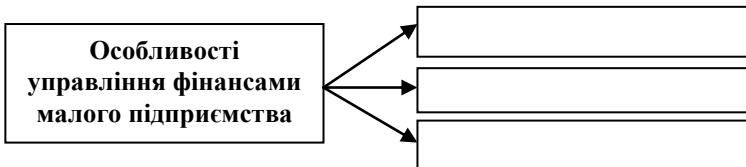
*Фінанси* – це ...

*Кредит* – це ...

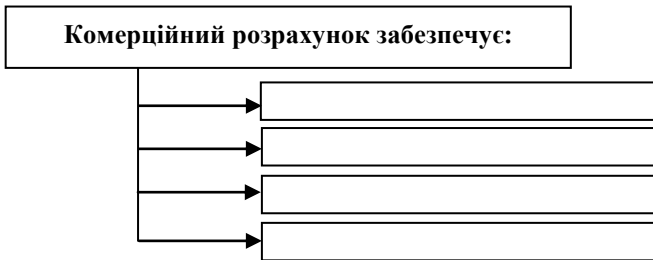
**Завдання 3.** Заповніть нижчеподану блок-схему, вказавши чинники, що визначають відмінність в управлінні фінансами на підприємствах малого та великого бізнесу.



**Завдання 4.** Заповніть блок-схему щодо особливостей управління фінансами малого підприємства.



**Завдання 5.** Заповніть блок-схему, вказавши, в чому полягає сутність комерційного розрахунку як методу господарювання.



### ***Питання для самоконтролю знань студентів***

1. Чим характеризується венчурне фінансування малого бізнесу?
2. Назвіть особливості банківського кредитування малого підприємства.
3. Які існують основні методи калькуляції?
4. Охарактеризуйте основні види лізингових операцій.

### ***Тематика рефератів***

1. Аналіз фінансової звітності підприємства.
2. Венчурне підприємництво як запорука інноваційного розвитку економіки країни.
3. Сучасні особливості використання комерційного кредиту.
4. Оподаткування малого бізнесу в Україні.

***Інформаційні джерела: 1, 5, 7, 11, 20, 23, 24.***

## **САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТІВ**

### ***Завдання для самостійної роботи студентів за вибором***

Для того, щоб підвищити свій рейтинг, студент за власним вибором може виконувати завдання для самостійної роботи – готувати реферати, доповіді, науково-дослідну роботу, складати кросворди, готувати презентації, здійснювати рецензування та мікровикладання, що подається й перевіряється за індивідуальним графіком.

### ***I. Завдання репродуктивного рівня (1–2 бали)***

1. Скласти кросворд до практичного заняття (15–25 слів).
2. Скласти та оформити відповідно до бібліографічних вимог анотований список інформаційних джерел до одного з питань для самоконтролю знань, модульного контролю та заліку.
3. Провести презентацію останніх надходжень до бібліотеки ПУЕТ наукової літератури або журналів підприємницького змісту.

### ***II. Завдання продуктивного рівня (3 бали)***

<b>№ з/№</b>	<b>Назва теми</b>	<b>Питання, які студент повинен підготувати</b>	<b>Зміст завдань</b>	<b>Засоби контролю знань</b>
1	Соціально-психологічний портрет підприємця	1. Психологічний портрет підприємця. 2. Правила та норми підприємницького спілкування. «Імідж» підприємця. 3. Ділові якості підприємця. 4. Роль знання економічних наук для підприємця. 5. Відношення суспільства до підприємця. 6. Етика підприємництва	Тестування, соціологічне опитування студентів, реферативне дослідження іміджу підприємця	Бліц-опитування, письмова робота, реферат-дослідження
2	Основні форми державного регулювання та система оподаткування підприємницької діяльності	1. Що містить у собі поняття «бізнес»? 2. Хто є учасниками бізнесу? 3. Які сфери бізнесу Ви знаєте? 4. Які форми бізнесу? 5. Які форми бізнесу залежно від власності ви знаєте? 6. Якими властивостями наділений бізнес?	Рішення ситуацій, вивчення законодавчої бази з питань оподаткування, пошук інформації за останні 3–5 місяців	Бліц-опитування, письмовий звіт

Продовж. завдання продуктивного рівня...

№ з/№	Назва теми	Питання, які студент повинен підготувати	Зміст завдань	Засоби контролю знань
3	Відкриття власної справи	1. Ідея та види діяльності 2. Засновницькі документи та їх підготування 3. Державна реєстрація 4. Припинення діяльності підприємств бізнесу	«Складання засновницьких документів», або ксерокопія документів підприємницької структури	Перевірка документації для відкриття власної фірми
4	Діловий етикет і протокол	1. Офіційні та протокольні форми представлення 2. Протокольні вимоги до учасників офіційних процесій і церемоній 3. Етикет керівника	Реферати, доповіді	Реферати, доповіді
5	Вербальні засоби спілкування та мовленнєвий етикет	1. Мовленнєве спілкування 2. Культура слухання 3. Вплив особистості на ефективність переконання 4. Особливості мовленнєвого етикету	Ділова гра «Аналіз спілкування в різних ситуаціях»	Результат ділової гри, реферат, наукова робота, інформаційна робота (письмово)
6	Організація ділового спілкування	1. Планування переговорів 2. Техніка ділової розмови 3. Проведення ділової зустрічі	Реферати	Реферат

### III. Завдання пошуково-аналітичного рівня (5 балів)

#### Вивчення законодавчої бази

Опрацювавши статті 41–60 Господарського кодексу України від 16.01.2003. р., дати відповіді на питання:

1. Дати визначення поняття «підприємство».
2. Хто може бути суб'єктами підприємницької діяльності?
3. Які категорії громадян не можуть займатися підприємницькою діяльністю?

4. Що передбачає свобода підприємницької діяльності?
  5. Які види діяльності можуть здійснюватися тільки державними підприємствами й організаціями?
  6. На основі яких принципів здійснюється підприємницька діяльність?
  7. Яка установа здійснює державну реєстрацію суб'єктів підприємницької діяльності?
  8. Які документи подаються для державної реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності – юридичної особи?
  9. Які документи подаються для державної реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності – фізичної особи?
  10. У який термін здійснюється державна реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності?
  11. Як здійснюється скасування державної реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності?
  12. Які документи отримує суб'єкт підприємницької діяльності в разі його державної реєстрації?
  13. Як підприємець може реалізувати право найму працівників?
  14. У яких випадках припиняється діяльність суб'єктів підприємницької діяльності?
  15. Які гарантії надає держава суб'єктам підприємницької діяльності?
  16. Як здійснюється державна підтримка підприємництва?
  17. Як здійснюється державне регулювання підприємницької діяльності?
  18. Як здійснюється діяльність іноземних підприємців?
- Опрацювавши статті 62–78, 93–153 Господарського кодексу України від 16.01.2003. р., дати відповіді на питання:*
1. Дати визначення поняття «підприємство».
  2. Які існують види підприємств?
  3. Які підприємства належать до малих підприємств?
  4. Які існують об'єднання підприємств?
  5. Який порядок функціонування об'єднань підприємств?
  6. За яких умов створюється підприємство?
  7. Які відомості містяться у статуті підприємства?

8. Які існують джерела формування майна підприємств?
9. Які загальні принципи управління підприємством?
10. Яким чином будуються відносини підприємства і держави?

11. Як здійснюється господарська діяльність підприємства?
12. Як здійснюється економічна діяльність підприємства?
13. У чому полягає соціальна діяльність підприємства?
14. Якими шляхами здійснюється реорганізація підприємства?
15. Як здійснюється ліквідація підприємства?

