

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Методичні рекомендації
до практичних завдань
для студентів спеціальності 075 "Маркетинг"
першого (бакалаврського) рівня

Харків
ХНЕУ ім. С. Кузнеця
2020

УДК 338.22(07.034)

О-75

Укладачі: Т. І. Притиченко
Ю. М. Тер-Карпетянц

Затверджено на засіданні кафедри економіки і маркетингу.
Протокол № 8 від 13.01.2020 р.

Самостійне електронне текстове мережеве видання

Основи підприємництва [Електронний ресурс] : методичні
О-75 рекомендації до практичних завдань для студентів спеціальності
075 "Маркетинг" першого (бакалаврського) рівня / уклад. Т. І. При-
тиченко, Ю. М. Тер-Карпетянц. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця,
2020. – 72 с.

Подано плани семінарських занять, тестові та практичні завдання,
а також методичні рекомендації до їх виконання, спрямовані на оволодіння
студентами поглибленими теоретичними знаннями і практичними навичками
у сфері підприємництва.

Рекомендовано для студентів спеціальності 075 "Маркетинг" першого
(бакалаврського) рівня.

УДК 338.22(07.034)

© Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця, 2020

Вступ

Багато випускників спеціальності 075 "Маркетинг" відкривають власний бізнес та ведуть підприємницьку діяльність. Тому знання основ підприємництва є запорукою успішної діяльності маркетологів.

Основними питаннями, які вивчаються в цій навчальній дисципліні, є: організаційно-правові форми підприємництва, умови здійснення підприємницької діяльності, державне регулювання підприємницької діяльності; економічні основи підприємницької діяльності; бізнес-планування; етика та діловий етикет підприємця тощо.

У межах цієї дисципліни передбачається не тільки вивчення лекційного матеріалу, навчальних посібників та законодавчих актів, але й обов'язкове проведення практичних занять та семінарів. Їхня мета полягає в поглибленні, систематизації, конкретизації й закріпленні теоретичних знань студентів. На семінарських заняттях обговорюються теоретичні питання з основ підприємництва, проводяться дискусії з питань підприємницької діяльності.

У ході виконання практичних завдань студенти набувають умінь і навичок проведення необхідних розрахунків із планування підприємницької діяльності, розрахунку економічних показників, аналізу підприємницької діяльності.

Навчальний процес згідно з робочою програмою навчальної дисципліни "Основи підприємництва" здійснюється в таких формах:

- а) лекції;
- б) семінарські та практичні заняття;
- в) самостійна робота студентів;
- г) есе;
- д) презентація;
- е) контрольні заходи.

Вивчення студентами навчальної дисципліни відбувається шляхом послідовного і ґрунтовного опрацювання двох змістових модулів.

У процесі підготовки до виконання практичних завдань студентам необхідно ознайомитися з матеріалами презентацій, конспектом лекцій і рекомендованою літературою.

Змістовий модуль 1. Теоретичні та організаційні основи підприємництва

Тема 1. Теоретичні основи підприємницької діяльності

Семінарське заняття

Мета семінарського заняття: засвоєння матеріалу з теми 1.

План семінарського заняття

1. Поняття і сутність підприємництва.
2. Функції підприємництва.
3. Принципи підприємництва.
4. Мета та завдання підприємництва.
5. Моделі підприємництва: класична, інноваційна і венчурна.
6. Поняття та відмінні риси виробничого, комерційного і фінансового підприємництва.
7. Суб'єкти підприємницької діяльності.

Рекомендована література: основна [1 – 3]; додаткова [7; 10].

Завдання 1

Мета: засвоїти теоретичний матеріал із теми 1.

Оберіть правильний варіант відповідей (табл. 1).

Таблиця 1

Тестові завдання з теми 1

Запитання	Відповідь
1	2
1. Назвіть принципи, на основі яких здійснюється підприємництво	а) вільний вибір видів діяльності; б) вільне наймання працівників; в) контрольоване з боку держави розпорядження прибутком, що залишається після внесення платежів, установлених законодавством; г) усі твердження є принципами підприємництва

1	2
2. Підприємницька діяльність може здійснюватися	а) незалежно від того чи вона є зареєстрованою відповідно до умов державної реєстрації суб'єктів господарювання; б) лише за умови державної реєстрації суб'єктів господарювання
3. Сутність якої функції підприємця полягає в необхідності ухвалення рішень, направлених на досягнення успіху, але які не гарантують його через невизначеність і мінливість економічної ситуації	а) творчої; б) ресурсної; в) управлінської; г) ризикової
4. Сутність якої функції підприємця полягає в ухваленні управлінських рішень на всіх стадіях виробничої і збутової діяльності, здійснення організації, планування, мотивації і контролю виробництва	а) творчої; б) ресурсної; в) управлінської; г) ризикової
5. Якій моделі підприємництва характерні такі особливості: використання підходів, розроблених на основі попереднього власного досвіду?	а) класичній; б) інноваційній; в) венчурній; г) немає правильної відповіді
6. Якій моделі підприємництва характерні такі особливості: використання нових, нетрадиційних підходів, пошук нових ресурсів та інших комбінацій, нових систем управління, мотивації і т. д.?	а) класичній; б) інноваційній; в) венчурній; г) немає правильної відповіді
7. Суб'єктами підприємницької діяльності можуть бути	а) фізичні особи-підприємці; б) господарські організації; в) філіали, представництва; г) усі відповіді правильні
8. Формування і ефективне використання власного капіталу, а також інформаційних, матеріальних і трудових ресурсів – це зміст такої функції підприємництва як	а) інноваційної; б) ресурсної; в) організаційної; г) мотиваційної
9. Реєстрація підприємства, організація виробництва, маркетингу, продажі – це зміст такої функції підприємництва як	а) інноваційної; б) ресурсної; в) організаційної; г) мотиваційної
10. Вид підприємницької діяльності, об'єктом товарно-грошових відносин якого є гроші, валюта та цінні папери – це	а) виробниче підприємництво; б) фінансово-кредитне підприємництво; в) посередницьке підприємництво; г) страхове підприємництво; д) комерційне підприємництво

1	2
11. До найважливіших рис сучасного підприємця можна віднести	а) готовність до ризику; б) ініціативність; в) цілеспрямованість; г) комунікабельність; д) усі відповіді є правильними
12. Хто першим запровадив термін "підприємництво" і дав його систематизований аналіз?	а) А. Сміт; б) Ж. Б. Сей; в) Р. Кантільйон; г) А. Маршалл; д) Й. Шумпетер
13. Самостійна, ініціативна, систематична на власний ризик господарська діяльність, яка здійснюється суб'єктами господарювання з метою досягнення економічних і соціальних результатів і отримання прибутку – це	а) підприємництво; б) підприємство; в) маркетингова діяльність; г) немає правильної відповіді

Завдання 2

Мета: формування знань із моделей підприємництва.

Порівняйте класичну та інноваційну моделі підприємництва за вказаними в табл. 2 характеристиками.

Таблиця 2

Характеристика інноваційної та класичної моделей підприємництва

Поведінка підприємця	Класична модель підприємництва	Інноваційна модель підприємництва
1	2	3
Мета підприємницької діяльності	Максимізація підприємницького доходу	Оптимізація потенціалу доходності
Способи досягнення мети	Використання підходів, розроблених на основі попереднього власного досвіду	Використання нових, нетрадиційних підходів, пошук нових ресурсів та інших комбінацій, нових систем управління, мотивації і т. д.

1	2	3
Варіантність дій	Одноальтернативність з урахуванням попереднього досвіду	Багатоальтернативність, творчий пошук перспектив
Відношення до ризику	Мінімізація ризику	Усвідомлений ризик із балансуванням сукупності ризикованих варіантів
Реакція на зміни в економічному середовищі	Реакція на зміни, які відбулися, стали фактом	Бажання передбачати появу проблем і знайти способи пристосування до них і уникнення небажаних наслідків
Система заохочення	Заохочення стабільності й ефективності	Заохочення творчості, новаторства, ініціативи

Тема 2. Внутрішнє та зовнішнє підприємницьке середовище

Семінарське заняття

План семінарського заняття

Мета семінарського заняття: засвоєння теоретичного матеріалу з теми 2:

1. Сутність підприємницького середовища.
2. Складові зовнішнього середовища: економічна, політична, соціокультурна, природна, демографічна, науково-технічна та ін.
3. Елементи інфраструктури підприємництва як складові зовнішнього підприємницького середовища.
4. Складові внутрішнього середовища: майнові ресурси, персонал, науково-технічний потенціал, соціальний розвиток колективу та ін.
5. Методичні підходи щодо аналізу підприємницького середовища: SWOT-аналіз, PEST-аналіз, їхні переваги та недоліки.

Рекомендована література: основна [1 – 4]; додаткова [6; 10].

Завдання 3

Мета: засвоїти теоретичний матеріал із теми 2.
Оберіть правильний варіант відповідей (табл. 3).

Таблиця 3

Тестові завдання з теми 2

Запитання	Відповідь
1	2
1. Середовище, що складається з багатьох елементів, які знаходяться під постійним наглядом і впливом підприємця – це	а) зовнішнє середовище; б) внутрішнє середовище; в) макросередовище; г) підприємницьке середовище
2. Інтегрована сукупність об'єктивних і суб'єктивних факторів, що дозволяють суб'єктам підприємництва досягати успіху в реалізації поставлених цілей – це	а) зовнішнє середовище; б) внутрішнє середовище; в) макросередовище; г) підприємницьке середовище; д) усі відповіді є правильними
3. Структурно-просторове оточення, яке складається з факторів впливу на функціонування підприємства, – це	а) зовнішнє середовище; б) внутрішнє середовище; в) макросередовище; г) підприємницьке середовище
4. До факторів зовнішнього середовища прямої дії відносяться	а) споживачі; б) постачальники; в) конкуренти; г) державні органи; д) усі відповіді є правильними
5. До факторів зовнішнього середовища непрямой дії відносяться	а) стан світової економіки; б) політичні фактори; в) науково-технічні фактори; г) соціально-психологічні фактори; д) усі відповіді є правильними
6. Основними елементами внутрішнього середовища є	а) підприємець; б) працівники; в) технології; г) структура управління; д) усі відповіді є правильними
7. Яка складова зовнішнього середовища відображає менталітет, світогляд, спосіб життя населення країни або регіону	а) демографічні фактори; б) соціально-культурні фактори; в) науково-технічні фактори г) економічні фактори

1	2
8. Метод стратегічного аналізу, що полягає у виявленні факторів внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства і розділенні їх на чотири категорії: сильні сторони, слабкі сторони, можливості та загрози – це	а) SWOT-аналіз; б) аналіз на основі матриці БКГ; в) науково-технічний; г) економічний; д) усі відповіді є правильними
9. Наявність та доступність позикових коштів; наявність вільних робочих місць, рівень безробіття; рівень і темпи інфляції – це параметри	а) демографічного середовища; б) соціально-культурного середовища; в) науково-технічного середовища; г) економічного середовища; д) немає правильної відповіді
10. Підприємства оптової та роздрібної торгівлі (біржі, бази, магазини), юридичні, аудиторські, лізингові, консалтингові фірми, заклади освіти, маркетингові та рекламні агентства, служби працевлаштування, транспортні агентства, страхові компанії є складовими	а) інституціонального середовища; б) соціально-культурного середовища; в) науково-технічного середовища; г) економічного середовища; д) немає правильної відповіді
11. До інфраструктури підприємництва відносяться	а) юридичні, аудиторські, лізингові, консалтингові фірми; б) заклади освіти; в) маркетингові та рекламні агентства; г) транспортні агентства, страхові компанії; д) усі відповіді правильні
12. Стратегія використання сильних сторін підприємства для реалізації можливостей характерна для квадранта матриці SWOT-аналізу, що характеризується	а) сильними сторонами та загрозами; б) слабкими сторонами та загрозами; в) сильними сторонами та можливостями; г) слабкими сторонами та можливостями
13. Стратегія використання сильних сторін підприємства для запобігання загроз характерна для квадранта матриці SWOT-аналізу, що характеризується	а) сильними сторонами та загрозами; б) слабкими сторонами та загрозами; в) сильними сторонами та можливостями; г) слабкими сторонами та можливостями
14. Універсальний метод, який може бути застосований у найрізноманітніших сферах економіки і управління, його можна адаптувати до об'єкта дослідження будь-якого рівня (продукт, підприємство, регіон, країна та ін.) є перевагою	а) SWOT-аналізу; б) аналізу на основі матриці БКГ; в) аналізу на основі матриці МакКінзі; г) портфельного аналізу; д) усі відповіді є правильними

1	2
15. Маркетинговий інструмент, призначений для виявлення політичних, економічних, соціальних і технологічних аспектів зовнішнього середовища, які впливають на бізнес компанії, – це	а) SWOT-аналіз; б) аналіз на основі матриці БКГ; в) аналіз на основі матриці МакКінзі; г) портфельний аналіз; д) PEST-аналіз

Завдання 4

Мета: засвоїти процедуру виконання SWOT-аналізу підприємства.

На основі характеристики сильних та слабких сторін компанії ROSHEN (табл. 4), можливостей та загроз із боку зовнішнього середовища (табл. 5) побудуйте матрицю SWOT-аналізу для цього підприємства та визначте стратегічні напрями розвитку.