*Опрацювавши статті 79–91 Господарського кодексу України від 16.01.2003 р. та Закон України «Про господарські товариства» № 1576-XII від 19.09.1991 р. зі змінами та доповненнями, дати відповіді на питання:*

1. Що являють собою господарські товариства?
2. На підставі яких установчих документів діють господарчі товариства?
3. Які права та обов'язки мають учасники товариства?
4. Що може виступати як вклади учасників і засновників товариства?
5. Як утворюється прибуток товариства?
6. Який порядок реорганізації та ліквідації товариства?
7. Що являє собою акціонерне товариство?
8. Які існують види акціонерних товариств?
9. Як здійснюється розповсюдження акцій акціонерних товариств?
10. Що являють собою установчі збори акціонерного товариства та які питання вони вирішують?
11. Які відомості містять установчі документи акціонерного товариства?
12. Що є вищим, виконавчим і контролюючим органами акціонерного товариства та які питання вони вирішують?
13. Що являє собою товариство з обмеженою відповідальністю?
14. Які відомості містять установчі документи товариства з обмеженою відповідальністю?

15. Що є вищим, виконавчим і контролюючим органами товариства з обмеженою відповідальністю та які питання вони вирішують?

16. Що являє собою товариство з додатковою відповідальністю?

17. Який порядок функціонування товариства з додатковою відповідальністю?

18. Що являє собою повне товариство?

19. Який порядок функціонування повного товариства?

20. Що являє собою командитне товариство?

21. Який порядок функціонування командитного товариства?

*Опрацювавши статті Закону України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» № 1775-III від 01.06.2000 р. із наступними змінами та доповненнями, дати відповіді на питання:*

1. Дати визначення термінів «ліцензіат», «ліцензія», «ліцензування».

2. Які основні принципи державної політики у сфері ліцензування?

3. Які повноваження має орган ліцензування?

4. Що являє собою експертно-апеляційна рада та вирішення яких питань входить до її компетенції?

5. Що являють собою ліцензійні умови?

6. Які види господарської діяльності підлягають ліцензуванню?

7. Які документи подаються до органу ліцензування для одержання ліцензії?

8. У який строк орган ліцензування приймає рішення про видачу ліцензії або про відмову в її видачі?

9. Що є підставами для відмови у видачі ліцензії?

10. Які відомості містить ліцензія?

11. Який порядок видачі ліцензії?

12. Як здійснюється зміна даних, зазначених у документах, що додавались до заяви про видачу ліцензії?

13. У яких випадках і яким чином здійснюється видача дубліката ліцензії?

14. Яка інформація міститься в ліцензійному реєстрі та Єдиному ліцензійному реєстрі?

15. Як здійснюється контроль за додержанням ліцензіатами ліцензійних умов?

16. Що є підставами для анулювання ліцензії?

#### ***IV. Креативний рівень***

**Науково-пошукова робота над доповіддю на конференцію, участь в індивідуальному або груповому проекті (5–10 балів)**

*Теми досліджень, проектів та доповідей на студентські наукові конференції:*

1. Система освіти в Україні – стан, проблеми та шляхи її розвитку в ринкових умовах.

2. Товарний ринок – як одна з кардинальних умов існування та функціонування ринкової економіки.

3. Торговельні послуги в ринкових умовах.

4. Сучасні проблеми торгового бізнесу в Україні.

5. Інноваційна діяльність у торгівлі в Полтавській області.

6. Управління торговою фірмою та її маркетингова діяльність.

7. Торгове підприємництво та його можливості.

8. Бізнес-культура та її значення для підприємництва.

9. Розвиток і перспектива торгового бізнесу в Україні.

10. Організація та ефективність лізингових операцій.

11. Особливості приватизації торгівлі на сучасному етапі.

12. Розвиток торгової реклами в Україні.

13. Практика використання торгово-посередницьких структур у зовнішньоторговельній діяльності (досвід України).

14. Практика організації операцій із давальницькою сировиною в регіоні.

15. Аналітичний огляд результатів зовнішньої торгівлі України.

*Наукову роботу виконують на конкретному статистичному матеріалі приватної фірми або організації будь-якої форми власності.*

## ***Вимоги до змісту та оформлення реферату, проекту, наукової роботи***

Для більш поглибленого засвоєння навчальної дисципліни, пізнання актуальних теоретичних, методичних і практичних проблем психології та педагогіки як одного із провідних елементів самостійної роботи передбачається підготовка письмової реферативної доповіді. Її основною метою є критичний аналіз наукових, методичних і прикладних проблем, обґрунтування особистих висновків і пропозицій щодо дискусійних аспектів актуальної проблематики дисципліни.

Реферативна доповідь повинна мати певну логічну побудову, послідовність та завершеність. До перевірки та захисту приймаються тільки власноручно набрані за допомогою комп'ютерної техніки та правильно оформлені роботи, без сканування, не використовуючи матеріали з Інтернету. Робота подається у друкованому вигляді. Роботу обов'язково слід особисто захистити на практичному занятті чи на консультації. Обов'язково слід надати список використаних інформаційних джерел, оформлений за бібліографічними вимогами. Робота повинна складатися з таких структурних елементів:

- 1. Титульний аркуш.*
- 2. Зміст наукової роботи.*
- 3. Вступ* – розкриття актуальності теми, постановка проблеми, формулювання мети, гіпотези, завдань, визначення об'єкта та предмета дослідження, характеристика методів.
- 4. Основна частина* – послідовне розкриття теми, аналіз наукової літератури з обов'язковим посиланням на джерело інформації. Якщо виконано практичне дослідження – слід описати завдання, процедуру, результати. Таблиці, анкети, дані, розрахунки навести у додатках.
- 5. Заключна частина* – короткий огляд роботи, перспективи, висновки, рекомендації.
- 6. Додатки* – (таблиці, схеми, анкети, тести, схеми спостережень).
- 7. Список використаних інформаційних джерел.*

## **Перелік питань із підготовки до поточної модульної роботи**

### **Питання до модуля 1.**

#### **Теоретичні основи навчальної дисципліни**

1. Характер і зміст навчальної дисципліни «Організація підприємницької діяльності».
2. Основи методології та завдання навчальної дисципліни. Зв'язок навчальної дисципліни з іншими науками.
3. Загальна характеристика ринкової системи та її типи.
4. Законодавче регулювання підприємницької діяльності.
5. Сучасне розуміння підприємництва.
6. Ліцензування підприємницької діяльності. Заборонені для недержавного підприємства сфери діяльності.
7. Ринкова система економіки як база розвитку підприємництва. Свобода та рівність можливостей.
8. Види підприємницької діяльності.
9. Психологічний портрет підприємця.
10. Ділові якості підприємця.
11. Роль знання економічних наук для підприємця.
12. Ставлення суспільства до підприємця.
13. Підприємництво як елемент культури.
14. Зародження й розвиток підприємництва у світі.
15. Становлення підприємництва у країнах Західної Європи.
16. Розвиток теорії підприємництва.
17. Концепції підприємництва І. Шумпетера, М. Вебера, А. Маршала.
18. Піднесення та занепад підприємництва в радянський період.
19. Культура та національний менталітет України.
20. Всесвітня історія розвитку підприємництва. Сучасний розвиток підприємництва у країнах Європи та Америки.

### **Питання до модуля 2.**

#### **Організація підприємницької діяльності**

1. Стадії підприємницького процесу.
2. Пошук нової ідеї та її оцінка.

3. Складання бізнес-плану.
4. Оцінка необхідних ресурсів.
5. Управління створеним підприємством.
6. Основні джерела інноваційних можливостей.
7. Ринок інноваційних ідей. Основні джерела інноваційних можливостей.
8. Принципи новаторства.
9. Інноваційна стратегія діяльності підприємства як фактор підвищення конкурентоспроможності.
10. Технологічний процес від нової ідеї у громадському харчуванні.
11. Розроблення засновницьких документів. Управління створеним підприємством. Передумови ефективної та прибуткової діяльності.
12. Сучасні організаційні форми підприємництва.
13. Основні форми підприємницької діяльності.
14. Створення та структура малих підприємств.
15. Філії й дочірні підприємства.
16. Аналіз ринкових можливостей.
17. Підприємництво фізичних осіб.
18. Складні підприємницькі формування.
19. Нормативна база регулювання механізму реєстрації підприємств і підприємницьких структур.
20. Стимулювання збуту в підприємницькій діяльності.
21. Життєвий цикл фірми. Особливості та тенденції зміни структур малого підприємства.
22. Сутність, види ризику. Комерційний ризик. Оцінка ризику. Способи зменшення ризику. Методи страхування ризиків.
23. Особливості виконання маркетингових досліджень у малому бізнесі.
24. Сутність і стратегія ціноутворення.
25. Стимулювання збуту в підприємницькій діяльності.
26. Техніко-економічне обґрунтування створення підприємства.
27. Точка беззбитковості. Найбільш вигідне виробництво.
28. Сучасні концепції внутріфінансового розвитку.

29. Основні джерела фінансування малого бізнесу.
30. Калькуляція витрат власної продукції підприємства громадського харчування.
31. Управління фінансами малої фірми, комерційний кредит.
32. Ділова етика та етикет.
33. Проведення переговорів. Ділова мова та діловий лист.
34. Посередницькі та оптові підприємства малого бізнесу.
35. Підприємництво в роздрібній торгівлі.
36. Сучасний процес приватизації та створення приватного сектора в торгівлі.
37. Особливості діяльності підприємницьких структур у торгівлі, виробництві та громадському харчуванні.
38. Сучасний процес приватизації та створення приватного сектора в торгівлі, виробництві та громадському харчуванні.
39. Державний комплексний план підтримки малого й середнього бізнесу.
40. Спільні підприємства як форма міжнародного підприємництва.
41. Форми підприємницької діяльності у споживчій кооперації.

### ***Перелік теоретичних питань для підготовки до заліку***

1. Характер і зміст навчальної дисципліни «Організація підприємницької діяльності».
2. Основи методології та завдання навчальної дисципліни. Зв'язок навчальної дисципліни з іншими науками.
3. Загальна характеристика ринкової системи та її типи.
4. Законодавче регулювання підприємницької діяльності.
5. Сучасне розуміння підприємництва.
6. Ліцензування підприємницької діяльності. Заборонені для недержавного підприємства сфери діяльності.
7. Ринкова система економіки як база розвитку підприємництва. Свобода та рівність можливостей.
8. Види підприємницької діяльності.
9. Психологічний портрет підприємця.

10. Ділові якості підприємця.
11. Роль знання економічних наук для підприємця.
12. Ставлення суспільства до підприємця.
13. Підприємництво як елемент культури.
14. Зародження та розвиток підприємництва у світі.
15. Становлення підприємництва у країнах Західної Європи.
16. Розвиток теорії підприємництва.
17. Концепції підприємництва І. Шумпетера, М. Вебера, А. Маршала.
18. Піднесення та занепад підприємництва в радянський період.
19. Культура та національний менталітет України.
20. Всесвітня історія розвитку підприємництва. Сучасний розвиток підприємництва у країнах Європи та Америки.
21. Стадії підприємницького процесу.
22. Пошук нової ідеї та її оцінка.
23. Складання бізнес-плану.
24. Оцінка необхідних ресурсів.
25. Управління створеним підприємством.
26. Основні джерела інноваційних можливостей.
27. Ринок інноваційних ідей. Основні джерела інноваційних можливостей.
28. Принципи новаторства.
29. Інноваційна стратегія діяльності підприємства як фактор підвищення конкурентоспроможності.
30. Технологічний процес від нової ідеї у громадському харчуванні.
31. Розроблення засновницьких документів. Управління створеним підприємством. Передумови ефективної та прибуткової діяльності.
32. Сучасні організаційні форми підприємництва.
33. Підприємництво фізичних осіб.
34. Створення і структура малих підприємств.
35. Філії й дочірні підприємства.
36. Аналіз ринкових можливостей.
37. Основні форми підприємницької діяльності.
38. Складні підприємницькі формування.

39. Нормативна база регулювання механізму реєстрації підприємців і підприємницьких структур.
40. Стимулювання збуту в підприємницькій діяльності.
41. Життєвий цикл фірми. Особливості та тенденції зміни структур малого підприємства.
42. Сутність, види ризику. Комерційний ризик. Оцінка ризику. Способи зменшення ризику. Методи страхування ризиків.
43. Особливості виконання маркетингових досліджень у малому бізнесі.
44. Сутність і стратегія ціноутворення.
45. Стимулювання збуту підприємницькій діяльності.
46. Техніко-економічне обґрунтування створення підприємства.
47. Точка безбитковості. Найбільш вигідне виробництво.
48. Сучасні концепції внутріфірмового розвитку.
49. Основні джерела фінансування малого бізнесу.
50. Калькуляція витрат власної продукції підприємства громадського харчування.
51. Управління фінансами малої фірми, комерційний кредит.
52. Ділова етика та етикет.
53. Проведення переговорів. Ділова мова та діловий лист.
54. Посередницькі та оптові підприємства малого бізнесу.
55. Підприємництво в роздрібній торгівлі.
56. Сучасний процес приватизації та створення приватного сектора в торгівлі.
57. Особливості діяльності підприємницьких структур у торгівлі, виробництві та громадському харчуванні.
58. Сучасний процес приватизації та створення приватного сектора в торгівлі, виробництві та громадському харчуванні.
59. Державний комплексний план підтримки малого й середнього бізнесу.
60. Спільні підприємства як форма міжнародного підприємництва.
61. Форми підприємницької діяльності у споживчій кооперації.

## **Приклад побудови завдань для поточної модульної роботи**

### **Варіант ПМР до модуля 1**

**Завдання 1.** Дайте відповіді на питання:

1. Назвіть основні умови припинення підприємницької діяльності.
2. Основні правові форми здійснення підприємницької діяльності. Їх коротка характеристика та відмінності.
3. Економічна свобода як економічна основа підприємництва: сутність та складові.

**Завдання 2.** Розв'язати задачу.

Підприємець планує продаж виробів за ціною 105 грн за одиницю. Ці вироби він може придбати у підприємства-виробника за ціною 60 грн за одиницю. Витрати обігу, пов'язані з організацією торгівлі (оренда, податки, зберігання тощо), становлять 4 700 грн на місяць.

За яких умов буде досягнуто поріг рентабельності, з'являться передумови для отримання доходу?

### **Варіант ПМР до модуля 2**

**Завдання 1.** Дайте відповіді на питання:

1. Що таке підприємницька ідея, основні її елементи, вбивці ідей?
2. Підприємство як організаційна форма господарювання. Сутність, умови створення та функціонування.
3. Структура бізнес-плану, її характеристика.

**Завдання 2.** Розв'язати задачу.

Коваленко О. О. має невелику гончарну фірму. Він наймає одного помічника і платить йому 60 000 грн на рік. Щорічна оренда приміщення становить 25 000 грн. На сировину витрачається 100 000 грн. Коваленко інвестував в устаткування (гончарні кола, печі тощо) власні заощадження в розмірі 200 000 грн, що могли б йому приносити 10 % річних за умови вкладення їх у банк. Конкурент пропонував Коваленку 75 000 на рік за місце посади гончаря в його фірмі. Свої підприємницькі здібності Коваленко оцінює у 35 000 грн на рік. Загальний виторг від продажу гончарних виробів становив 600 000 грн.

Визначити: розмір бухгалтерського, економічного й чистого прибутку, якщо податки і платежі становлять 30 %.

### **Оцінювання рівня знань під час проведення модульного поточного контролю**

**Оцінка «відмінно»:** студент має систематизовані та глибокі знання навчального матеріалу з навчальної дисципліни, відповідь повна, студент володіє поняттями теми, вміє без помилок виконувати практичні завдання, передбачені програмою дисципліни, засвоїв рекомендовані основні інформаційні джерела та ознайомився з додатковими інформаційними джерелами; викладає матеріал у логічній послідовності, робить узагальнення й висновки, наводить практичні приклади у контексті тематичного теоретичного матеріалу; виконав завдання творчо та в повному обсязі, задача розв'язана із ґрунтовним поясненням.