Таблиця 4

Характеристика сильних та слабких сторін компанії ROSHEN

Сфера діяльності	Сильні сторони(S)	Слабкі сторони (W)
1	2	3
Маркетинг, продукція, бренд	Постійне вивчення та аналіз стану ринку, своєї позиції, позиції конкурентів, потреб споживачів; диференціація виробів; підтримка та розвиток іміджу. На підприємствах корпорації ROSHEN працює система управління якістю, яка відповідає вимогам ISO 9001:2000, що підтверджується наявністю у кожної із фабрик корпорації "Сертифікатів відповідності". Використання потужних маркетингових комунікацій: засоби реклами, промоакції	Не вся продукція підприємства, що вперше запускається у виробництво, знаходить широкий попит у населення
Виробництво	Значні виробничі потужності. Вся продукція підприємства виробляється із натуральної сировини і майже не містить консервантів, емульгаторів, ароматизаторів, барвників і відповідає стандартам, технічним умовам, що існують на цю продукцію і є абсолютно безпечною для життя і здоров'я споживачів	
Організація збуту	Потужний власний логістичний центр	

1	2	3
Інновації	Усі кондитерські фабрики корпорації ROSHEN забезпечені обладнанням для моніторингу контролю якості продукції та відповідних досліджень. Розробленням технологій та запуском високоякісних кондитерських виробів займаються спеціалісти, які пройшли атестацію та навчання у спеціалізованих іноземних центрах. На виробництві застосовують найновітніші технології та лінії виробництва, устаткування	
Фінанси	Підприємство є прибутковим, фінансування відбувається за рахунок внутрішнього інвестора	
Організація, управління	Чітко сформовані стратегії, високий рівень управління, ефективні засоби контролю, чітко сформована організаційна структура управління. Учасник концерну Укрпромінвест	
Кадри	Високий рівень кваліфікації та підготовки персоналу; досвід діяльності, атестація та навчання спеціалістів у спеціалізованих іноземних центрах. Ефективна система стимулювання праці – премії	

Таблиця 5

Зовнішні можливості та загрози

Потенційні зовнішні можливості (О)	Потенційні зовнішні загрози (Т)
1) розвиток економіки країни у довготерміновій перспективі; 2) зростання доходів населення; обслуговування нових додаткових груп споживачів у довготерміновій перспективі; 3) розширення виробництва для задоволення потреб споживачів у довгостроковій перспективі; 4) обґрунтоване законодавство у довгостроковій перспективі; 5) завоювання позицій на зовнішньому ринку; 6) входження в нові сегменти ринку	1) інфляція; 2) зниження рівня доходів населення; 3) зміни в потребах і смаках споживачів; 4) уповільнений темп зростання ринку; 5) імовірність виникнення нових конкурентів, у зв'язку з популярністю галузі

Завдання 5

Мета: засвоїти процедуру виконання PEST-аналізу підприємства.

Проведіть PEST-аналіз експертним методом. Завдання експертів полягає в тому, щоб оцінити вірогідність впливу різних факторів зовнішнього середовища на компанію. Вірогідність їхнього впливу оцінювалася за п'ятибальною системою оцінок, водночас 5 – найбільший вплив, а 1 – найменший (табл. 6).

Експертами були:

- 1) фахівець центру підготовки торгових агентів;
- 2) маркетолог відділу по зв'язках із громадськістю і рекламі;
- 3) економіст економіко-аналітичного відділу;
- 4) головний юрисконсульт.

Таблиця 6

Ступінь вірогідності впливу

Фактори	Коефіцієнт вагомості	Напрямок впливу	Експертна оцінка ймовірності впливу				Середня оцінка	Середнє зважене
			E1	E2	E3	E4		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Політичні								
Зміна законодавства	0,10	+	3	5	2	4		
Зміна політичних партій	0,08	+	1	2	1	3		
Можливість терактів	0,05	+	5	5	4	3		
Рівень правової грамотності	0,05	+	1	2	3	4		
2. Економічні								
Економічна нестабільність у країні	0,12	-	3	2	4	5		
Динаміка курсу валюти	0,12	+	4	2	3	3		
Податкова політика	0,09	-	3	3	2	5		
Рівень доходів населення	0,10	+	5	4	5	2		
3. Технологічні								
Державна технічна політика	0,04	-	5	5	4	4		
Значущі тенденції у сфері НДДКР	0,05	-	2	4	5	5		

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Нові продукти (швидкість відновлення й освоєння нових технологій)	0,04	-	5	4	5	3		
Нові патенти	0,04	+	1	3	4	3		
4. Соціальні								
Темп зростання населення	0,03	+	2	4	5	4		
Середня тривалість життя	0,04	-	4	3	4	2		
Освіта	0,04	+	4	3	5	5		
Культурний рівень	0,05	+	3	2	4	2		
Зміна політичних партій	0,08	+	1	2	1	3		
Можливість терактів	0,05	+	5	5	4	3		
Рівень правової грамотності	0,05	+	1	2	3	4		
5. Економічні								
Економічна нестабільність в країні	0,12	-	3	2	4	5		
Динаміка курсу валюти	0,12	+	4	2	3	3		
Податкова політика	0,09	-	3	3	2	5		
Рівень доходів населення	0,10	+	5	4	5	2		
6. Технологічні								
Державна технічна політика	0,04	-	5	5	4	4		
Значущі тенденції у сфері НДДКР	0,05	-	2	4	5	5		
Нові продукти (швидкість відновлення й освоєння нових технологій)	0,04	-	5	4	5	3		
Нові патенти	0,04	+	1	3	4	3		
7. Соціальні								
Темп зростання населення	0,03	+	2	4	5	4		
Середня тривалість життя	0,04	-	4	3	4	2		
Освіта	0,04	+	4	3	5	5		
Культурний рівень	0,05	+	3	2	4	2		

Зробіть висновки на підставі результатів аналізу.

Методичні рекомендації до виконання завдань 4, 5

SWOT-аналіз (strengths – сили, weaknesses – слабкості, opportunities – можливості та threats – загрози) – оцінювання сильних і слабких сторін діяльності підприємства. Сутність його полягає в тому, що встановлюються показники за кожною з чотирьох характеристик цього методу: сильні сторони, слабкі сторони, можливості та загрози.

Сильні сторони – це те, що підприємство робить краще за інших, що забезпечує йому переваги над конкурентами. Найбільш значущі сильні сторони підприємства мають стати основою стратегії.

Слабкі сторони – те, що компанія робить гірше за інших, чи що ставить підприємство в гірші умови порівняно з конкурентами.

Перелік сильних і слабких сторін індивідуальний для кожного підприємства.

Виділення потенційних можливостей і загроз має розглядатися як черговий етап розроблення стратегічного плану підприємства. Можливості, що розглядаються на цьому етапі аналізу, значною мірою засновані на галузевих ключових факторах успіху. Проте в силу своєї специфіки окремі підприємства можуть використовувати різні можливості.

Завдання маркетологів-аналітиків – виділення можливостей, адекватних ресурсів підприємства, що допомагають побудувати конкурентну перевагу. Окремі фактори зовнішнього середовища можуть становити загрозу для підприємств. Для цього складається матриця SWOT (рис. 1), на якій на основі аналізу чотирьох складових визначають стратегічні аспекти розвитку підприємства.

Характеристики	Сильні сторони	Слабкі сторони
Можливості	Стратегія використання сильних сторін підприємства для реалізації можливостей	Стратегія використання сильних сторін підприємства для запобігання загроз
Загрози	Стратегія подолання слабких сторін за рахунок реалізації можливостей підприємства	Стратегія позбавлення від слабких сторін та подолання загроз

Рис. 1. Стратегічні рішення, що пропонуються в межах SWOT-аналізу

Сутність PEST-аналізу полягає у виявленні й оцінюванні впливу факторів макросередовища на результати поточної й майбутньої діяльності підприємства.

PEST – це аббревіатура чотирьох англійських слів: P – Political-legal – політико-правові, E – Economic – економічні, S – Sociocultural – соціокультурні, T – Technological forces – технологічні фактори.

Метою PEST-аналізу є відстеження (моніторинг) змін макросередовища за чотирма вузловими напрямками і виявлення тенденцій, подій, непідконтрольних підприємству, але таких, що здійснюють вплив на ухвалення стратегічних рішень.

Приклад факторів зовнішнього середовища, що використовується для аналізу, наведено в табл. 7.

Таблиця 7

**Фактори макросередовища,
що розглядаються в процесі PEST-аналізу**

Політика	Економіка
1. Урядова стабільність. 2. Зміна законодавства. 3. Державний вплив на галузі, охоплюючи частку держвласності. 4. Державне регулювання конкуренції в галузі. 5. Податкова політика	1. Загальна характеристика економічної ситуації (підйом, стабілізація, спад). 2. Курс національної валюти й ставка рефінансування. 3. Рівень інфляції. 4. Рівень безробіття. 5. Ціни на енергоресурси
Соціум	Технологія
1. Демографічні зміни. 2. Зміна структури доходів. 3. Відношення до праці й відпочинку. 4. Соціальна мобільність населення. 5. Активність споживачів	1. Державна технічна політика. 2. Значущі тенденції в сфері НДДКР. 3. Нові продукти (швидкість відновлення й освоєння нових технологій). 4. Нові патенти

За результатами PEST-аналізу обираються найбільш вагомі фактори та визначається їхній можливий вплив на діяльність підприємства.

Тема 3. Етика та діловий етикет у підприємницькій діяльності

Семінарське заняття

Мета семінарського заняття: засвоєння теоретичних питань з етики та ділового етикету в підприємницькій діяльності.

План семінарського заняття

1. Сутність ділової етики підприємця.
2. Етапи ділового спілкування.
3. Ділові відносини – важлива частина культури підприємця.
4. Особливості національних стилів спілкування.
5. Особливості службового етикету.
6. Основні риси бізнесмена.
7. Соціальна відповідальність підприємця.

Рекомендована література: основна [1; 3]; додаткова [6; 10].

Завдання 6

Мета: засвоїти теоретичний матеріал із теми 3.
Оберіть правильний варіант відповідей (табл. 8).

Таблиця 8

Тестові завдання з теми 3

Питання	Відповідь
1	2
1. Етика – це	а) правила поведінки; б) система знань про добро та зло; в) наука про добро
2. Етикет – це	а) сукупність правил поведінки; б) форма звертання; в) сукупність правил поведінки, які регулюють зовнішні прояви людських відносин

1	2
3. Діловий етикет – це	а) результат довгого відбору правил і форм найбільш доцільної поведінки, які б сприяли успіху в ділових відносинах; б) правила і форми поведінки, що доцільні у відносинах між статтями; в) правила і форми поведінки у певному суспільстві
4. Етика ділових відносин є складовою	а) менеджменту організації; б) психології управління; в) етики ділового спілкування
5. На думку А. Моріти, найвище завдання японського менеджера полягає в необхідності	а) бути професіоналом у сфері виробництва; б) сформуванню у працівників ставлення до корпорації як до рідної сім'ї; в) набуття навичок стратегічного планування
6. Рівнем корпоративної культури є	а) корпоративна місія; б) естетичний рівень; в) корпоративна відповідальність
7. Укажіть, який відсоток інформації втрачається під час спілкування	а) приблизно 10 %; б) приблизно 30 %; в) приблизно 50 %
8. Укажіть, який стиль спілкування (керівництва) формує відповідальність та ініціативність	а) ліберальний; б) демократичний; в) авторитарний; г) усі відповіді правильні
9. Якими символами позначається подяка на візитній картці?	а) P.R; б) P.C; в) P.F.C; г) немає правильної відповіді
10. Які подарунки ми можемо дарувати в діловій сфері?	а) сорочку; б) парфуми; в) краватку
11. Що потрібно робити, приймаючи подарунки?	а) розгорнути його в присутності особи, яка його подарувала і подякувати; б) неввічливо розгортати його в присутності особи, яка його подарувала; в) не розгортати подарунок, але подякувати
12. Що відноситься до денних прийомів?	а) "фуршет"; б) "обід"; в) "келих вина"

1	2
13. Діловий прийом "обід" розпочинається	а) о 12:00; б) о 20:00; в) о 14:00
14. На діловий прийом з розміщенням	а) потрібно приходити раніше визначеного часу; б) потрібно приходити у визначений час; в) порядок не регламентований
15. Укажіть види прийомів	а) конференція, засідання, переговори; б) круглий стіл, нарада, співбесіда; в) "ланч", "коктейль", "а-ля фуршет"; г) лекція, семінар, практикум; д) колегіум, колоквиум, симпозіум
16. Діловий протокол – це	а) правила, що регламентують порядок ділових зустрічей і переговорів та ділових відносин загалом; б) правила оформлення документів; в) сукупність правил, традицій, яких дотримуються в міжнародних відносинах

Завдання 7

Мета: засвоєння матеріалу з ділового етикету та ведення ділових переговорів.

Начальник відділу маркетингу фірми "Прогрес" проводив нараду з питання щодо управління маркетинговою інформацією. Менеджер відділу, який відповідав за маркетингову інформацію, виступив із пропозицією удосконалити систему маркетингових спостережень як джерела зовнішніх маркетингових даних. Він запропонував поставити за обов'язок усіх співробітників відділу збір даних і оцінку поточної ринкової ситуації. Начальник відділу маркетингу неодноразово переривав виступ менеджера фразами: "Повторіть ще раз!", "Говоріть повільніше!". Менеджер у відповідь сказав: "Мені здається, що у Вас уже склалася певна думка з цього питання. Ви просто не хочете мене слухати". Начальник відділу відреагував на критику словами: "Не говоріть зі мною подібним чином!".

Запитання:

1. Як ви думаєте, чи є це спілкування ефективним? Чому?
2. Які причини неефективного слухання керівником відділу пропозицій підлеглого?
3. До якого типу суджень (або бар'єрів спілкування) ви віднесете висловлення начальника відділу?
4. Що б ви відчули, якби були на місці менеджера відділу? [14]

Завдання 8

Мета: засвоєння матеріалу з ділового етикету та ділового спілкування. Розгляньте ситуації та визначте, де було допущено помилки.

1. Чотири чоловіки та одна жінка зібралися на нараду керівників відділів компанії у залі засідань. Коли до приміщення увійшов пан Черненко, віце-президент компанії, чоловіки піднялися зі своїх місць, підійшли до пана Черненка, привіталися з ним та потиснули руки. Жінка не піднялася і не підійшла до віце-президента. Він також не підійшов до неї. Вона кивнула віце-президенту і той кивнув у відповідь. Нарada почалася.