**Оцінка «добре»:** студент повністю засвоїв навчальний матеріал із навчальної дисципліни, знає основні інформаційні джерела. Уміє виконувати завдання, викладає матеріал у логічній послідовності, робить певні узагальнення та висновки, але не наводить практичних прикладів у контексті тематичного теоретичного матеріалу або допускає незначні помилки у формуванні термінів, категорій, невеликі арифметичні помилки у розрахунках під час розв'язання практичних задач.

**Оцінка «задовільно»:** студент загалом ознайомлений із питанням, але неповно, неточно використовує окремі поняття, є грубі помилки, робота виконана формально, має ознаки несамостійного мислення, завдання виконано частково, задача розв'язана без пояснення.

**Оцінка «незадовільно»:** студент не засвоїв навчальний матеріал, дає неправильні відповіді на поставлені теоретичні питання, не розуміє поняття теми; завдання виконано неправильно, задача не розв'язана, робота не відповідає вимогам щодо оформлення.

Результати поточного контролю знань студентів вносяться до відомості обліку успішності та враховуються під час виставлення підсумкового бала з навчальної дисципліни «Організація підприємницької діяльності».

**Критерії оцінювання знань  
та система нарахування балів**

<b>Форма навчальної роботи</b>	<b>Вид навчальної роботи</b>	<b>Кількість балів</b>
<b>Аудиторна</b>		
1.1. Лекція	1. Відвідування	1
1.2. Практичне заняття	1. Відвідування	1
	2. Відповіді під час опитування (усні, письмові, тестування)	1
	3. Виконання навчальних завдань	1
	4. Доповіді, реферати	1
	5. Підготовка презентації	3
Поточна модульна робота (ПМР)		10
Самостійна робота	1. Підготовка до практичних занять	Оцінюється в ході обов'язкового тестування на практичному занятті
	2. Вивчення окремих тем або питань, передбачених робочою програмою для самостійного опрацювання	
	3. Виконання індивідуальних завдань, пошук та огляд інформаційних джерел за заданою тематикою	За навчальним планом не передбачено – 0

**Розрахунок балів, що отримують студенти  
за результатами вивчення навчальної дисципліни**

<b>Форма навчальної роботи</b>	<b>Вид навчальної роботи</b>	<b>Кількість балів</b>	<b>Разом балів</b>
<b>Аудиторна</b>			
1.1. Лекції	1. Відвідування	$17 \cdot 1 = 9$	17
1.2. Практичні заняття	1. Відвідування	$15 \cdot 1 = 15$	15
	2. Відповіді під час опитування (усні, письмові, тестування)	$15 \cdot 1 = 15$	15
	3. Виконання навчальних завдань	$15 \cdot 1 = 15$	15
	4. Доповіді, реферати	$15 \cdot 1 = 15$	15

Продовж. розрахунку балів...

Форма навчальної роботи	Вид навчальної роботи	Кількість балів	Разом балів
1.2. Практичні заняття	5. Підготовка презентації	1 презентація	3
<b>Разом</b>			<b>80</b>
	Поточна модульна робота (ПМР)	<b>2 · 10 = 20</b>	<b>20</b>
Самостійна робота	1. Підготовка до практичних занять	Оцінюється в ході обов'язкового тестування на практичному занятті	
	2. Вивчення окремих тем або питань, передбачених робочою програмою для самостійного опрацювання		
	3. Виконання індивідуальних завдань, пошук та огляд інформаційних джерел за заданою тематикою	За навчальним планом не передбачено	0
Підсумковий модуль	Підсумковий контроль кожного модуля (окремо)	80 + 20	100
	Підсумковий модульний контроль (сума всіх модулів)	100	100
<b>Разом</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

### **Загальна підсумкова оцінка з навчальної дисципліни**

Загальна підсумкова оцінка з навчальної дисципліни «Організація підприємницької діяльності» складається із суми балів за результатами поточного контролю знань та за виконання завдань, що виносяться на ПМК.

До відомості обліку успішності вносяться сумарні результати в балах поточного контролю (загальна підсумкова оцінка). Академічні успіхи студента визначаються за допомогою системи оцінювання, що використовується в ПУЕТ з обов'язковим переведенням оцінок до національної та шкали ЄКТС.

**Шкала оцінювання знань студентів  
за результатами підсумкового контролю  
з навчальної дисципліни**

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС*	Оцінка за національною шкалою
90–100	A	Відмінно
82–89	B	Дуже добре
74–81	C	Добре
64–73	D	Задовільно
60–63	E	Задовільно достатньо
35–59	FX	Незадовільно з можливістю повторного підсумкового контролю
0–34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни та підсумковим контролем

\*ЄКТС – Європейська кредитно-трансферна та акумулююча система.

**Система нарахування додаткових балів  
за видами робіт із вивчення навчальної дисципліни**

Форма роботи	Вид роботи	Бали
1. Навчальна	Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань підвищеної складності	5
2. Науково-дослідна	1. Участь у наукових гуртках	1
	2. Участь у конкурсах студентських робіт: університетських, міжвузівських, всеукраїнських, міжнародних	3
	3. Участь у наукових студентських конференціях: університетських, міжвузівських, всеукраїнських, міжнародних	5

## Глосарій

**Акціонерне товариство** – це господарське товариство, яке має статутний капітал, поділений на визначену кількість акцій однакової номінальної вартості, і несе відповідальність за зобов'язаннями тільки майном товариства, а акціонери несуть ризик збитків, пов'язаних із діяльністю товариства, в межах вартості належних їм акцій, крім випадків, визначених законом.

**Асоціація** – це договірне об'єднання, створене з метою постійної координації господарської діяльності підприємств, що об'єдналися, шляхом централізації однієї або кількох виробничих та управлінських функцій, розвитку спеціалізації та кооперації виробництва, організації спільних виробництв на основі об'єднання учасниками фінансових та матеріальних ресурсів для задоволення переважно господарських потреб учасників асоціації.

**Асоційовані підприємства (господарські організації)** – це група суб'єктів господарювання – юридичних осіб, пов'язаних між собою відносинами економічної та/або організаційної залежності у формі участі у статутному капіталі та/або управлінні.

**Аудит** – це перевірка публічної бухгалтерської звітності, обліку, первинних документів та іншої інформації щодо фінансово-господарської діяльності суб'єктів господарювання з метою визначення достовірності їх звітності, обліку, його повноти й відповідності законодавству та встановленим нормативам.

**Аудиторська діяльність** – це діяльність громадян та організацій, предметом якої є здійснення аудиту, організаційне й методичне забезпечення аудиту та надання інших аудиторських послуг.

**Аудиторська палата України** – самоврядний орган, що здійснює сертифікацію суб'єктів, які мають намір займатися аудиторською діяльністю, затверджує програми підготовки аудиторів, норми і стандарти аудиту, веде облік аудиторських організацій та аудиторів.

**Банки** – це фінансові установи, функціями яких є залучення у вклади грошових коштів громадян та юридичних осіб і розміщення зазначених коштів від свого імені, на власних умовах і

на власний ризик, відкриття та ведення банківських рахунків громадян та юридичних осіб.

**Безліцензійна діяльність** – це провадження виду господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню, без ліцензії на його провадження, у тому числі провадження ліцензіатом частини виду господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню, іншої, ніж та, на яку йому надано ліцензію.

**Бізнес-план** – це документ, який містить обґрунтування головних заходів, що будуть здійснені для реалізації певного комерційного проекту чи створення нової фірми.

**Венчурне (ризикове) фінансування** – це весь вклад у ризикові з точки зору фінансових результатів проекти, перш за все, у галузі високих технологій.

**Венчурний капітал** – це капітал інвесторів, призначений для фінансування нових, зростаючих підприємств, або таких, що борються за місце на ринку, і тому пов'язаний із високою або відносно високою мірою ризику.

**Внутрішньогосподарські відносини** – це відносини, що складаються між структурними підрозділами суб'єкта господарювання, та відносини суб'єкта господарювання з його структурними підрозділами.

**Господарська діяльність** – це діяльність суб'єктів господарювання у сфері суспільного виробництва, спрямована на виготовлення та реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг вартісного характеру, що мають цінову визначеність.

**Господарське товариство** – це підприємство або інший суб'єкт господарювання, створений юридичними особами та/або громадянами шляхом об'єднання їх майна й участі в підприємницькій діяльності товариства з метою одержання прибутку.

**Господарські організації** – це юридичні особи, створені відповідно до Цивільного кодексу України, державні, комунальні та інші підприємства, а також інші юридичні особи, які здійснюють господарську діяльність та зареєстровані в установленому законом порядку.

**Господарсько-виробничі відносини** – це майнові та інші відносини, що виникають між суб'єктами господарювання під час безпосереднього здійснення господарської діяльності.

**Господарсько-торговельна діяльність** – це діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання у сфері товарного обігу, спрямована на реалізацію продукції виробничо-технічного призначення й виробів народного споживання, а також допоміжна діяльність, яка забезпечує їх реалізацію шляхом надання відповідних послуг.

**Громадські формування** – політичні партії, структурні утворення політичних партій, громадські об'єднання, місцеві осередки громадського об'єднання із статусом юридичної особи, професійні спілки, їх об'єднання, організації профспілки, передбачені статутом профспілки та їх об'єднання, творчі спілки, місцеві осередки творчих спілок, постійно діючі третейські суди, організації роботодавців, їх об'єднання, відокремлені підрозділи іноземних неурядових організацій, представництва, філії іноземних благодійних організацій.

**Декларація відповідності матеріально-технічної бази вимогам законодавства (декларація)** – це документ, яким суб'єкт господарювання повідомляє адміністратора або представника відповідного дозвільного органу про відповідність своєї матеріально-технічної бази вимогам законодавства.

**Державна реєстрація юридичних осіб, громадських формувань, що не мають статусу юридичної особи, та фізичних осіб-підприємців (державна реєстрація)** – офіційне визнання шляхом засвідчення державою факту створення або припинення юридичної особи, громадського формування, що не має статусу юридичної особи, засвідчення факту наявності відповідного статусу громадського об'єднання, професійної спілки, її організації або об'єднання, політичної партії, організації роботодавців, об'єднань організацій роботодавців та їхньої символіки, засвідчення факту набуття або позбавлення статусу підприємця фізичною особою, зміни відомостей, що містяться в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань, про юридичну особу та фізичну особу-підприємця, а також проведення інших реєстраційних дій.

**Державне підприємництво** – це форма підприємництва, за якою прийняття стратегічних рішень щодо цілей підприємни-

цької діяльності та контроль за нею здійснюються державними органами. Основні функції держпідприємництва пов'язані з розвитком галузевої структури економіки, раціоналізацією розподілу ресурсів і підтримкою конкурентності ринків.

**Державний контракт** – це договір, укладений державним замовником від імені держави із суб'єктом господарювання-виконавцем державного замовлення, в якому визначаються економічні та правові зобов'язання сторін і регулюються їх господарські відносини.

**Державний кредит** – кредит, за якого позичальником виступає держава, а кредиторами –  $\frac{3}{4}$  юридичні та фізичні особи.

**Державний реєстратор юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань (державний реєстратор)** – особа, яка перебуває у трудових відносинах із суб'єктом державної реєстрації, нотаріус.

**Держатель Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань (держатель Єдиного державного реєстру)** – Міністерство юстиції України, яке вживає організаційних заходів, пов'язаних із забезпеченням функціонування Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань.

**Дозвільна (погоджувальна) процедура** – це сукупність дій, що здійснюються адміністраторами та дозвільними органами під час проведення погодження (розгляду), оформлення, надання висновків тощо, які передують отриманню документа дозвільного характеру.

**Дозвільна система у сфері господарської діяльності** – це сукупність урегульованих законодавством відносин, які виникають між дозвільними органами, адміністраторами та суб'єктами господарювання у зв'язку з видачею документів дозвільного характеру, переоформленням, видачею дублікатів, анулюванням документів дозвільного характеру.

**Дозвільні органи** – суб'єкти надання адміністративних послуг, їх посадові особи, уповноважені відповідно до закону видавати документи дозвільного характеру.

**Документ дозвільного характеру** – це дозвіл, висновок, рішення, погодження, свідоцтво, інший документ, який дозвільний орган зобов'язаний видати суб'єкту господарювання в разі надання йому права на провадження певних дій щодо здійснення господарської діяльності або видів господарської діяльності та/або без наявності якого суб'єкт господарювання не може проваджувати певні дії щодо здійснення господарської діяльності або видів господарської діяльності.

**Допоміжна діяльність у сфері фінансів та страхування** – це недержавне управління фінансовими ринками, біржові операції з фондовими цінностями, інші види діяльності (посередництво у кредитуванні, фінансові консультації, діяльність, пов'язана з іноземною валютою, страхуванням вантажів, оцінювання страхового ризику та збитків, інші види допоміжної діяльності).

**Економічна конкуренція** – це суперництво, змагання за досягнення найкращих результатів, економічна боротьба між фірмами (підприємствами) за найбільш вигідні умови виробництва та збуту товарів.

**Економічний інтерес** – це форма реалізації потреби, це користь, вигода, яка досягається у процесі реалізації економічних відносин.

**Єдиний державний реєстр юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань (Єдиний державний реєстр)** – єдина державна інформаційна система, що забезпечує збирання, накопичення, обробку, захист, облік та надання інформації про юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадські формування, що не мають статусу юридичної особи.

**Життєвий цикл підприємства** – це час, упродовж якого товар життєздатний на ринку та забезпечує досягнення цілей продавця.

**Здобувач ліцензії** – суб'єкт господарювання, який подав до органу ліцензування заяву про отримання ліцензії разом із підтвердними документами згідно з вимогами відповідних ліцензійних умов.

**Інвестиції у сфері господарювання** – це довгострокові вкладення різних видів майна, інтелектуальних цінностей та майнових прав в об’єкти господарської діяльності з метою одержання доходу (прибутку) або досягнення іншого соціального ефекту.

**Інноваційна діяльність у сфері господарювання** – це діяльність учасників господарських відносин, що здійснюється на основі реалізації інвестицій із метою виконання довгострокових науково-технічних програм із тривалими строками окупності витрат і впровадження нових науково-технічних досягнень у виробництво та інші сфери суспільного життя.

**Іноземне підприємство** – це унітарне або корпоративне підприємство, створене за законодавством України, що діє виключно на основі власності іноземців або іноземних юридичних осіб, або діюче підприємство, придбане повністю у власність цих осіб.

**Калькулювання** – це процес обчислення вартості об’єкта обліку, який здійснюється різними методами залежно від виду, типу й характеру організації виробництва. Калькулювання здійснюється в усіх господарських процесах.

**Калькуляція** – це спосіб групування витрат для обчислення собівартості одиниці придбаних запасів, виробленої та реалізованої продукції, виконаних робіт і наданих послуг.

**Картель** – це об’єднання підприємств, учасники якого домовляються про розміри виробництва, асортимент товарів, ринки збуту, умови продажу, ціни.

**Код доступу до результатів надання адміністративних послуг у сфері державної реєстрації (код доступу)** – унікальна цифрова послідовність кількістю від 6 до 12 символів, що генерується в автоматичному режимі та використовується для доступу до результатів розгляду документів через портал електронних сервісів юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань (портал електронних сервісів).

**Коллективне підприємництво** – це форма підприємництва, за якої джерелом підприємницьких правочинів є трудова участь, а працівники мають вирішальний вплив на прийняття рішень. У

цій формі підприємницької діяльності відсутній розподіл працівників на учасників підприємницького процесу й тих, хто усунутий із нього.

**Командитне товариство** – це господарське товариство, в якому один або декілька учасників здійснюють від імені товариства підприємницьку діяльність і несуть за його зобов'язаннями додаткову солідарну відповідальність усім своїм майном, на яке за законом може бути звернено стягнення (повні учасники), а інші учасники присутні в діяльності товариства лише своїми вкладами (вкладники).