2. Під час перерви у засіданні колега представив Сергію Василенку, який у цей час пив каву з бутербродами, нового співробітника – Максима Гнатюка. У відповідь на представлення Сергій сказав: "Дуже приємно" і посміхнувся. Максим простягнув йому руку, але Сергій, руки якого були зайняті чашкою та тарілкою, відставив для потискання лікоть правої руки, сказавши: "Вибачте, руки зайняті". Максим опустив руку, не потиснувши ліктя, і простягнув Сергію свою візитну картку. Той сказав "Дякую" і попросив колегу, який їх знайомив, взяти її.

3. Під час перерви до кабінету Павла Чередниченка зайшов колега – приятель Андрій Іванов. Він запитав, чи вільний Павло, і, почувши "Так" у відповідь, присів на стілець перед столом Павла та почав говорити про плани на найближчі вихідні. Павло, який стояв біля вікна, сів на своє місце за столом. Слухаючи Андрія, він кивав головою та ставив питання, водночас він хмурих брови (бо думав про холодильник, який зранку перестав працювати) та дивився у вікно (там якраз падав перший у цьому році сніг) [14].

Тема 4. Умови здійснення підприємницької діяльності

Семінарське заняття

Мета семінарського заняття: засвоєння законодавства України щодо умов здійснення підприємницької діяльності.

План семінарського заняття

1. Обмеження в здійсненні підприємницької діяльності.
2. Етапи створення суб'єктів підприємництва.
3. Державна реєстрація суб'єктів підприємництва.

4. Реорганізація, банкрутство та ліквідація підприємств.
5. Ліцензування окремих видів підприємницької діяльності: порядок, види діяльності, терміни, умови відказу від видачі ліцензії.
6. Засновницькі документи суб'єктів підприємництва.

Рекомендована література: основна [1 – 4]; додаткова [6; 7; 10; 17; 21].

Завдання 9

Мета: засвоїти теоретичний матеріал із теми 4.

Оберіть правильний варіант відповідей (табл. 9).

Таблиця 9

Тестові завдання з теми 4

Питання	Відповідь
1	2
1. Документ державного зразка, який засвідчує право на провадження зазначеного в ньому виду господарської діяльності протягом визначеного строку за умови виконання ліцензійних умов – це	а) ліцензія; б) патент; в) свідоцтво про державну реєстрацію; г) доручення; д) статут
2. Вид господарської діяльності, який підлягає ліцензуванню, визначається відповідно до	а) Закону України "Про власність"; б) Закону України "Про зовнішньоекономічну діяльність"; в) Закону України "Про ліцензування певних видів господарської діяльності"; г) Господарського Кодексу України; д) Конституції України
3. Суб'єкт господарювання, який одержав ліцензію на провадження певного виду господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню, – це	а) принципал; б) посередник; в) консигнант; г) ліцензіат; д) агент
4. Процес видачі, переоформлення та анулювання ліцензій, видача дублікатів ліцензій, ведення ліцензійних справ та ліцензійних реєстрів, контроль за дотриманням ліцензіатами ліцензійних умов, видача розпоряджень про усунення порушень ліцензійних умов, а також розпоряджень про усунення порушень законодавства у сфері ліцензування – це	а) ліцензування; б) патентування; в) розроблення стандартів обслуговування; г) санація; д) державна реєстрація

1	2
5. Основними умовами здійснення підприємницької діяльності є	а) державна реєстрація суб'єктів підприємництва; б) ліцензування окремих видів господарської діяльності; в) патентування; г) дотримання антимонопольного законодавства; д) усі відповіді правильні
6. Діяльність підприємця припиняється	а) за власною ініціативою підприємця; б) на підставі рішення суду; в) у разі закінчення терміну дії ліцензії; г) усі відповіді правильні
7. До документів, які подаються державному реєстратору для реєстрації підприємства, відносяться	а) заповнена реєстраційна карточка; б) копія рішення засновників; в) два екземпляра засновницьких документів; г) усі відповіді правильні
8. Термін державної реєстрації юридичної особи не має перевищувати	а) 5 днів; б) 10 днів; в) 3 дні; г) термін не визначено
9. Термін державної реєстрації фізичної особи-підприємця не має перевищувати	а) 5 днів; б) 10 днів; в) 3 дні; г) 2 дні
10. Офіційно зареєстрований документ, який визначає форму власності підприємства, сферу його діяльності, спосіб управління та контролю, порядок утворення майна підприємства та розподіл прибутку, порядок реорганізації та інші положення, які регламентують діяльність юридичної особи, – це	а) свідоцтво про державну реєстрацію; б) колективний договір; в) установчий договір; г) статут підприємства; д) заява про державну реєстрацію
11. До основних принципів державної політики у сфері ліцензування відносяться	а) забезпечення рівності законних інтересів усіх суб'єктів господарювання; б) захист законних інтересів, життя і здоров'я громадян, захист навколишнього природного середовища і забезпечення безпеки держави;

1	2
	в) встановлення єдиного порядку ліцензування видів господарської діяльності на території України; г) встановлення єдиного переліку видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню; д) усі відповіді правильні
12. Підставою для переоформлення ліцензії є	а) зміна місця знаходження юридичної особи; б) зміна назви юридичної особи; в) зміна місця проживання фізичної особи-підприємця; г) усі відповіді правильні

Завдання 10

Мета: засвоєння теоретичного матеріалу з теми 4.

У табл. 10 наведено окремі твердження стосовно державної реєстрації суб'єктів підприємництва та ліцензування окремих видів господарської діяльності. Укажіть на помилки, які допущено в твердженнях.

Таблиця 10

Визначення квот і ліцензій

№ п/п	Твердження
1	2
1	За проведення державної реєстрації необхідно сплачувати реєстраційний збір
2	Обов'язковою умовою здійснення підприємницької діяльності є наявність печатки у суб'єктів приватного права
3	До переліку документів, що подаються засновником державному реєстратору для реєстрації фізичної особи-підприємця, відносяться: заява, реєстраційна картка, оригінал паспорту
4	Організаційно-правова форма юридичної особи визначається відповідно до класифікації за критерієм чисельності працівників

1	2
5	Найменування юридичної особи може бути тотожним найменуванню іншого суб'єкта господарювання
6	За результатами проведення реєстраційних справ видається свідоцтво про державну реєстрацію
7	Основні напрями державної політики у сфері ліцензування, законодавчі основи її проведення визначаються Кабінетом Міністрів України; реалізація цієї політики також покладена на Кабінет Міністрів та спеціально уповноважений орган із питань ліцензування
8	Ліцензія – це документ, що видається Кабінетом Міністрів України або уповноваженим ним органом виконавчої влади, відповідно до якого власник ліцензії має право займатися різними видами господарської діяльності

Тема 5. Організаційно-правові форми підприємництва

Семінарське заняття

Мета семінарського заняття: засвоєння законодавства України з організаційно-правових форм підприємництва.

План семінарського заняття

1. Підприємство як організаційна структура бізнесу.
2. Ознаки класифікації підприємств. Класифікація підприємств залежно від форм власності.
3. Поняття підприємства з іноземними інвестиціями.
4. Об'єднання підприємств: види, порядок створення, функціонування та припинення діяльності.
5. Поняття промислово-фінансової групи; порядок її організації та функціонування; переваги та недоліки.
6. Холдингові компанії: порядок створення і функціонування, переваги та недоліки.
7. Поняття і види господарчих товариств, їхні загальні риси.
8. Акціонерні товариства: їхні види, особливі риси, переваги та недоліки.
9. Товариство з обмеженою відповідальністю як одна з найпоширеніших форм підприємницької діяльності.

10. Особливі риси товариства з додатковою відповідальністю.
11. Характеристика повного і командитного товариств.
12. Організаційні форми підприємництва за кордоном.
13. Поняття та сутність франчайзингу, його переваги та недоліки.
14. Поняття офшорного центру, офшорного підприємства.

Рекомендована література: основна [1 – 4]; додаткова [6; 7; 10; 20; 23].

Завдання 11

Мета: засвоїти теоретичний матеріал із теми 5.

Оберіть правильний варіант відповідей (табл. 11).

Таблиця 11

Тестові завдання з теми 5

Запитання	Відповідь
1	2
1. Самостійний статутний суб'єкт господарювання, який має права юридичної особи та здійснює виробничу, науково-дослідницьку і комерційну діяльність з метою одержання відповідного прибутку (доходу), – це	а) концерн; б) асоціація; в) підприємство; г) товариство; д) спілка
2. Організаційно-правова форма, яка передбачає самостійне ведення справ, засноване на власності підприємця, – це	а) одноосібне володіння; б) партнерство (товариство); в) корпорація; г) колективне володіння; д) приватне володіння
3. За формою власності підприємства в Україні класифікуються на	а) приватні, колективні, державні; б) одноосібні володіння, партнерство, корпорація; в) спеціалізовані, універсальні, змішані; г) виробничі, комерційні, фінансові; д) індивідуальні, серійні, масові
4. Укажіть види господарських товариств згідно з ГК та ЦК України	а) концерни, конгломерати, ФПГ, консорціуми; б) одноосібні володіння, партнерства, корпорації; в) АТ, повні товариства, командитні товариства, ТОВ, ТДВ

1	2
5. Унітарні підприємства – це	а) підприємства, що створюються одним засновником, який самостійно формує статутний фонд підприємства; б) підприємства, що створюються декількома засновниками за їхнім спільним рішенням і діють на основі об'єднання майна
6. Як називається товариство, учасники якого несуть відповідальність за його зобов'язаннями всім своїм майном?	а) ТДВ; б) повне товариство; в) командитне товариство; г) акціонерне товариство; д) ТОВ
7. До основних ознак підприємства належать	а) самостійність у системі господарства країни; б) має самостійний баланс, розрахунковий рахунок у банку, печатку з назвою підприємства; в) має закінчений цикл відтворення; г) має свій трудовий колектив з його специфічними інтересами; д) усі відповіді є правильними
8. Сукупність грошових коштів та майна, яка необхідна для організації та початку функціонування підприємства (фірми), – це	а) статутний капітал; б) страховий фонд; в) фонд соціального розвитку підприємства; г) фонд інноваційного розвитку; д) прибуток
9. До господарських товариств належать	а) акціонерні товариства; б) командитні та повні товариства; в) товариства з обмеженою відповідальністю; г) товариства з додатковою відповідальністю; д) усі зазначені види товариств
10. До акціонерних товариств належать	а) приватні акціонерні товариства; б) публічні акціонерні товариства; в) командитні товариства; г) повні товариства
11. Товариство, акції якого можуть розповсюджуватися шляхом відкритої підписки та купівлі продажу на біржах, – це	а) приватне акціонерне товариство; б) публічне акціонерне товариство; в) відповіді А та Б; г) командитне товариство; д) повне товариство

1	2
12. Товариство, акції якого розподіляються між засновниками і не можуть розповсюджуватися шляхом підписки, купуватися і продаватися на біржі, – це	а) приватне акціонерне товариство; б) публічне акціонерне товариство; в) відповіді А та Б; г) командитне товариство; д) повне товариство
13. Засновниками акціонерного товариства можуть бути	а) фізичні особи; б) юридичні особи; в) громадяни; г) акціонери; д) юридичні особи і громадяни
14. Товариство, що має статутний капітал, поділений на частки, розмір яких визначається установчими документами та учасники товариства несуть відповідальність у межах їхніх вкладів – це	а) господарське товариство; б) акціонерне товариство; в) командитне товариство; г) товариство з обмеженою відповідальністю; д) повне товариство
15. До моменту реєстрації товариства з обмеженою відповідальністю кожен з учасників зобов'язаний внести не менше	а) 10 % вказаного в установчих документах вкладу; б) 20 % вказаного в установчих документах вкладу; в) 30 % вказаного в установчих документах вкладу; г) 40 % вказаного в установчих документах вкладу; д) 50 % вказаного в установчих документах вкладу
16. Товариство, що має статутний капітал, поділений на частки, розмір яких визначається установчими документами та учасники товариства несуть відповідальність за його борги своїми внесками до статутного капіталу, а коли цих сум недостатньо – додатково належним їм майном у розмірі, кратному до внеску кожного учасника, – це	а) товариство з додатковою відповідальністю; б) акціонерне товариство; в) командитне товариство; г) товариство з обмеженою відповідальністю; д) повне товариство
17. Товариство, всі учасники якого займаються спільною підприємницькою діяльністю і несуть солідарну відповідальність за зобов'язання товариства всім своїм майном – це	а) товариство з додатковою відповідальністю; б) акціонерне товариство; в) командитне товариство; г) товариство з обмеженою відповідальністю; д) повне товариство

1	2
18. Товариство, яке охоплює поряд з учасниками або більшістю учасників, які несуть відповідальність за зобов'язаннями товариства всім своїм майном, також одного або більше учасників, відповідальність яких обмежується вкладом у майно товариства (вкладників) – це	а) товариство з додатковою відповідальністю; б) акціонерне товариство; в) командитне товариство; г) товариство з обмеженою відповідальністю; д) повне товариство
19. За масштабами виробництва розрізняють такі види підприємств	а) приватні, колективні, державні; б) одноосібне володіння, партнерство (товариство), корпорація; в) спеціалізовані, універсальні, змішані; г) індивідуальні, серійні, масові; д) малі, середні та великі
20. Засновники акціонерного товариства несуть	а) обмежену відповідальність за зобов'язання товариства; б) солідарну відповідальність за пов'язаними з його заснуванням зобов'язаннями, що виникли до його державної реєстрації; в) повну відповідальність за зобов'язання товариства; г) субсидіарну відповідальність за зобов'язаннями товариства; д) часткову відповідальність
21. Вищим органом акціонерного товариства є	а) рада директорів; б) ревізійна комісія; в) загальні збори; г) збори трудового колективу; д) дирекція
22. Обов'язковою умовою створення консорціуму є	а) наявність банківської установи; б) об'єднання з метою здійснення спільного проєкту; в) об'єднання акціонерних товариств; г) створюється за рішенням уряду
23. Визначальною ознакою створення ФПГ є	а) наявність банківської установи; б) об'єднання з метою здійснення спільного проєкту; в) створюється за рішенням уряду; г) об'єднання акціонерних товариств

1	2
24. Схема об'єднання підприємств, що працюють у системі взаємовигідних партнерських відносин, за яких відбувається передача на платній основі торгової марки, технології або лінії виробництва, називається	а) лізингом; б) факторингом; в) франчайзингом; г) опціоном
25. Казенне підприємство – це	а) державне підприємство; б) підприємство, яке не підлягає приватизації; в) підприємство, створене КМУ; г) правильна відповідь відсутня

Завдання 12

Мета: засвоєння теоретичного матеріалу з теми 5.