**Комерційне посередництво (агентська діяльність)** – це підприємницька діяльність, що полягає в наданні комерційним агентом послуг суб'єктам господарювання під час здійснення ними господарської діяльності шляхом посередництва від імені, в інтересах, під контролем і за рахунок суб'єкта, якого він представляє.

**Комерційний кредит** – це товарна форма кредиту, що надається продавцями для покупців у вигляді відстрочки платежу за продані товари, надані послуги.

**Консорціум** – це тимчасове договірне об'єднання підприємств для реалізації цільових програм і проектів.

**Концепції підприємництва** – це спосіб пізнання та сукупність ідей, положень про суть підприємництва й підприємницької функції, а також їх змін у процесі еволюції економічної системи.

**Концерн** – це статутне об'єднання підприємств, а також інших організацій, на основі їх фінансової залежності від одного або групи учасників об'єднання, із централізацією функцій науково-технічного та виробничого розвитку, інвестиційної, фінансової, зовнішньоекономічної та іншої діяльності.

**Концесія** – це надання з метою задоволення суспільних потреб уповноваженим органом державної влади чи органом місцевого самоврядування на підставі концесійного договору на платній та строковій основі вітчизняним або іноземним суб'єктам господарювання (концесіонерам) права на створення (будів-

ництво) та/або управління (експлуатацію) об'єктом концесії за умови взяття концесіонером на себе відповідних зобов'язань, майнової відповідальності та підприємницького ризику.

**Кооперативний банк** – це банк, створений суб'єктами господарювання, а також іншими особами за принципом територіальності на засадах добровільного членства та об'єднання пайових внесків для спільної грошово-кредитної діяльності.

**Корпоративні права** – це права особи, частка якої визначається у статутному капіталі (майні) господарської організації, що включають правомочності на участь цієї особи в управлінні господарською організацією, отримання певної частки прибутку (дивідендів) цієї організації та активів у разі ліквідації останньої відповідно до закону, а також інші правомочності, передбачені законом та статутними документами.

**Корпорація** – це договірне об'єднання, створене на основі поєднання виробничих, наукових і комерційних інтересів підприємств, що об'єдналися, з делегуванням ними окремих повноважень централізованого регулювання діяльності кожного з учасників органам управління корпорації.

**Кредитна спілка** – це неприбуткова організація, заснована громадянами в установленому законом порядку на засадах добровільного об'єднання грошових внесків із метою задоволення потреб її членів у взаємному кредитуванні та наданні інших фінансових послуг.

**Лізинг** – це господарська діяльність, спрямована на інвестування власних чи залучених фінансових коштів, яка полягає в наданні за договором лізингу однією стороною (лізингодавцем) у виключне користування другій стороні (лізингоодержувачу) на визначений строк майна, що належить лізингодавцю або набувається ним у власність (господарське відання) за дорученням чи погодженням лізингоодержувача у відповідного постачальника (продавця) майна, за умови сплати лізингоодержувачем періодичних лізингових платежів.

**Ліцензіат** – суб'єкт господарювання, який має ліцензію на провадження встановленого законом виду господарської діяльності.

**Ліцензійні умови** – нормативно-правовий акт Кабінету Міністрів України, положення якого встановлюють вичерпний перелік вимог, обов’язкових для виконання ліцензіатом, та вичерпний перелік документів, що додаються до заяви про отримання ліцензії.

**Ліцензія** – документ, що надається органом ліцензування, на право провадження суб’єктом господарювання визначеного ним виду господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню, в електронному вигляді (запис про наявність ліцензії у такого суб’єкта господарювання в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців) або на паперовому носії.

**Ліцензування** – засіб державного регулювання провадження видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню, спрямований на забезпечення реалізації єдиної державної політики у сфері ліцензування, захист економічних і соціальних інтересів держави, суспільства та окремих споживачів.

**Мале підприємство** – це суб’єкт господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, в якому середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб і річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 млн євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України.

**Маркетинг** – це діяльність, спрямована на створення попиту та досягнення цілей підприємства через максимальне задоволення потреб споживачів.

**Маркетинговий ризик** – це ймовірність втрат чи отримання додаткових прибутків під час розроблення та виконання маркетингових стратегій організацій; загроза понесення збитків чи недоотримання прибутків у результаті неефективного управління маркетингом.

**Менеджмент** – це процес планування, організації, приведення в дію та контроль організації з метою досягнення координації людських і матеріальних ресурсів, необхідних для ефективного виконання завдань.

**Метод «мозкової атаки»** – це спонтанне генерування учасниками безлічі ідей із поставленої проблеми. Учасниками мо-

жуть бути люди різних професій, не допускаються до обговорення визнані авторитети, забороняється критикувати або висловлювати негативні оцінки.

**Метод аналогії (емпатії)** передбачає використання схожих рішень з інших сфер діяльності (технічної, економічної, спостережень за природою, художньої літератури).

**Метод ідеалізації** – це пошук альтернатив шляхом ініціювання уявлення про ідеальне розв’язання проблеми.

**Міжнародний кредит** – це надання позичкових капіталів одним країні іншим у тимчасове користування на засадах повернення, платності та строковості.

**Науково-технічна продукція** – це завершені науково-дослідні, проектні, конструкторські, технологічні роботи та послуги, створення дослідних зразків або партій виробів, необхідних для виконання НДДКР згідно з вимогами, погодженими із замовниками, що виконуються чи надаються суб’єктами господарювання (науково-дослідними, конструкторськими, проектно-конструкторськими та технологічними установами, організаціями, а також науково-дослідними й конструкторськими підрозділами підприємств, установ та організацій).

**Національний банк України** – центральний банк держави, основною функцією якого є забезпечення стабільності грошової одиниці України – гривні.

**Некомерційне господарювання** – це самостійна систематична господарська діяльність, що здійснюється суб’єктами господарювання, спрямована на досягнення економічних, соціальних та інших результатів без мети одержання прибутку.

**Новий товар** – це кінцевий результат творчого пошуку, що суттєво поліпшує розв’язання певної проблеми споживача або проблеми, яка раніше не розв’язувалась.

**Об’єднання підприємств** – це господарська організація, утворена у складі двох або більше підприємств з метою координації їх виробничої, наукової та іншої діяльності для вирішення спільних економічних та соціальних завдань.

**Одноосібне володіння (індивідуальний бізнес)** – це самостійне ведення справ, засноване на власності підприємця. Суть

його полягає в тому, що все майно фірми належить одному власникові, який самостійно управляє фірмою, одержує прибуток і несе повну особисту відповідальність за всі зобов'язання фірми.

**Орган ліцензування** – орган виконавчої влади, визначений Кабінетом Міністрів України, або уповноважений законом державний колегіальний орган.

**Організаційна структура управління** – це впорядкована сукупність взаємопов'язаних елементів, що знаходяться між собою у стійких взаємостосунках, які забезпечують їх функціонування і розвиток як єдиного цілого.

**Організаційно-господарські відносини** – це відносини, що складаються між суб'єктами господарювання та суб'єктами організаційно-господарських повноважень у процесі управління господарською діяльністю.

**Орендна плата** – це фіксований платіж, який орендар сплачує орендодавцю незалежно від наслідків своєї господарської діяльності.

**Персональний кабінет юридичної особи, іншої організації та фізичної особи-підприємця (персональний кабінет)** – особиста сторінка в мережі Інтернет юридичної особи, фізичної особи-підприємця та громадського формування, що не має статусу юридичної особи, на порталі електронних сервісів, призначена для подання документів в електронній формі для проведення реєстраційних дій, безоплатного доступу юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань, що не мають статусу юридичної особи, до відомостей про результати розгляду цих документів, документів, що містяться в реєстраційній справі таких осіб в електронній формі, та відомостей про цих осіб, які є актуальними на момент запиту або на визначену дату.

**Підприємець** – це людина, яка здійснює самостійну, систематичну, ініціативну, ризикову діяльність, спрямовану на виробництво товарів і надання послуг з метою одержання прибутку або особистого доходу й передбачає здійснення нововведень.

**Підприємницька ідея** – це конкретне цілісне знання про доцільність та можливість займатися певним видом підприємницької діяльності, а також чітке усвідомлення мети такої діяльності, шляхів та засобів її досягнення.

**Підприємство** – самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності.

**План** – це документ, у якому на конкретний господарський період визначені завдання з економічного й соціального розвитку підприємства.

**Планування** – це одна з функцій управління підприємством. Планування є способом забезпечення становлення та розвитку бізнесу, воно необхідне для узгодження господарської діяльності підприємства з вимогою ринку.

**Планування продукції** – це систематичне прийняття рішень з усіх аспектів розроблення й управління продукцією фірми, включаючи створення торгової марки та упаковки.

**Повне товариство** – це господарське товариство, всі учасники якого відповідно до укладеного між ними договору здійснюють підприємницьку діяльність від імені товариства та несуть додаткову солідарну відповідальність за зобов'язаннями товариства всім своїм майном.

**Портал електронних сервісів** – веб-сайт, організований як системне багаторівневе об'єднання різних ресурсів та сервісів для забезпечення максимального доступу до інформації та послуг у сфері державної реєстрації, ліцензування та дозвільної системи у сфері господарської діяльності.

**Приватне підприємство** – це підприємство, що діє на основі приватної власності одного або кількох громадян, іноземців, осіб без громадянства та його (їх) праці чи з використанням найманої праці.

**Пул** – це об'єднання підприємств, що передбачає особливий порядок розподілу прибутків його учасників. Належить до об'єд-

нання картельного типу. Прибутки учасників пулу надходять до загального фонду, а потім розподіляються між ними в заздалегідь установленій пропорції.

**Ресстраційна справа** – сукупність документів у паперовій та/або електронній формі, що подавалися для проведення ресстраційних дій.

**Ресурсний потенціал підприємства** – це сукупність матеріальних, нематеріальних, трудових, інформаційних, фінансових ресурсів, включаючи здатність робітників підприємства ефективно використовувати ресурси для виконання місії, досягнення поточних і стратегічних цілей підприємства.

**Ринкова економічна система** – це модель економіки, яка спирається на ринкову саморегуляцію й діє на основі товарно-грошових відносин і приватної власності.

**Синдикат** – це договірне об'єднання однорідних підприємств, у якому передбачається централізація збуту продукції або централізація постачання сировини для його членів.

**Спеціальна (вільна) економічна зона** – це частина території України, на якій встановлено спеціальний правовий режим господарської діяльності, особливий порядок застосування та дії законодавства України.

**Споживчий кредит** – це кредит, який надається тільки в національній валюті для фізичних осіб – резидентів на придбання споживчих товарів та послуг і який повертається в розстрочку.

**Статут** – це офіційно зареєстрований документ, який визначає форму власності підприємства, сферу його діяльності, спосіб управління та контролю, порядок утворення майна підприємства та розподілу прибутку, порядок реорганізації й інші положення, які регламентують діяльність юридичної особи.

**Страховання** – це діяльність спеціально уповноважених державних організацій та суб'єктів господарювання (страховиків), пов'язана з наданням страхових послуг юридичним особам або громадянам (страхувальникам) щодо захисту їх майнових інтересів у разі настання визначених законом чи договором страхування подій (страхових випадків), за рахунок грошових фондів,

які формуються шляхом сплати страхувальниками страхових платежів.

**Страхування у сфері господарювання** – це діяльність, спрямована на покриття довго- та короткотермінових ризиків суб'єктів господарювання з використанням заощаджень через кредитно-фінансову систему або без такого використання.

**Суб'єкти господарювання** – це учасники господарських відносин, які здійснюють господарську діяльність, реалізуючи господарську компетенцію (сукупність господарських прав та обов'язків), мають відокремлене майно й несуть відповідальність за своїми зобов'язаннями в межах цього майна, крім випадків, передбачених законодавством.

**Технічний адміністратор Єдиного державного реєстру (технічний адміністратор)** – визначене Міністерством юстиції України державне унітарне підприємство, зараховане до сфери його управління, що здійснює заходи із створення, доопрацювання та супроводження програмного забезпечення Єдиного державного реєстру, порталу електронних сервісів та відповідає за їх технічне й технологічне забезпечення, збереження та захист даних, що містяться в Єдиному державному реєстрі, надає, блокує та анулює доступ до Єдиного державного реєстру та здійснює навчання щодо роботи із цим реєстром.

**Товариство (партнерство)** – це форма організації підприємництва що є логічним продовженням розвитку одноосібного володіння. Така організаційно-правова форма підприємницької діяльності передбачає об'єднання капіталів двох і більше окремих фізичних або юридичних осіб за умов розподілу ризику, прибутку і збитків на основі рівності; спільного контролю результатів бізнесу; активної участі в його веденні. Основою взаємин між сторонами, що вступають у партнерство, є договір.

**Товариство з додатковою відповідальністю** – це господарське товариство, статутний капітал якого поділений на частки визначених установчими документами розмірів та яке несе відповідальність за своїми зобов'язаннями власним майном, а в разі його нестачі учасники цього товариства несуть додаткову

солідарну відповідальність у визначеному установчими документами однаково кратному розмірі до вкладу кожного з учасників.

**Товариство з обмеженою відповідальністю** – це господарське товариство, що має статутний капітал, поділений на частки, розмір яких визначається установчими документами, і несе відповідальність за своїми зобов'язаннями тільки своїм майном. Учасники товариства, які повністю сплатили свої вклади, несуть ризик збитків, пов'язаних із діяльністю товариства, у межах своїх вкладів.

**Товарна біржа** – це особливий суб'єкт господарювання, який надає послуги в укладенні біржових угод, виявленні попиту та пропозицій на товари, визначає товарні ціни, вивчає, упорядковує товарообіг і сприяє пов'язаним із ним торговельним операціям.

**Товарний склад** – це організація, що здійснює зберігання товарів та надає пов'язані зі зберіганням послуги на засадах підприємницької діяльності.

**Трест** – це об'єднання ряду підприємств, у якому вони втрачають юридичну, комерційну, виробничу самостійність та підпорядковуються єдиному управлінню.

**Управління підприємством** – це цілеспрямована діяльність, яка являє собою сукупність методів, засобів і форм ефективної координації роботи людей (трудових колективів) для досягнення поставлених завдань або визначеної мети (підвищення результативності виробництва, зростання прибутку тощо).

**Установчий документ юридичної особи** – установчий акт, статут, програма політичної партії, модельний статут, засновницький договір, одноособова заява (меморандум), положення.

**Фінанси суб'єктів господарювання** – це самостійна ланка національної фінансово-кредитної системи з індивідуальним кругообігом коштів, що забезпечує покриття витрат виробництва продукції (робіт, послуг) та одержання прибутку.

**Фінансове посередництво** – це діяльність, пов'язана з отриманням та перерозподілом фінансових коштів, крім випадків,

передбачених законодавством.

**Фінансовий механізм підприємства** – це система управління фінансами, призначена для організації взаємодії фінансових відносин і грошових фондів із метою оптимізації їхнього впливу на кінцеві результати його діяльності.

**Фінансово-промислові групи** – це нова організаційно-економічна форма підприємництва. Вони являють собою об'єднання промислового, банківського, страхового й торгового капіталів, а також інтелектуального потенціалу підприємств та організацій.

**Холдингова компанія** – публічне акціонерне товариство, яке володіє, користується, а також розпоряджається холдинговими корпоративними пакетами акцій (часток, паїв) двох або більше корпоративних підприємств (крім пакетів акцій, що перебувають у державній власності).

**Цінний папір** – це документ установленої форми з відповідними реквізитами, що посвідчує грошове або інше майнове право, визначає взаємовідносини емітента цінного папера (особи, яка видала цінний папір) та особи, яка має права на цінний папір, та передбачає виконання зобов'язань за таким цінним папером, а також можливість передачі прав на цінний папір та прав за цінним папером іншим особам.