У табл. 12 наведено види підприємств та критерії їхньої класифікації. Розподіліть види підприємств за вказаними критеріями.

Таблиця 12

Види підприємств та критерії їхньої класифікації

Критерії класифікації	Види підприємств
1. Форма власності. 2. Річний оборот і чисельність працівників. 3. Характер діяльності. 4. Галузева приналежність. 5. Залежно від способу утворення і формування статутного фонду	Малі. Середні. Великі. Комерційні. Некомерційні. Унітарні. Корпоративні. Приватні. Колективні. Державні. Казенні. Комунальні. Промислові. Торговельні. Транспортні. Будівельні. Сільськогосподарські

Завдання 13

Мета: засвоєння особливостей різних організаційно-правових форм підприємств.

У табл. 13 наведено характеристики окремих видів підприємств. Укажіть, яким видам підприємств вони відповідають.

Таблиця 13

Види підприємств та їхня характеристика

Вид підприємства (вказати)	Характеристика
	Підприємство, засноване на власності адміністративно-територіальних одиниць
	Підприємство створюється, реорганізується і ліквідується Міністерствами та іншими підвідомчими Кабінету Міністрів України, органами державної виконавчої влади
	Основним (понад 50 %) споживачем продукції є держава
	Підприємства, які здійснюють видобування і перероблення корисних копалин і виробництво товарів
	За умов господарювання неможлива вільна конкуренція товаровиробників або споживачів
	Підприємство створюється одним засновником, який виділяє необхідне для цього майно, формує відповідно до закону статутний фонд, не розділений на частки, затверджує статут
	Підприємства, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб і річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро
	Підприємства, існування яких забезпечується бюджетним фінансуванням держави
	Підприємства, діяльність яких спрямована на отримання прибутку
	Підприємства, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб і річний дохід не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро

Завдання 14

Мета: засвоєння специфічних особливостей господарських товариств.

У табл. 14 наведено характеристики окремих видів господарських товариств. Укажіть, яким видам товариств вони відповідають.

Характеристики видів господарських товариств

Вид господарських товариств (вказати)	Характеристика
	Засновники відповідають за зобов'язаннями товариства тільки в межах акцій, що належать їм
	Статутний фонд товариства створюється за рахунок часток засновників, розмір яких заздалегідь відомий
	Мінімальний розмір статутного фонду визначений законодавством у 1 250 мінімальних заробітних плат
	Учасники суспільства несуть відповідальність за зобов'язаннями тільки в межах їхніх внесків
	Право голосу, право впливу на хід справ відповідає кількості придбаних акцій
	Мінімальний розмір статутного фонду законодавчо визначений в 1 мінімальну заробітну плату
	Учасник товариства, що вибув із нього, має право отримати вартість частини майна товариства пропорційно його частці в статутному фонді, а провести відчуження своєї частки він може лише з відома решти учасників, що мають право на її переважне придбання
	Учасники товариства несуть відповідальність за його борги в межах своїх внесків, а у разі недостатку цих коштів – власним майном в однаковому для всіх учасників кратному розмірі до внеску кожного учасника
	Законом допускається три моделі ведення справ: одним учасником, всіма учасниками і декількома учасниками
	Учасник товариства відповідає за борги товариства незалежно від того, виникли вони після або до його вступу до товариства
	Особливістю товариства є те, що в ньому не створюються спеціальні органи управління
	Сукупний розмір внесків вкладників у товариство не може перевищувати 50 % майна товариства
	Вкладники мають право діяти від імені товариства тільки за наявності доручення і згодне з ним

Завдання 15

Мета: засвоєння специфічних особливостей об'єднань.

У табл. 15 наведено характеристики окремих видів об'єднань. Укажіть, яким видам об'єднань вони відповідають.

Таблиця 15

Характеристики видів об'єднань

Вид об'єднання	Характеристика
	Договірне об'єднання, створене з метою постійної координації господарської діяльності
	Договірне об'єднання, створене на основі з'єднання виробничих, наукових і комерційних інтересів з делегуванням окремих повноважень централізованого регулювання діяльності кожного з учасників
	Не має права втручатися у виробничу і комерційну діяльність будь-якого з учасників
	Тимчасове статутне об'єднання, промислових і банківських капіталів для здійснення загальної мети
	Статутне об'єднання підприємств промислових, наукових організацій, транспорту, банків і т. д. на основі цілісної фінансової залежності від одного або групи підприємств
	Створюється з метою забезпечення своєї виробничої, наукової, торгової діяльності згідно державній програмі вирішення важливої народногосподарської проблеми
	Суб'єкт господарювання, що володіє контрольним пакетом акцій дочірнього підприємства (підприємств)

Тема 6. Організація малого підприємництва

Семінарське заняття

Мета семінарського заняття: засвоєння основних положень законодавства України з організації малого підприємництва.

План семінарського заняття

1. Економічна сутність малого підприємництва.
2. Критерії віднесення підприємств до суб'єктів малого бізнесу.

3. Місце і роль малого підприємництва в економіці.
4. Функції малого підприємництва.
5. Переваги малого підприємництва.
6. Державна підтримка розвитку малого бізнесу в Україні.

Рекомендована література: основна [1 – 3]; додаткова [7; 9; 10].

Завдання 16

Мета: засвоїти теоретичний матеріал із теми 6.

Оберіть правильний варіант відповідей (табл. 16).

Таблиця 16

Тестові завдання з теми 6

Запитання	Відповідь
1	2
1. Які переваги мають суб'єкти малого підприємництва в ринковій економіці?	а) адаптація до місцевих умов господарювання; б) рівень ризику; в) гнучкість і оперативність; г) залежність від великих компаній; д) низька потреба в капіталі; е) обережність партнерів господарювання під час укладання договорів
2. Розвиток малого підприємництва є умовою рішення таких проблем	а) висока господарська культура; б) платоспроможність партнерів; в) додаткові робочі місця; г) рівень організаційно-економічних і правових знань підприємців; д) використання творчих можливостей
3. Які характеристики притаманні малому бізнесу?	а) незалежне управління; б) приватний капітал; в) порівняно невеликий розмір у своїй сфері діяльності; г) усі відповіді правильні
4. Укажіть недоліки малого бізнесу	а) розмір ринку; б) інновації і зміни; в) державне регулювання; г) соціальна адаптація

1	2
5. Хто може бути суб'єктами малого підприємництва згідно з чинним законодавством?	а) фізичні особи; б) юридичні особи; в) фізичні та юридичні особи; г) тільки підприємства машинобудівної галузі
6. Який із критеріїв відноситься до малих підприємств?	а) обсяг річного валового доходу; б) виручка від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг; в) чисельність працівників; г) правильні відповіді а і в
7. Економічною сутністю малого підприємства є	а) залучення до трудової діяльності окремих груп населення, для яких робота на крупному виробництві має певні обмеження; б) активізація науково-технічного прогресу; в) формування соціального шару власників, власників компаній, підприємств; г) освоєння і використання місцевих джерел сировини і відходів крупних виробництв; д) усі відповіді правильні
8. Юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми і форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб і річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену по середньорічному курсу Національного банку України – це	а) середні підприємства; б) крупні підприємства; в) малі підприємства; г) суб'єкти мікропідприємства
9. Юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми і форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб і річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро, визначену по середньорічному курсу Національного банку України – це	а) середні підприємства; б) крупні підприємства; в) малі підприємства; г) суб'єкти мікропідприємства

1	2
10. Фізичні особи-підприємці, що займаються роздрібним продажем товару на ринках (надання побутових послуг населенню, виручка не більше 300 тис. грн у рік, відсутність працівників) – це критерії, що характеризують	а) першу групу платників єдиного податку; б) другу групу платників єдиного податку; в) третю групу платників єдиного податку; г) четверту групу платників єдиного податку
11. Фізичні особи-підприємці, що надають послуги населенню та платникам єдиного податку, здійснюють виробництво та продаж товарів, діяльність в сфері ресторанного бізнесу, при цьому виручка за рік не перевищує 1,5 млн грн, кількість працівників складає не більше 10 – це критерії, що характеризують	а) першу групу платників єдиного податку; б) другу групу платників єдиного податку; в) третю групу платників єдиного податку; г) четверту групу платників єдиного податку
12. Фізичні особи-підприємці та юридичні особи, у яких виручка за рік не перевищує 5 млн грн, відносяться до	а) першої групи платників єдиного податку; б) другої групи платників єдиного податку; в) третьої групи платників єдиного податку; г) четвертої групи платників єдиного податку
13. Які групи платників єдиного податку не є платниками ПДВ?	а) перша група; б) друга група; в) третя група; г) четверта група
14. До якої групи платників єдиного податку відносяться ріелтори та ювеліри?	а) перша група; б) друга група; в) третя група; г) четверта група
15. Ставка єдиного податку для першої групи платників встановлюється на рівні	а) до 10 % від прожиткового мінімуму; б) не більше 20 % від мінімальної заробітної плати; в) 3 % або 5 % від річного доходу; г) немає правильної відповіді
16. Ставка єдиного податку для першої групи платників встановлюється на рівні	а) до 10 % від прожиткового мінімуму; б) не більше 20 % від мінімальної заробітної плати; в) 3 % або 5 % від річного доходу; г) немає правильної відповіді

Завдання 17

Мета: засвоєння розрахунків податків та зборів, які підлягають сплаті підприємством і працівниками за нарахованою їм заробітною платою.

За даними державної статистики (додаток А) проаналізуйте структуру суб'єктів господарювання за розподілом їх за розмірами. Визначте динаміку кількості суб'єктів господарювання на 10 тис. осіб населення та кількості зайнятих працівників.

Завдання 18

Мета: засвоєння розрахунку суми єдиного податку для суб'єктів малого підприємництва.

Розрахуйте суму єдиного податку, яка підлягає сплаті до бюджету за такими даними.

1. Суб'єкт підприємництва, який займається роздрібною торгівлею, має дохід за календарний рік у обсязі 258 тис. грн. Найманих працівників немає.

2. Суб'єкт підприємництва, який займається ресторанним господарством, має дохід за календарний рік в обсязі 1 258 тис. грн. Кількість найманих працівників складає 6 осіб.

3. Суб'єкт підприємництва, який займається наданням побутових послуг, має дохід за календарний рік в обсязі 275 тис. грн. Кількість найманих працівників складає 2 особи.

Методичні рекомендації до виконання завдання 18

Для виконання завдання слід ознайомитися зі ставками єдиного податку для різних груп платників єдиного податку. Ставка єдиного податку на 2020 рік встановлена в такому розмірі:

для першої групи – до 10 % від розміру прожиткового рівня в Україні;

для другої групи – до 20 % від мінімальної заробітної плати. Точний розмір ставки для першої і другої груп щорічно встановлюються місцевими радами, платиться щомісячно;

для третьої групи (неплатників ПДВ) – 5 % від доходу (платиться щокварталу);

для третьої групи (платників ПДВ) – 3 % від доходу (платиться щокварталу);

для третьої групи (неплатників ПДВ та СПД-ювелірів) ставка податку складає 5 % від доходу (платиться щокварталу).

Змістовий модуль 2. Економічні аспекти підприємницької діяльності

Тема 7. Економічні основи підприємництва

Семинарське заняття

Мета семінарського заняття: засвоєння теоретичного матеріалу з економічних основ підприємництва.

План семінарського заняття

1. Основні та оборотні фонди підприємства, показники ефективності їхнього використання.
2. Доходи, витрати та прибуток підприємства.
3. Показники ефективності діяльності підприємства.

Рекомендована література: основна [1 – 5]; додаткова [6; 10; 14].

Завдання 19

Мета: засвоїти теоретичний матеріал із теми 7.

Оберіть правильний варіант відповідей (табл. 17).

Таблиця 17

Тестові завдання з теми 7

Запитання	Відповідь
1	2
1. Укажіть, якому поняттю відповідає наведене визначення "зменшення економічних вигод у результаті вибуття активів або збільшення зобов'язань, що приводить до зменшення власного капіталу (за винятком його зменшення за рішенням власників)"	а) поточних витрат; б) доходу; в) капітальних вкладень; г) прибутку
2. Як визначається чистий дохід?	а) дохід (виручка) – ПДВ, акциз та інші податки і збори; б) дохід – собівартість реалізованої продукції; в) дохід (виручка) + ПДВ, акциз та інші податки і збори; г) дохід/собівартість реалізованої продукції

1	2
3. Від яких факторів залежить розмір валового прибутку малого підприємства?	а) обсяг реалізації; б) собівартість; в) номенклатура та асортимент продукції; г) усі варіанти відповідей правильні
4. Повна собівартість – це	а) сума витрат на виробництво; б) витрати на реалізацію продукції; в) сума витрат на виробництво і реалізацію продукції
5. Основними критеріями, за якими засоби праці відносяться до основних фондів, є	а) термін служби більше одного року; б) одноразове використання в процесі виробництва продукції; в) свою вартість на продукцію переносить частинами у вигляді нарахування амортизації; г) у процесі виробництва змінюють свою форму
6. Рівень використання основних виробничих фондів характеризують	а) рентабельність, прибуток; б) фондівіддача, фондомісткість; в) фондоозброєність праці робітників; г) коефіцієнт змінності оборотності; д) продуктивність праці робітників
7. Показник фондівіддачі характеризує	а) обсяг товарної продукції, що припадає на 1 грн основних виробничих фондів; б) рівень технічної озброєності; в) граничні витрати основних фондів на 1 грн реалізованої продукції; г) кількість оборотів оборотних засобів
8. Обігові кошти підприємства – це	а) гроші в касі підприємства, на розрахункових і валютних рахунках, у розрахунках; б) кошти, авансовані у виробничі оборотні фонди та фонди обігу; в) оборотні активи; г) предмети праці
9. Показники ефективності використання обігових коштів – це	а) фондівіддача; б) коефіцієнт обігу; в) коефіцієнт ефективності; г) коефіцієнт завантаження
10. Маржинальний прибуток визначається як	а) чистий дохід мінус собівартість реалізованої продукції; б) чистий дохід мінус умовно-постійні витрати;

1	2
	в) дохід від операційної діяльності мінус витрати операційної діяльності; г) чистий дохід мінус умовно-змінні витрати
11. Укажіть елементи витрат	а) адміністративні витрати; б) загальновиробничі витрати; в) амортизація основних засобів і нематеріальних активів; г) матеріальні витрати
12. Чистий прибуток визначається як	а) різниця між валовими доходами і валовими витратами; б) різниця між валовим прибутком і собівартістю реалізованої продукції; в) різниця між прибутком від звичайної діяльності і сумою податку на прибуток; г) різниця між доходами операційної діяльності і операційними витратами
13. До витрат операційної діяльності відносяться	а) фінансові витрати; б) адміністративні витрати; в) витрати від участі в капіталі; г) усі відповіді правильні
14. До адміністративних витрат відносяться	а) витрати на маркетингові дослідження; б) витрати на рекламу; в) представницькі витрати; г) заробітна плата керівника підприємства
15. Прибуток від реалізації визначається як різниця між	а) чистим доходом і собівартістю реалізованої продукції; б) чистим доходом і витратами на виробництво і реалізацію продукції; в) виручкою від реалізації і загальновиробничими витратами; г) виручкою від реалізації і змінними
16. Рівень ефективності господарювання, за якого отриманий прибуток порівнюється з понесеними витратами або активами, які забезпечують підприємницьку діяльність, – це	а) прибуток; б) витрати; в) ліквідність; г) рентабельність; д) ділова активність

Завдання 20

Мета: засвоєння розрахунку витрат на 1 грн товарної продукції.

Визначте фактичний і плановий рівні витрат на 1 грн товарної продукції, а також процент його зміни, якщо план випуску продукції А – 1 200 т / рік, а продукції Б – 500 т / рік за собівартістю продукції А – 15 тис. грн / т, а продукції Б – 8 млн грн / т. Фактично випуск продукції збільшено на 20 %, а її собівартість знижено на 6 %. Оптова ціна продукції А – 18 тис. грн / т, а продукції Б – 10,3 тис. грн / т.

Завдання 21

Мета: засвоєння розрахунку собівартості товарної продукції.

На основі даних табл. 18 визначте зниження собівартості порівняльної товарної продукції, рівень витрат на 1 грн товарної продукції та процент її зниження, передбаченого у плані на розрахунковий період.

Таблиця 18

Вихідні дані для розрахунку показників

Показник	Вироби		
	А	Б	В
Обсяг випуску у звітному періоді, шт./рік	1 200	2 000	2 500
Обсяг випуску у плановому періоді, шт./рік		4 300	2 500
Собівартість за звітом, грн/шт.	20	28	36
Собівартість за планом, грн/шт.	–	25	32
Оптова ціна виробу, грн/шт.	24,5	31,8	40,7

Завдання 22

Мета: засвоєння розрахунку обсягу продажів у точці беззбитковості діяльності підприємства.

Визначте точку беззбитковості підприємства, якщо відомо, що умовно-постійні витрати складають 15 000 грн, умовно-змінні витрати – 45 грн на одиницю продукції, а ціна, за якою фірма її продає, вища на 25 % від змінних витрат. Побудуйте графік беззбитковості діяльності.

Завдання 23

Мета: засвоєння розрахунку прибутку від реалізації продукції та рентабельності виробу.

Визначте рентабельність виробу і річну суму прибутку від реалізації 8 300 виробів. Виробнича собівартість виробу – 28 грн. Оптова ціна підприємства на цей виріб становить 35 грн, а процент позавиробничих витрат дорівнює 6.

Методичні рекомендації до виконання завдань 20 – 23

Витрати на одну гривню товарної продукції визначаються як результат від ділення собівартості товарної продукції на товарну продукцію в оптових цінах. Цей показник характеризує розмір витрат в одній гривні товарної продукції.

Обсяг продажів у точці беззбитковості визначається за формулою:

$$Q_k = \frac{V_{\text{пост}}}{P - V_{\text{зм}}}, \quad (1)$$

де $V_{\text{пост}}$ – умовно-постійні витрати за аналізований період;

P – ціна одиниці продукції;

$V_{\text{зм}}$ – умовно-змінні витрати на одиницю продукції.

У точці беззбитковості підприємство не отримує прибутків і не несе збитків, тобто витрати на виробництво і реалізацію продукції рівні чистому доходу.

Прибуток від реалізації продукції визначається як різниця реалізованої продукції в оптових цінах і повної собівартості реалізованої продукції.

Рентабельність виробу визначається за формулою:

$$R_v = \frac{\Pi}{C_n}, \quad (2)$$

де Π – прибуток на одиницю продукції, визначається як різниця між ціною і повною собівартістю;

C_n – собівартість одиниці продукції.

Тема 8. Бізнес-планування в підприємницькій діяльності

Семінарське заняття

Мета семінарського заняття: засвоєння теоретичного матеріалу щодо бізнес-планування.

План семінарського заняття

1. Необхідність планування підприємницької діяльності.
2. Бізнес-план як інструмент виробничої діяльності: його сутність, характеристика розділів, методика розроблення.
3. Зміст найважливіших розділів бізнес-плану.
4. Визначення потреб у виробничих ресурсах (основних виробничих фондах, обігових коштах, кадрах підприємства).
5. Аналіз беззбитковості діяльності підприємства.
6. Планування валового прибутку, прибутку від операційної та звичайної діяльності підприємства, чистого прибутку.
7. Оцінювання ефективності інвестицій.

Рекомендована література: основна [1 – 5]; додаткова [6; 9 – 12].

Завдання 24

Мета: засвоїти теоретичний матеріал із теми 8.

Оберіть правильний варіант відповідей (табл. 19).

Таблиця 19

Тестові завдання з теми 8

Запитання	Відповідь
1	2
1. Під плануванням діяльності підприємства розуміють	а) порівняння основних показників його розвитку в звітному й базових періодах; б) розрахунок майбутньої величини прибутків; в) процес визначення цілей підприємства, а також засобів і шляхів їхнього досягнення; г) аналіз перспектив розвитку підприємства в порівнянні з іншими підприємствами тієї ж галузі
2. Найважливішими принципами планування є	а) правильне обґрунтування та вибір мети й кінцевих результатів діяльності підприємства;

1	2
	б) зв'язок і взаємозалежність планових і фактичних показників; в) оптимальність використання ресурсів; г) системність і безперервність планування; д) суб'єктивне оцінювання майбутнього стану підприємства; е) мобільність; є) збалансованість; ж) усі відповіді правильні
3. Метою розроблення бізнес-плану може бути	а) приватизація підприємства; б) перемога над конкурентами; в) техніко-економічне обґрунтування інвестиційного проєкту; г) усі відповіді правильні
4. Письмовий документ, у якому викладено сутність підприємницької ідеї, шляхи й засоби її реалізації та охарактеризовано ринкові, виробничі, організаційні та фінансові аспекти майбутнього бізнесу, а також особливості управління ними – це	а) статут; б) установчий договір; в) свідоцтво про державну реєстрацію; г) бізнес-план; д) договір про спільну діяльність
5. Складовими бізнес-плану можуть бути	а) маркетинг-план; б) виробничий план; в) організаційний план; г) фінансовий план; д) усі зазначені раніше складові
6. Бізнес-план дає змогу вирішити цілий ряд завдань, основними серед яких є	а) обґрунтування економічної доцільності напрямів розвитку підприємства; б) розрахунок очікуваних фінансових результатів діяльності підприємства, насамперед обсягів продажу та прибутку; в) визначення джерел фінансування обраної стратегії, тобто способів концентрації фінансових ресурсів; г) підбір працівників, спроможних реалізувати цей план; д) усі відповіді є правильними
7. Бізнес-план розробляється на	а) 10 – 15 років; б) 1 – 3 роки; в) терміни чітко не визначені; г) 3 – 5 років

1	2
8. Зміст і структура бізнес-плану законодавчо визначені	а) Кабінетом Міністрів України; б) фондом держмайна; в) не регламентується; г) Верховною Радою
9. Суб'єкти інвестиційної діяльності, які ухвалюють рішення про вкладення власних, позикових і залучених майнових та інтелектуальних цінностей в об'єкти інвестування – це	а) інвестори; б) акціонери; в) учасники; г) принципали; д) брокери
10. Інвестиційна діяльність може здійснюватися за рахунок	а) власних фінансових ресурсів інвестора; б) позикових та залучених фінансових коштів інвестора; в) бюджетних інвестиційних асигнувань; г) безоплатних та благодійних внесків, пожертвувань організацій, підприємств і громадян; д) усі відповіді є правильними
11. Дисконтування використовують для	а) приведення вартості теперішніх доходів до майбутнього часу; б) приведення вартості майбутніх доходів до теперішнього часу; в) покращення показників фінансової ефективності проєкту; г) визначення термінів реалізації проєкту
12. Резюме бізнес-плану	а) демонструє його структуру і фактично є вступом до викладеного в ньому; б) створює для підприємця орієнтири в розробленні проєкту бізнесу; в) готується за результатами розроблення бізнес-плану; г) обов'язково містить розрахунки планованої прибутковості бізнесу; д) містить звернення до потенційного інвестора щодо вкладення капіталу
13. Якому інвестиційному проєкту буде віддано перевагу (NPV – чиста приведена вартість, IRR – внутрішня норма рентабельності)?	а) $NPV > 0$; б) $NPV < 0$; в) $NPV = 0$; г) $NPV > IRR$; д) $NPV = IRR$; е) $NPV < IRR$

Завдання 25

Мета: засвоїти зміст бізнес-плану.

У табл. 20 наведено розділи бізнес-плану та вказано характеристики розділів. Визначте, яка характеристика якому розділу відповідає.

Таблиця 20

Розділи бізнес-плану та їх характеристики

Розділи бізнес-плану	Характеристика розділів
1. Титульний аркуш.	Містить назву проєкту, найменування компанії-заявника, терміни реалізації і період розрахунку показників проєкту, контактну інформацію
2. Опис галузі (цільового ринку).	У концентрованому вигляді представляє сутність, цілі та завдання інвестиційного проєкту, обсяг інвестицій, інтегральні показники комерційної ефективності проєкту
3. План виробництва.	У розділі дається загальна характеристика ситуації, яка склалася в галузі (на цільовому ринку), де реалізовуватиметься проєкт
4. Організаційний план.	Дається загальна техніко-економічна і споживча характеристика продукції, яку планується випускати
5. Аналіз ризиків, чутливості та стійкості проєкту.	У розгорненому вигляді представляється маркетингова стратегія компанії під час реалізації проєкту, наводиться опис цінової, збутової, товарної політики і політики просування продукції на ринок
6. Опис продукції.	Дається детальна характеристика і прописуються вимоги до організації процесу виробництва, план виробництва, постійні та змінні витрати, план із персоналу
7. План маркетингу.	Містить характеристику організаційної структури компанії, її можливостей, опис нормативно-правової бази, організації управління реалізацією проєкту
8. Фінансовий план.	Містить фінансові та економічні розрахунки й обґрунтування проєкту, охоплюючи стратегію фінансування, аналіз беззбиткової діяльності, податкові та інші виплати, звіт про прибуток, план грошових надходжень і виплат, бухгалтерський баланс компанії
9. Додатки.	
10. Резюме	У цьому розділі дається аналіз можливих ризиків у ході реалізації проєкту, наводяться результати аналізу чутливості та стійкості проєкту, аналіз фінансових коефіцієнтів
	Містить необхідні супровідні документи – опис і фото продукції, необхідна документація (копії ліцензій, сертифікатів, дозволів, актів), проєктна документація та ін.

Завдання 26

Мета: засвоїти методичний підхід щодо визначення ритмічності діяльності підприємства.

Знайдіть коефіцієнт ритмічності виробництва за місяць, використовуючи дані табл. 21.

**Виготовлення продукції виробничим цехом
за календарними періодами місяця, грн**

Декада місяця	План	Фактично
I	230 000	220 000
II	230 000	225 000
III	270 000	295 600
Разом	730 000	740 600

Завдання 27

Мета: засвоїти методичний підхід щодо аналізу виконання плану на підприємстві.

На основі даних, наведених в табл. 22, визначте:

1) відсоток виконання плану на підприємствах за попередній і звітний періоди;

2) рівень спеціалізації підприємств.

Зробіть висновки.

Дані про діяльність підприємств, млн грн

Показники	Попередній рік		Звітний рік	
	план	факт	план	факт
Підприємство 1				
Основна продукція	30,5	33,8	37,1	40,5
Загальний обсяг випуску	40,1	45,0	49,4	54,1
Підприємство 2				
Основна продукція	64,8	71,8	75,7	83,7
Загальний обсяг випуску	117,1	125,8	131,3	141,9

Методичні рекомендації до виконання завдань 26, 27

Відсоток виконання плану ($V_{пл}$) за показником визначається за формулою:

$$V_{пл} = \frac{П_{ф}}{П_{пл}} 100, \quad (3)$$

де $П_{ф}$ – фактичне значення показника;

$П_{пл}$ – значення показника за планом.

Розрахунок рівня спеціалізації (P_c) визначається за формулою:

$$P_c = \frac{\Pi_{\text{осн}}}{\Pi_3}, \quad (4)$$

де $\Pi_{\text{осн}}$ – основна продукція;

Π_3 – загальний випуск продукції.