**Штрафні санкції** – це господарські санкції у вигляді грошової суми (неустойка, штраф, пеня), яку учасник господарських відносин зобов'язаний сплатити в разі порушення ним правил здійснення господарської діяльності, невиконання або неналежного виконання господарського зобов'язання.

## СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алопій В. В. Основи підприємництва : навч. посіб. / В. В. Алопій, С. А. Серета, Н. О. Шутовська. – Львів : Новий світ-2000, 2013. – 323 с.
2. Асаул А. Н. Организация предпринимательской деятельности : учебник / Под ред. д. э. н., проф. А. Н. Асаула. – Санкт-Петербург : «Гуманистика», 2004. – 448 с.
3. Бланк І. О. Управління фінансами підприємств : підручник / І. О. Бланк, Г. В. Ситник. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 780 с.
4. Варналій З. С. Основи підприємництва : навч. посіб. / З. С. Варналій. – 3-тє вид., випр. і допов. – Київ : Знання-Прес, 2006. – 350 с.
5. Гой І. В. Підприємництво : навч. посіб. / І. В. Гой, Т. П. Смелянська. – Київ : Центр учб. л-ри, 2013. – 368 с.
6. Господарський кодекс України [Електронний ресурс] : Закон України від 16.01.2003 р. № 436-IV. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>. – Назва з екрана.
7. Губені Ю. Е. Підприємництво : навч. посіб. / Ю. Е. Губені. – Львів : Українські технології, 2012. – 572 с.
8. Донець Л. І. Основи підприємництва : навч. посіб. / Л. І. Донець, Н. Г. Романенко. – Київ : Центр навч. л-ри, 2006. – 320 с.
9. Захарчин Г. М. Основи підприємництва : навч. посіб. / Г. М. Захарчин. – 2-ге вид., переробл. і допов. – Київ : Знання, 2013. – 407 с.
10. Коваль З. О. Підприємництво і менеджмент : навч. посіб. / З. О. Коваль, О. І. Тивончук. – Львів : Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2009. – 172 с.
11. Кравчук О. М. Фінансова діяльність суб'єктів підприємництва : навч. посіб. / О. М. Кравчук, В. П. Лещук. – Київ : Центр учб. л-ри, 2010. – 504 с.
12. Мочерний С. В. Основи підприємницької діяльності : навч. посіб. / С. В. Мочерний, О. А. Устенко, С. І. Чеботар. – Київ : ВЦ «Академія», 2005. – 280 с.

13. Основи підприємництва : навч. посіб. / за ред. П. В. Круш, В. І. Подвігіна, Б. М. Сердюк. – Київ : КНТ, 2009. – 64 с.
14. Основи підприємництва: теорія та практикум : навч. посіб. / В. Г. Воронкова, А. Г. Беліченко, В. О. Желябін, М. А. Ажажа. – Львів : Магнолія-2006, 2009. – 454 с.
15. Підприємництво та бізнес-культура : підручник / за ред. Л. О. Лігоненко. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. – 508 с.
16. Сизоненко В. О. Сучасне підприємництво : навч. посіб. / В. О. Сизоненко. – Київ : Знання-Прес, 2008. – 440 с.
17. Скрипко Т. О. Інноваційний менеджмент : підручник / Т. О. Скрипко. – Київ : Знання, 2011. – 423 с.
18. Тарасюк Г. М. Планування діяльності підприємства : навч. посіб. / Г. М. Тарасюк, Л. І. Шваб. – 5-те вид. – Київ : Каравела, 2012. – 352 с.
19. Тирпак І. В. Основи економіки та організації підприємництва : навч. посіб. / І. В. Тирпак, В. І. Тирпак, С. А. Жуков. – Київ : Кондор, 2011. – 284 с.
20. Фастовець А. А. Фінанси малого бізнесу : навч. посіб. / А. А. Фастовець, І. В. Фісун. – Київ : Кондор, 2013. – 302 с.
21. Цигилик І. І. Основи підприємництва : навч. посіб. / І. І. Цигилик, З. М. Криховецька, Т. М. Паневник. – 2-е вид., перероб. та допов. – Київ : Центр навч. л-ри, 2007. – 224 с.
22. Шваб Л. І. Основи підприємництва : навч. посіб. / Л. І. Шваб. – 2-ге вид. – Київ : Каравела, 2007. – 368 с.
23. Шегда А. В. Ризики в підприємстві: оцінювання та управління : навч. посіб. / А. В. Шегда, М. В. Голованенко. – Київ : Знання, 2008. – 271 с.
24. Юрко І. В. Торговельне підприємництво : навч. посіб. / І. В. Юрко. – Київ : Центр учб. л-ри, 2014. – 232 с.
25. Ярошевич Н. Б. Підприємництво і менеджмент : навч. посіб. / Н. Б. Ярошевич, Р. З. Берлінг, А. С. Гавриляк. – Львів : Новий світ-2000, 2010. – 408 с.

## ЗМІСТ

<i>Вступ</i> .....	3
Навчальна програма навчальної дисципліни.....	5
Тематичний план навчальної дисципліни.....	10
<b>МОДУЛЬ 1. Теоретичні основи навчальної дисципліни</b> .....	14
ТЕМА 1. Предмет, зміст і завдання навчальної дисципліни «Організація підприємницької діяльності».	
Значення, принципи та сутність підприємництва.....	14
ТЕМА 2. Соціально-економічні аспекти розвитку підприємництва. Визначення підприємництва.....	21
ТЕМА 3. Соціально-психологічний портрет підприємця.....	27
ТЕМА 4. Походження та світова історія підприємництва, сучасні тенденції розвитку підприємництва.....	35
<b>МОДУЛЬ 2. Організація підприємницької діяльності</b> .....	43
ТЕМА 5. Підприємництво як процес.....	43
ТЕМА 6. Інновація як засіб розвитку підприємницької діяльності.....	55
ТЕМА 7. Сучасні організаційні форми підприємництва.....	69
ТЕМА 8. Технологія створення й організаційний механізм роботи підприємницьких структур.....	84
ТЕМА 9. Дозвільна система та ліцензування підприємницької діяльності.....	99
ТЕМА 10. Особливості маркетингового підходу в малому бізнесі.....	108
ТЕМА 11. Управління малим підприємством.....	119
ТЕМА 12. Фінансово-кредитне забезпечення підприємницької діяльності.....	131
Самостійна робота студентів.....	141
Вимоги до змісту та оформлення реферату, проєкту, наукової роботи.....	148
Перелік питань із підготовки до поточної модульної роботи.....	149

Перелік теоретичних питань для підготовки до заліку.....	151
Приклад побудови завдань для поточної модульної роботи.....	154
Оцінювання рівня знань під час проведення модульного поточного контролю.....	155
Критерії оцінювання знань та система нарахування балів.....	156
Розрахунок балів, що отримують студенти за результатами вивчення навчальної дисципліни .....	156
Загальна підсумкова оцінка з навчальної дисципліни .....	157
Шкала оцінювання знань студентів за результатами підсумкового контролю з навчальної дисципліни .....	158
Система нарахування додаткових балів за видами робіт із вивчення навчальної дисципліни .....	158
Глосарій.....	159
<i>Список рекомендованих інформаційних джерел.....</i>	<i>175</i>

Навчально-методичне видання

**СПОРИШ** Оксана Анатоліївна

**ЮРКО** Ігор Вікторович

**КРАУС** Катерина

та ін.

## **ОРГАНІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Навчально-методичний посібник

Головний редактор *М. П. Гречук*  
Редагування *О. Г. Бриль*  
Комп'ютерна верстка *Е. П. Чепелева*

*Формат 60x84/16. Ум. друк. арк. 11,1.  
Зам. № 033/686.*

*Видавець і виготовлювач  
Вищий навчальний заклад Укоопспілки  
«Полтавський університет економіки і торгівлі»,  
к. 115, вул. Коваля, 3, м. Полтава, 36014; ☎ (0532) 50-24-81*

*Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців,  
виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 3827 від 08.07.2010 р.*