Коефіцієнт ритмічності (K_p) розраховується таким чином:

$$K_p = \frac{\sum_{i=1}^n \Pi_{\text{пр.пл}}}{\sum_{i=1}^n \Pi_{\text{пл}}}, \quad (5)$$

де $\Pi_{\text{пр.пл}}$ – випуск продукції в межах плану;

$\Pi_{\text{пл}}$ – випуск продукції за планом;

n – кількість періодів, що розглядаються.

Завдання 28

Мета: засвоїти методичний підхід щодо розрахунку показників ефективності інвестицій.

Для реалізації інвестиційного проєкту необхідні інвестиції у розмірі 320 тис. грн. Сума очікуваних доходів від реалізації проєкту за роками складає: 1-й рік – 225 тис. грн; 2-й рік – 235 тис. грн; 3-й рік – 248 тис. грн; 4-й рік – 154 тис. грн.

Визначте чисту приведену вартість проєкту, внутрішню норму рентабельності та приведену прибутковість. Ставку дисконтування прийняти на рівні 10 %.

Методичні рекомендації до виконання завдання 28

Показниками ефективності інвестицій є: чиста приведена вартість; коефіцієнт прибутковості проєкту та внутрішня норма прибутковості (рентабельності).

Чистий дисконтований дохід від проєкту – різниця між приведеною до поточної вартості сумою чистого грошового потоку за весь період реалізації інвестиційного проєкту і сумою приведеної до поточної вартості інвестиційних витрат на його реалізацію.

Внутрішня норма прибутковості – це така норма дисконту, за якої величина дисконтованих доходів від поточної діяльності підприємства,

отриманих у процесі реалізації проєкту, дорівнює приведеним (дисконтованим) одноразовим затратам.

Індекс прибутковості показує відносну прибутковість проєкту або поточну вартість грошових надходжень від проєкту в розрахунку на одиницю вкладень; дозволяє з'ясувати, чи зможе поточний дохід від проєкту покрити одноразові вкладення в нього.

Тема 9. Комерційна діяльність підприємницьких структур

Семінарське заняття

Мета семінарського заняття: засвоїти теоретичний матеріал із теми 9.

План семінарського заняття

1. Сутність, зміст та цілі комерційної діяльності.
2. Маркетинг як складова частина комерційної діяльності.
3. Сутність і зміст маркетингової діяльності.
4. Основні принципи маркетингу.
5. Вивчення можливостей підприємства. Вивчення споживачів.
6. Види маркетингу та умови їхнього застосування.

Рекомендована література: основна [1 – 3]; додаткова [6; 10; 12; 13].

Завдання 29

Мета: засвоїти теоретичний матеріал із теми 9.

Оберіть правильний варіант відповідей (табл. 23).

Таблиця 23

Тестові завдання з теми 9

Запитання	Відповідь
1	2
1. Юридичне ім'я підприємства або об'єднання підприємств – це	а) фірмове ім'я; б) фірма; в) імідж фірми; г) назва фірми

1	2
2. Форма звернення до споживачів з метою залучення їхньої уваги до товарів чи послуг – це	а) акція; б) реклама; в) імідж фірми; г) екскурсія на виробництво
3. До основних причин розвитку маркетингу не можна віднести	а) конкуренцію; б) розвиток товарного асортименту; в) науково-технічний прогрес; г) монополізм
4. Який із перерахованих видів діяльності не входить у маркетинг	а) маркетингові дослідження; б) формування бюджету на рекламу; в) формування місячного графіка виробництва; г) вибір технології виробництва; д) усе вказане раніше
5. Кінцевими цілями будь-якої маркетингової діяльності є	а) задоволення наявних потреб і запитів споживачів; б) забезпечення одержання підприємством відповідних доходів і прибутків; в) створення відповідного іміджу
6. Передумовами виникнення маркетингу є	а) розширення товарного асортименту; б) розширення активів і пасивів підприємства; в) наявність конкурентного середовища щодо виробників та споживачів продукції; г) здійснення цінової політики
7. До завдань, що вирішуються за допомогою маркетингу, належать	а) аналіз, оцінка та прогнозування стану і розвитку ринків, на яких фірма реалізує або планує реалізовувати свої товари та послуги; б) аналіз витрат підприємства; в) боротьба з конкурентами; г) аналіз прибутків підприємства
8. До рис сучасного маркетингу належать	а) неефективність; б) інноваційність; в) збитковість; г) масовість
9. Наслідками ринкової ситуації, коли пропозиція перевищує попит, є	а) криза недовиробництва; б) зростання цін; в) криза надвиробництва; г) спекуляція

1	2
10. Концепція соціально-етичного маркетингу вимагає від суб'єктів ринку	а) прагнення держави, товаровиробників і споживачів до збільшення своїх доходів; б) прагнення товаровиробників щодо збільшення своїх доходів за рахунок створення дефіциту пропозиції товару; в) прагнення держави контролювати виробництво товарів; г) задоволення потреб споживачів, одержання товаровиробником прибутку та виконання вимог суспільства щодо збереження довкілля
11. До основних елементів комплексу маркетингу належать	а) потреба, попит, товар; б) ціна, сукупність наявних та потенційних покупців; в) заміри обсягів попиту та прогнозування ринку; г) товар, ціна, методи стимулювання збуту та методи поширення
12. Елемент комплексу маркетингу, до якого належить марочна назва	а) товар; б) ціна; в) розподіл; г) просування
13. Елемент маркетингу, що передбачає ефективні контакти з покупцями	а) товар; б) ціна; в) розподіл; г) просування
14. Діяльність із продажу товарів і послуг, яка передбачає використання інтернету, називається	а) ціноутворення; б) дослідження; в) інтернет-торгівля; г) глобальний маркетинг
15. Одним з інструментів у залученні та утриманні споживачів є	а) програми лояльності; б) масова реклама; в) масовий розподіл; г) ефект масштабу

Завдання 30

Мета: обґрунтувати відповіді щодо поставлених запитань із маркетингової діяльності компанії.

Методи роботи Генрі Форда.

Приблизно за 12 років Форд перетворив невелику за розміром фірму у велику галузь, яка змінила американське суспільство. Він випускав

автомобіль, який продавався всього за \$290, і платив своїм робітникам \$–5 у тиждень (найвища плата на той час). У 1921 році Форд контролював 56 % ринку легкових автомобілів і майже весь світовий ринок.

Загальні принципи Форда можна узагальнити у вислові: "Будь-який покупець може отримати автомобіль будь-якого кольору, якого побажає, поки автомобіль буде найдешевшим і залишиться чорним".

Завдання:

1. Яку місію визначив Форд для своєї фірми?
2. Які цілі були у Генрі Форда?
3. Які стратегії у компанії "Форд Моторз"?
4. Як ви охарактеризуєте компанію "Форд Моторз" з точки зору її взаємодії із зовнішнім середовищем? [14].

Завдання 31

Мета: обґрунтувати відповіді щодо поставлених запитань із вибору носіїв реклами для здійснення рекламної кампанії.

Київське підприємство "Здоров'я" пропонує на ринок України новий товар: вода "Джерельна". З метою інформування потенційних покупців про наявність цього товару на ринку, керівництво вирішило здійснити рекламну кампанію, в ході реалізації якої виникла проблема – який носій реклами доцільніше використати для цього?

Як ви порадите вирішити цю проблему для керівництва компанії? Обґрунтуйте свої пропозиції.

Завдання 32

Мета: обґрунтувати відповіді щодо поставлених запитань із використання видів і засобів реклами.

Якими видами і засобами реклами краще користуватися:

- під час виведення на ринок нового товару рідкого попиту;
- у рекламній кампанії товару повсякденного попиту на останній початковій стадії життєвого циклу товару;
- у рекламній кампанії товару повсякденного попиту на вершині життєвого циклу товару;
- у рекламній кампанії товару повсякденного попиту на останній завершальній стадії життєвого циклу товару;
- у рекламі медичних послуг?

Завдання 33

Мета: ознайомитися з методом розрахунку ціни на основі витрат.

Визначте ціну одиниці продукції підприємства на основі повних витрат та цільового прибутку, якщо змінні витрати складають 50 грн/шт., а постійні витрати – 23 000 грн. Орієнтовний обсяг продажу – 200 шт. Рентабельність продукції складає 20 %.

Методичні рекомендації до виконання завдань 30 – 33

Для вирішення ситуаційних завдань необхідно ознайомитися з презентацією з цієї теми та конспектом лекцій.

Ціна на основі повних витрат розраховується як сума повних витрат на виробництво та реалізацію продукції та цільового прибутку. Цільовий прибуток визначається на основі вказаної рентабельності продукції.

Тема 10. Кадри та оплата праці в підприємницькій діяльності

Семінарське заняття

Мета семінарського заняття: засвоєння теоретичного матеріалу щодо кадрів та оплати праці.

План семінарського заняття

1. Склад і структура кадрів на підприємстві.
2. Система підготовки кадрів та підвищення кваліфікації.
3. Формування трудового колективу.
4. Поняття трудового договору (контракту) і договору підряду.
5. Мотивація в бізнесі. Види стимулів до праці.
6. Організація оплати праці в бізнесі.
7. Принципи оплати праці.
8. Форми і системи оплати праці працівників підприємства.
9. Сутність безтарифної системи оплати праці.

Рекомендована література: основна [1 – 4]; додаткова [6; 10; 12; 14].

Завдання 34

Мета: засвоїти теоретичний матеріал із теми 10.

Оберіть правильний варіант відповідей (табл. 24).

Тестові завдання з теми 10

Запитання	Відповідь
1	2
1. До промислово-виробничого персоналу належать	а) керівники; б) спеціалісти; в) працівники медпункту заводу; г) службовці; д) робітники; е) вихователі гуртожитку заводу
2. До категорій спеціалістів належать	а) начальники цехів; б) майстри дільниць; в) інженери; г) економісти; д) бухгалтери; е) нормувальники; є) соціологи
3. Сукупність постійних працівників, що мають необхідну професійну підготовку та певний досвід практичної діяльності, називають	а) трудовим колективом підприємства; б) персоналом підприємства; в) трудовими ресурсами; г) трудовим потенціалом
4. До категорії службовців відносяться працівники, які	а) займаються інженерно-технічними та економічними роботами; б) зайняті безпосередньо у процесі виробництва та надання матеріальних благ; в) здійснюють підготовку та оформлення документації, облік і контроль, господарське обслуговування; г) обіймають посади керівників структурних підрозділів підприємства; д) виконують суто розумову роботу
5. Рівень продуктивності праці характеризують	а) фондівдача і фондомісткість; б) виробіток на одного працівника; в) трудомісткість продукції; г) фондоозброєність праці; д) прибуток
6. Продуктивність праці персоналу – це	а) показник, що характеризує ефективність праці та показує здатність працівників випустити певну кількість продукції за одиницю часу; б) кількість продукції, яка вироблена одним працівником за одиницю часу;

1	2
	в) кількість робочого часу, витраченого на виробництво одиниці продукції; г) усі відповіді правильні
7. На динаміку продуктивності праці впливають такі фактори	а) структурні зрушення; б) підвищення технічного рівня виробництва; в) удосконалення управління, організації виробництва та праці; г) зміна обсягів виробництва продукції; д) жодний із зазначених
8. Виробіток – це	а) показник, що характеризує ефективність праці та показує здатність працівників випустити певну кількість продукції за одиницю часу; б) кількість продукції, яка вироблена одним працівником за одиницю часу; в) кількість робочого часу, витраченого на виробництво одиниці продукції; г) усі відповіді правильні
9. Трудомісткість – це	а) показник, що характеризує ефективність праці та показує здатність працівників випустити певну кількість продукції за одиницю часу; б) кількість продукції, яка вироблена одним працівником за одиницю часу; в) кількість робочого часу, витраченого на виробництво одиниці продукції; г) усі відповіді правильні
10. Заробітна плата – це	а) економічна категорія, яка відображає відносини між роботодавцем та найманим робітником з приводу розподілу новоствореної вартості продукції (товарів, послуг); б) елемент ринку праці, що складається в результаті взаємодії попиту та пропозиції та виражає ціну використання робочої сили; в) винагорода, обчислена, здебільшого, у грошовому вираженні, яку роботодавець виплачує найманому працівникові за виконану їм роботу; г) усі відповіді правильні
11. Розмір заробітної плати залежить від	а) умов праці працівника; б) розміру мінімальної заробітної плати; в) результатів праці працівника; г) усі відповіді правильні

1	2
12. Штатний розпис – це	<p>а) внутрішній нормативний документ підприємства, в якому визначається перелік посад, що є на цьому підприємстві, чисельність працівників за кожною з них і розміри їхніх місячних посадових окладів;</p> <p>б) сукупність соціально-правових, організаційно-економічних і психологічних заходів держави з формування, використання і відтворення трудового (кадрового) потенціалу;</p> <p>в) система праці, норм і нормативів, заходів для вирішення кадрових проблем підприємства;</p> <p>г) усі відповіді правильні</p>
13. Укажіть, яке визначення є правильним	<p>а) робітники – це працівники, що здійснюють підготовку та оформлення документів, облік та контроль, господарське обслуговування;</p> <p>б) структура персоналу – це кількісне співвідношення окремих категорій працівників;</p> <p>в) професія – це сукупність спеціальних знань та практичних навичок, що визначають ступінь підготовленості працівника до виконання професійних функцій певної складності;</p> <p>г) керівники – це працівники, що займаються інженерно-технічними, економічними та іншими роботами</p>
14. Заробітна плата спеціалістів і службовців визначається на основі	<p>а) штатного розпису і посадових окладів;</p> <p>б) розцінок і планового випуску продукції;</p> <p>в) годинних тарифних ставок і трудомісткості виробленої продукції;</p> <p>г) контрактів</p>
15. Тарифна система оплати праці містить	<p>а) тарифні ставки, тарифні сітки;</p> <p>б) тарифні ставки, посадові оклади, тарифні сітки;</p> <p>в) тарифні ставки, тарифні сітки, тарифно-кваліфікаційний довідник;</p> <p>г) посадові оклади, тарифно-кваліфікаційний довідник</p>
16. Для почасової форми оплати праці характерною є оплата праці відповідно до	<p>а) кількості відпрацьованого часу, кількості виготовленої продукції;</p> <p>б) кількості відпрацьованого часу;</p> <p>в) кількості наданих послуг;</p> <p>г) посадового окладу</p>

Завдання 35

Мета: ознайомитися з методикою розрахунку продуктивності праці.

Розрахуйте підвищення продуктивності праці порівняно з планом, якщо план випуску продукції – 920 тис. грн, чисельність працівників – 210 осіб, фактичний план виконано на 105 %, а чисельність зменшилася на 5 осіб.

Завдання 36

Мета: ознайомитися з методикою розрахунку виробітку на одного робітника.

Виріток одного робітника в базисному періоді становив 6 000 грн. Чисельність робітників – 400 осіб. У плановому періоді зростання продуктивності праці має становити 107,9 %, а чисельність робітників має зменшитися на 2 %. Визначте продуктивність праці та чисельність робітників у плановому періоді, а також величину приросту обсягу виробництва.

Завдання 37

Мета: ознайомитися з методикою розрахунку годинної тарифної ставки робітників вищих розрядів.

Відповідно до колективного договору на промисловому підприємстві діє тарифна сітка, яка наведена в табл. 25.

Таблиця 25

Тарифна сітка робітників підприємства

Показник	Тарифні розряди							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Тарифні коефіцієнти	1,0	1,088	1,204	1,350	1,531	1,800	1,892	2,000

Годинна тарифна ставка робітника першого розряду становить 28,50 грн. Відповідно до запропонованої тарифної сітки робітників підприємства визначте годинну тарифну ставку робітників вищих розрядів.

Методичні рекомендації до виконання завдань 35 – 37

Продуктивність праці характеризується таким показником, як виробіток на одного робітника. Цей показник визначається як співвідношення

між кількістю виробленої продукції та затратами робочого часу на її виготовлення.

Годинна часова тарифна ставка робітників вищого розряду визначається як часова тарифна ставка робітника першого розряду, помножена на відповідний тарифний коефіцієнт.

Тема 11. Договірні відносини в підприємницькій діяльності

Семінарське заняття

Мета семінарського заняття: засвоєння теоретичного матеріалу щодо договірних відносин у підприємницькій діяльності.

План семінарського заняття

1. Поняття підприємницького договору.
2. Функції договору в підприємницькій діяльності.
3. Класифікація підприємницьких договорів за сферою діяльності.
4. Зміст підприємницького договору.

Рекомендована література: основна [1 – 3]; додаткова [10; 12].

Завдання 38

Мета: засвоїти теоретичний матеріал із теми 11. Оберіть правильний варіант відповідей (табл. 26).

Таблиця 26

Тестові завдання з теми 11

Запитання	Відповідь
1	2
1. Домовленість двох або більше сторін, спрямована на встановлення, зміну або припинення цивільних прав та обов'язків – це	а) ліцензія; б) патент; в) договір; г) статут; д) свідоцтво про державну реєстрацію

1	2
2. Сторона, яка робить пропозицію укласти договір, іменується	а) акцептантом; б) оферентом; в) консигнантом; г) принципалом; д) акціонером
3. Будь-який договір містить	а) преамбулу (вступну частину); б) основну частину (з виділенням загальних та специфічних умов договору); в) заключну частину; г) усі відповіді правильні
4. Документ, за яким продавець (постачальник), який здійснює підприємницьку діяльність, зобов'язується передати у встановлений строк (строки) товар у власність покупця для використання його у підприємницькій діяльності або в інших цілях, не пов'язаних з особистим, сімейним, домашнім або іншим подібним використанням, а покупець зобов'язується прийняти товар і сплатити за нього певну грошову суму – це договір	а) лізингу; б) найму працівників; в) купівлі-продажу; г) поставки; д) надання послуг
5. Документ, відповідно до змісту якого одна сторона (одержувач ренти) передає другій стороні (платникові ренти) у власність майно, а платник ренти взамін цього зобов'язується періодично виплачувати одержувачеві ренту у формі певної грошової суми або в іншій формі – це договір	а) оренди; б) дарування; в) ренти; г) поставки; д) купівлі-продажу
6. Установчий договір – це	а) письмовий документ, який свідчить про волевиявлення фізичних або юридичних осіб щодо створення (заснування) нової організаційно-правової структури для реалізації будь-якої конкретної підприємницької ідеї; б) договір, що відображає волевиявлення сторін стосовно не організації (створення, заснування), а безпосереднього здійснення підприємницької діяльності; він не передбачає (не вимагає) об'єднання сторін, що домовляються між собою, в певну організаційну форму;

1	2
	в) угода, що не передбачає (не вимагає) об'єднання сторін, що домовляються між собою, в певну організаційну форму або індивідуальне об'єднання сторін; г) правильна відповідь відсутня
7. Специфічні умови договору охоплюють	а) предмет договору і кількість товару; б) якість товару та базові умови постачання; в) знижку з ціни, або надбавку до ціни (якщо вони застосовуються); г) правильна відповідь відсутня
8. Факторинг – це	а) система взаємовідносин, яка встановлюється між підприємцем і фактор-фірмою, яка бере на себе дебіторську заборгованість підприємця або купує у підприємця його вимогу до того чи іншого партнера щодо оплати боргу; б) форма партнерських взаємовідносин, що застосовується в системі міжбанківських зв'язків (заснування так званих кореспондентських рахунків) і міждержавних відносин; в) це комерційна операція з обміну певної кількості одного товару на кількість іншого еквівалентну за вартістю; г) правильна відповідь відсутня
9. За яким договором одна сторона зобов'язується за дорученням іншої сторони за плату здійснити одну або декілька юридичних дій від свого імені, але за рахунок комітента?	а) оренди; б) доручення; в) комісії; г) поставки; д) купівлі-продажу
10. За яким договором одна сторона передає іншій стороні за плату на певний строк у користування майно для здійснення господарської діяльності?	а) оренди; б) доручення; в) комісії; г) поставки; д) купівлі-продажу
11. У законодавстві України відсутнє поняття договору франчайзингу. Зазначте, який договір є його синонімом	а) комерційної концесії; б) доручення; в) комісії; г) поставки; д) купівлі-продажу
12. Укажіть форми укладання господарських договорів	а) документарна і бездокументарна; б) письмова і усна; в) повна і скорочена

Завдання 39

Мета: ознайомитися зі структурою та змістом підприємницького договору.

Визначте, яким частинам договору відповідає вказаний у табл. 27 зміст.

Таблиця 27

Структура та зміст підприємницького договору

Структура договору	Зміст договору
1. Специфічні (додаткові) умови.	Чітка офіційна назва. Місце і дата укладання. Зазначення факту укладання договору на умовах, викладених у його тексті. Юридичні назви сторін договору
2. Преамбула.	
3. Основна частина.	Предмет договору і кількість товару. Якість товару. Ціна товару. Базові умови постачання. Форма оплати. Термін постачання. Маркування, пакування і тара. Здавання – приймання. Відповідальність сторін. Застереження за договором
4. Кінцева частина	
	Арбітражні застереження. Форс-мажорні обставини
	Необхідні додатки. Юридичні адреси. Підписи сторін

Тема 12. Ризики в підприємницькій діяльності

Семінарське заняття

Мета семінарського заняття: засвоєння теоретичного матеріалу щодо ризиків у підприємницькій діяльності.

План семінарського заняття

1. Поняття економічного ризику.
2. Причини економічних ризиків.
3. Сутність та основні види ризиків.
4. Управління економічними ризиками.
5. Механізм зменшення основних економічних ризиків.

Рекомендована література: основна [1 – 4]; додаткова [10; 12].

Завдання 40

Мета: засвоїти теоретичний матеріал із теми 12.
Оберіть правильний варіант відповідей (табл. 28).

Таблиця 28

Тестові завдання з теми 12

Запитання	Відповідь
1	2
1. Загроза виникнення непередбачених планами та прогнозами матеріальних і фінансових втрат та збитків або недоодержання очікуваних доходів у ході здійснення підприємницької діяльності – це	а) підприємницький ризик; б) ризик втрати майна; в) ризик втрати часу; г) фінансовий ризик; д) економічний ризик
2. До внутрішніх причин, що зумовлюють підприємницький ризик, можна віднести	а) недоліки у системі управління; б) недоліки організації процесу виробництва; в) поведінку контрагентів; г) правильні відповіді а та б
3. До зовнішніх причин, що зумовлюють підприємницький ризик, можна віднести	а) похибки у визначенні попиту; б) природно-кліматичні умови; в) зміни ринкової кон'юнктури; г) усі відповіді правильні
4. Господарські ризики можуть містити	а) ризик зміни податкового законодавства; б) відсутність попиту на товари та послуги; в) інфляція; г) ризик неадекватного менеджменту; д) усі відповіді є правильними
5. Ризик суб'єкта економічних відносин, що здійснює підприємницьку діяльність у вигляді інвестування, – це	а) підприємницький ризик; б) ризик втрати майна; в) ризик втрати часу; г) фінансовий ризик; д) інвестиційний ризик
6. Причини виникнення ризиків під час здійснення підприємницької діяльності обумовлені	а) постановкою помилкової мети невизначеністю ситуації; б) обмеженістю ресурсів; в) протидією партнерів; г) низькою якістю продукції, робіт та послуг; д) усі відповіді є правильними

1	2
7. Витрати, пов'язані з ризиком, можуть бути	а) матеріальними; б) фінансовими; в) трудовими; г) втратами часу; д) усі відповіді є правильними
8. Найбільш розповсюдженими методами зниження ризику є	а) розподіл ризику між учасниками підприємницької діяльності; б) страхування ризику; в) резервування коштів на покриття непередбачених витрат; г) нейтралізація часткових ризиків; д) усі відповіді є правильними
9. Ризик, що призводить до банкрутства підприємства	а) припустимий ризик; б) критичний ризик; в) катастрофічний ризик; г) спекулятивний ризик; д) зовнішній ризик
10. Управління ризиками – це	а) частина діяльності керівника організації, спрямована на її економічний захист від небажаних свідомих або випадкових обставин, що наносять шкоди її діяльності; б) виявлення, аналіз і вплив на всі ризики, з якими стикається організація, з позиції використання сприятливих можливостей для збільшення вартості її активів; в) визначення втрат, які проявляються у вигляді заподіяння шкоди здоров'ю та життю людей, навколишньому середовищу, престижу підприємця або виникають внаслідок інших несприятливих соціальних і морально-психологічних причин; г) правильна відповідь відсутня
11. Мета управління ризиками – це	а) виявляти, аналізувати і впливати на всі ризики, з якими стикається організація, з позиції використання сприятливих можливостей для збільшення вартості її активів; б) зниження величини передбачуваного доходу, так звана упущена вигода, також входить у категорію ризику;

1	2
	в) визначення небезпеки потенційно можливої, ймовірної втрати ресурсів чи недоотримання доходу порівняно з варіантом, розрахованим на раціональне використання ресурсів; г) правильна відповідь відсутня
12. Серед способів усунення ризиків фахівці виділяють	а) уникнення ризику; б) утримання ризику; в) передача ризику та зниження ступеня ризику; г) усі відповіді правильні
13. Дії підприємства, які можна визначити як створення резервів для компенсації можливих фінансових втрат, належать до	а) страхування; б) диверсифікації ризиків; в) формування резервних запасів; г) формування інвестиційного портфеля

Завдання 41

Мета: проаналізувати підприємницькі ризики та надати рекомендації з їхнього усунення.

ТОВ "Надія" займає монопольне становище на ринку щодо виготовлення вікон із пластику. За останні 5 років діяльності підприємство скоротило обсяги виробництва своєї продукції з метою створення дефіциту та підвищення попиту на неї, і як наслідок – підвищення ціни.

У результаті зазначене обмеження виробництва продукції не призвело до очікуваних наслідків.

Визначте:

1. Чи допустило ТОВ "Надія" зловживання монопольним становищем?
 2. Укажіть можливі ризики здійснення підприємницької діяльності на ринку.
 3. Надайте рекомендації, як уникнути підприємству ризиків.
- Відповіді обґрунтуйте та зробіть узагальнювальні висновки.

Завдання 42

Мета: проаналізувати функції, які виконує підприємницький ризик.

У табл. 29 вказана сутність основних функцій підприємницьких ризиків. Встановіть відповідність функції з їхньою сутністю.

Економічні функції підприємницького ризику

Функції	Сутність
1. Основна.	Створення підприємницького доходу
2. Соціальна.	Нерозривно пов'язана з ризиком: допущення помилки у новаторській ідеї, у виробництві, у його результатах, у реалізації нового товару
3. Захисна.	
4. Інноваційна.	В умовах непевності є небезпека втрати й непередбаченості витрати ресурсів, недоотримання доходів порівняно із запланованим варіантом. Прораховуючи й передбачаючи ймовірність настання непередбачених ситуацій, підприємець запобігає багатьом втратам або швидко компенсує їх
5. Регулятивна.	
6. Аналітична	Ризик вимагає великої аналітичної роботи, тому що необхідне прорахування можливих варіантів, вибору оптимального варіанта, який дозволить здійснити господарський маневр у потрібний момент, з найменшими втратами або з найбільшим виграшем
	Підприємець надає динамізму процесу господарювання. Це рух уперед із багатьма невідомими, з ризиком. Щоб додати цьому процесу стійкості, адаптуватися в непевності, потрібна особлива функція
	Сприяючи підвищенню ефективності виробництва, ризик тим самим створює реальну матеріальну базу для задоволення соціальних потреб, для підвищення добробуту населення. За стійкої роботи підприємства стабілізується зайнятість населення

Тема 13. Державне регулювання підприємницької діяльності

Семінарське заняття

Мета семінарського заняття: засвоєння теоретичного матеріалу щодо державного регулювання підприємницької діяльності.

План семінарського заняття

1. Необхідність державного регулювання підприємницької діяльності.
2. Сутність державного регулювання підприємницької діяльності.

3. Механізм регулювання бізнесу.
4. Методи державного регулювання бізнесу.
5. Антимонопольна діяльність держави. Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності.
6. Економічна безпека підприємництва.
7. Правова база підприємництва в Україні.

Рекомендована література: основна [1 – 3]; додаткова [6 – 8; 10].

Завдання 43

Мета: засвоїти теоретичний матеріал із теми 13.

Оберіть правильний варіант відповідей (табл. 30).

Таблиця 30

Тестові завдання з теми 13

Запитання	Відповідь
1	2
1. До інструментів (методів) державного регулювання підприємництва належать	а) податково-бюджетна система; б) цінове регулювання; в) кредитно-грошове регулювання; г) зовнішньоекономічне регулювання; д) усі відповіді є правильними
2. Основними засобами регулювального впливу держави на діяльність суб'єктів господарювання є	а) державне замовлення, державне замовлення; б) ліцензування, патентування і квотування; в) сертифікація та стандартизація; г) регулювання цін і тарифів; д) усі відповіді є правильними
3. До основних функцій державного розвитку підприємництва належать	а) підтримка пропорційності виробництва та споживання; б) підтримка та розвиток конкуренції; в) перерозподіл доходів; г) соціальний захист підприємців і споживачів
4. Прямими методами державного регулювання розвитку підприємництва є	а) правові; б) економічні; в) адміністративні; г) соціально-психологічні

1	2
5. Непрямими методами державного регулювання розвитку підприємництва є	а) правові; б) економічні; в) адміністративні; г) соціально-психологічні
6. Засобами регулювального впливу держави на діяльність суб'єктів підприємництва є	а) регулювання цін і тарифів; б) надання дотацій, компенсацій, субсидій; в) надання інвестиційних, податкових та інших пільг; г) усі відповіді є правильними
7. Держава здійснює контроль і нагляд за підприємницькою діяльністю у таких сферах	а) ціни і ціноутворення; б) виробництво; в) праця; г) споживання
8. Завданнями державної підтримки розвитку підприємництва є	а) забезпечення зростання ВВП за рахунок діяльності суб'єктів підприємництва; б) підвищення технологічного рівня виробництва підприємницьких структур; в) створення нових робочих місць; г) усі відповіді є правильними
9. Реалізація завдань державної підтримки розвитку підприємництва досягається через	а) удосконалення податкової та фінансово-кредитної політики; б) сприяння впровадженню технологій та інновацій; в) підготовку/перепідготовку кадрів; г) усі відповіді є правильними
10. Формами державної підтримки розвитку підприємництва є	а) надання цільових кредитів; б) надання земельних ділянок і майна, необхідних для здійснення підприємницької діяльності; в) сприяння організації матеріально-технічного забезпечення та інформаційного обслуговування підприємств; г) стимулювання за допомогою економічних важелів модернізації технології, інноваційної діяльності, освоєння нових видів товарів та послуг
11. В Україні до загальнодержавних податків та зборів належать	а) податок на прибуток підприємств; б) екологічний податок; в) податок на майно; г) туристичний збір

1	2
12. До місцевих податків в Україні належать	а) акцизний податок; б) єдиний податок; в) податок на доходи фізичних осіб; г) туристичний збір
13. Законодавство впливає на розвиток підприємництва за такими напрямками	а) захист прав найманих працівників; б) основи організації та діяльності підприємства; в) захист прав споживачів; г) усі відповіді є правильними
14. В Україні регулювання розвитку підприємництва відноситься до сфери управління таких органів державної влади	а) Міністерство економічного розвитку і торгівлі України; б) Комітет Верховної Ради України з питань промислової політики та підприємництва; в) Антимонопольного комітету; г) Державної фіскальної служби України; д) усі відповіді є правильними

Завдання 44

Мета: обґрунтувати необхідність державного регулювання підприємницької діяльності.

1. Обґрунтуйте об'єктивну необхідність державного регулювання підприємництва. Поясніть, чому без втручання держави, без державного регулювання підприємництво не в змозі виконувати свої соціально-економічні функції.

2. За якою схемою здійснюються механізми державного регулювання підприємництва в Україні?

3. Визначте найбільш важливі адміністративні та економічні методи державного регулювання підприємництва. Які методи, на вашу думку, гальмують розвиток підприємництва? Поясніть, чому і які існують шляхи подолання цього.

4. На конкретних прикладах розкрийте, як саме здійснюється державна підтримка підприємництва у місті Харкові. Обґрунтуйте недостатність та обмеженість такої підтримки держави.

Рекомендована література

Основна

1. Гой І. В. Підприємництво : навч. посіб. / І. В. Гой, Т. П. Смелянська. – Київ : Центр учбової літератури, 2013. – 368 с.
2. Добрава Н. В. Основи бізнесу : навч. посіб. / Н. В. Добрава, М. М. Осипова. – Одеса : Бондаренко М. О., 2018. – 305 с.
3. Педько А. Основи підприємництва і бізнес-культури : навч. посіб. / А. Педько. – Київ : Центр навчальної літератури, 2019. – 168 с.
4. Петрович Й. М. Створення і функціонування суб'єктів підприємництва : навч. посіб. / Й. М. Петрович. – Київ : Ліра-К, 2015. – 256 с.
5. Притиченко Т. І. Теорія та практика бізнес-планування: маркетинговий аспект / Т. І. Притиченко // Сучасний маркетинг: аналіз та перспективи розвитку / П. А. Орлов, Н. М. Лисиця, Г. О. Холодний та ін. – Харків : Вид. ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. – С. 20–45.

Додаткова

6. Варналій З. С. Основи підприємництва : навч. посіб. / З. С. Варналій. – Київ : Знання-Прес, 2006. – 329 с.
7. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2003. – № 18, № 19–20. № 21–22. – Ст. 144.
8. Конституція України від 28.06.1996 р. № 254к/96-ВР // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 1996. – № 30. – Ст. 141.
9. Національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку: нормативна база. Нова редакція. – Харків : Курсор, 2003. – 214 с.
10. Остапчук А. Д. Організація підприємницької діяльності у фірмі : навч. посіб. / А. Д. Остапчук, А. В. Збарська ; [за ред. проф. В. К. Збарського. – Київ : КиМУ, 2015. – 273 с.
11. Податковий Кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2011. – № 13–14, № 15–16, № 17. – Ст. 112.
12. Притиченко Т. І. Маркетингове обґрунтування бізнес-плану підприємства / Т. І. Притиченко, Т. П. Прохорова // Вісник національного технічного університету "ХПІ" : збірник наукових праць. – 2014. – № 34. – С. 31–40.
13. Швиданенко Г. О. Економічна безпека бізнесу : навч. посіб. / Г. О. Швиданенко, В. М. Кузьомко, Н. І. Норіцина. – Київ : ХНЕУ, 2011. – 511 с.

Інформаційні ресурси

14. Аналіз ситуацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://studopedia.com.ua/1_209683_analiz-situatsiy.html.
15. Безродна С. М. Організація підприємницької діяльності [Електронний ресурс] : збірник тестів і практичних завдань для студентів економічних спеціальностей / С. М. Безродна. – Чернівці : ПВКФ "Технодрук", 2017. – 62 с. – Режим доступу : http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPIPress/34039/1/prohramy_2017_Bezrodna_Orhanizatsiia_pidpnyemnytskoi.pdf.
16. Кодекс законів про працю України 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://urist-ua.net/кодекси/кодекс_законів_про_працю_україни.
17. Офіційний сайт Верховної Ради України. Законодавство України. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws>.
18. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. – Режим доступу : <http://www.minfin.gov.ua>.
19. Офіційний сайт Національного банку України. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua>.
20. Про акціонерні товариства [Електронний ресурс] : Закон України № 514-VI редакції від 17.10.2019 р. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/514-17>.
21. Про господарські товариства [Електронний ресурс] : Закон України № 1576-XII редакції від 18.02.2018 р. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1576-12#Text>.
22. Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань [Електронний ресурс] : Закон України № 755-IV редакції від 11.01.2019 р. – Режим доступу : https://taxlink.ua/normative_acts/zakon-ukraini-pro-derzhavny-rejestracijju-juridichnih-osib.
23. Про зовнішньоекономічну діяльність [Електронний ресурс] : Закон України № 959-XII редакції від 04.10.2018 р. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12>.
24. Про ліцензування видів господарської діяльності [Електронний ресурс] : Закон України № 222-VIII редакції від 01.07.2019 р. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19>.
25. Професійна правова система МЕГА НАУ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nau.kiev.ua>.
26. Сайт інформаційного агентства ЛІГАБізнесІнформ. – Режим доступу : <http://www.liga.net>.
27. Сайт ПНС ХНЕУ ім. С. Кузнеця. – Режим доступу : <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=5458>.

Додатки

Додаток А

Показники структурної статистики суб'єктів господарювання з розподілом за їх розмірами *

69

Показник	Усього	У тому числі									
		підприємства					фізичні особи-підприємці				
		усього	великі	середні	малі	з них мікро- підприємства	усього	суб'єкти середнього підпри- ємництва	суб'єкти малого підпри- ємництва	з них суб'єкти мікропідпри- ємництва	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
Кількість суб'єктів господарювання, одиниць											
2010	2 183 928	378 810	586	20 983	357 241	300 445	1 805 118	355	1 804 763	1 793 243	
2011	1 701 620	375 695	659	20 753	354 283	295 815	1 325 925	306	1 325 619	1 313 004	
2012	1 600 127	364 935	698	20 189	344 048	286 461	1 235 192	361	1 234 831	1 224 315	
2013	1 722 070	393 327	659	18 859	373 809	318 477	1 328 743	351	1 328 392	1 318 703	
2014	1 932 161	341 001	497	15 906	324 598	278 922	1 591 160	712	1 590 448	1 580 965	
2015	1 974 318	343 440	423	15 203	327 814	284 241	1 630 878	307	1 630 571	1 626 589	
2016	1 865 530	306 369	383	14 832	291 154	247 695	1 559 161	281	1 558 880	1 553 041	
2017	1 805 059	338 256	399	14 937	322 920	278 102	1 466 803	317	1 466 486	1 458 980	

Закінчення додатка А

70

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Кількість суб'єктів господарювання на 10 тис. осіб наявного населення, одиниць										
2010	477	83	0	5	78	66	394	0	394	391
2011	372	82	0	5	77	65	290	0	290	287
2012	351	80	0	4	76	63	271	0	271	269
2013	378	86	0	4	82	70	292	0	292	290
2014	450	80	0	4	76	65	370	0	370	368
2015	462	81	0	4	77	66	381	0	381	380
2016	437	72	0	4	68	58	365	0	365	364
2017	425	80	0	4	76	65	345	0	345	343
Кількість зайнятих працівників, тис. осіб										
2010	10 772,7	7 958,2	2 400,3	3 393,3	2 164,6	832,6	2 814,5	20,5	2 794,0	2 708,1
2011	10 164,5	7 793,1	2 449,0	3 252,6	2 091,5	788,9	2 371,4	20,9	2 350,5	2 241,5
2012	9 957,6	7 679,7	2 484,2	3 144,2	2 051,3	788,2	2 277,9	44,0	2 233,9	2 062,8
2013	9 729,1	7 406,5	2 383,7	3 012,1	2 010,7	795,3	2 322,6	42,1	2 280,5	2 119,8
2014	8 796,7	6 298,5	1 915,1	2 696,5	1 686,9	723,5	2 498,2	69,9	2 428,3	2 253,4
2015	8 180,0	5 889,7	1 708,6	2 604,7	1 576,4	691,4	2 290,3	28,0	2 262,3	2 187,2
2016	8 108,3	5 801,1	1 586,6	2 622,8	1 591,7	642,7	2 307,2	27,1	2 280,1	2 172,0
2017	8 141,0	5 812,9	1 560,9	2 593,1	1 658,9	714,6	2 328,1	30,7	2 297,4	2 160,2

* Дані наведено без урахування результатів діяльності банків, бюджетних установ, тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

Зміст

Вступ.....	3
Змістовий модуль 1. Теоретичні та організаційні основи підприємництва.....	4
Тема 1. Теоретичні основи підприємницької діяльності	4
Тема 2. Внутрішнє та зовнішнє підприємницьке середовище	7
Тема 3. Етика та діловий етикет у підприємницькій діяльності.....	16
Тема 4. Умови здійснення підприємницької діяльності.....	19
Тема 5. Організаційно-правові форми підприємництва.....	23
Тема 6. Організація малого підприємництва	31
Змістовий модуль 2. Економічні аспекти підприємницької діяльності	36
Тема 7. Економічні основи підприємництва	36
Тема 8. Бізнес-планування в підприємницькій діяльності	41
Тема 9. Комерційна діяльність підприємницьких структур	47
Тема 10. Кадри та оплата праці в підприємницькій діяльності.....	51
Тема 11. Договірні відносини в підприємницькій діяльності	56
Тема 12. Ризики в підприємницькій діяльності.....	59
Тема 13. Державне регулювання підприємницької діяльності	63
Рекомендована література.....	67
Основна	67
Додаткова.....	67
Інформаційні ресурси	68
Додатки.....	69

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА

**Методичні рекомендації
до практичних завдань
для студентів спеціальності 075 "Маркетинг"
першого (бакалаврського) рівня**

Самостійне електронне текстове мережеве видання

Укладачі: **Притиченко** Тамара Іванівна
Тер-Карпетянц Юлія Миколаївна

Відповідальний за видання *П. А. Орлов*

Редактор *В. Ю. Степаненко*

Коректор *Н. В. Грінченко*

План 2020 р. Поз. № 56 ЕВ. Обсяг 72 с.

Видавець і виготовлювач – ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 61166, м. Харків, просп. Науки, 9-А

*Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру
ДК № 4853 від 20.02.2015 р.*