

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Факультет економіки та управління  
Кафедра підприємництва і торгівлі**

**О. П. Вашків**

## **МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ**

**для самостійного вивчення  
дисципліни «ПІДПРИЄМНИЦТВО»**

**здобувачами вищої освіти першого бакалаврського рівня  
спеціальностей: 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»,  
075 «Маркетинг», 241 «Готельно-ресторанна справа», 242 «Туризм»,  
028 «Менеджмент соціокультурної діяльності»**

**м. Тернопіль - ЗУНУ  
2021**

Вашків О.П. Методичні вказівки для самостійного вивчення дисципліни «Підприємництво» здобувачами вищої освіти першого бакалаврського рівня спеціальностей: 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», 075 «Маркетинг», 241 «Готельно-ресторанна справа», 242 «Туризм», 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності», 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа». Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 60 с.

Методичні вказівки покликані сприяти здобувачам вищої освіти першого бакалаврського рівня в самостійному опануванні навчальної дисципліни «Підприємництво», ознайомлюючи з її тематикою та основним змістом, даючи відповіді на основні питання навчального курсу, пропонуючи для розв'язання тестові завдання до кожної теми. Методичними вказівками передбачено напрацювання студентами необхідних практичних навичок у процесі виконання комплексного практичного індивідуального завдання та самостійної роботи, виконання тренінгових завдань та опрацювання ситуаційних вправ (кейсів). У методичних вказівках розміщено основні терміни і визначення, які використовуються у підприємницькій діяльності, а також перелік рекомендованої літератури.

**Укладач**

***Вашків Олександр Павлович***

кандидат економічних наук,  
доцент кафедри підприємництва і торгівлі

**Відповідальна за  
випуск**

***Собко Ольга Миколаївна***

доктор економічних наук, доцент  
завідувач кафедри підприємництва і торгівлі

**Рецензенти:**

***Григорук Анатолій Анатолійович***

кандидат економічних наук,  
завідувач кафедри філософії та суспільних наук  
ТНПУ ім. В. Гнатюка

***Окрепкий Ростислав Богданович***

кандидат економічних наук,  
доцент кафедри маркетингу ЗУНУ

Рекомендовано на засіданні кафедри підприємництва і торгівлі  
(протокол № 4 від 19 лютого 2021 р.)

© Вашків О.П., 2021

© ЗУНУ, 2021

## ЗМІСТ

ВСТУП	4
СТРУКТУРА ЗАЛІКОВОГО КРЕДИТУ З ДИСЦИПЛІНИ «ПІДПРИЄМНИЦТВО»	5
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ПРИРОДА ПІДПРИЄМНИЦТВА	7
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. ЗАПОЧАТКУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЇЇ РЕСУРСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	24
КОМПЛЕКСНЕ ПРАКТИЧНЕ ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ	41
САМОСТІЙНА РОБОТА	42
ТРЕНІНГ З ДИСЦИПЛІНИ	42
ЗАСОБИ, МЕТОДИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	45
ГЛОСАРІЙ	46
РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА	55

## ВСТУП

Вивчення дисципліни «Підприємництво» має на меті сформувати у студентів систему теоретичних і практичних знань у питаннях сутності та філософії підприємництва, розуміння логіки та схем підприємницької діяльності, типології підприємництва, дослідження середовища підприємницької діяльності, технології створення власної справи, ролі партнерських зв'язків і взаємодій та їх визначального впливу на розвиток суб'єктів підприємницької діяльності, оцінки та аналізу результативності використання ресурсів та ефективності підприємницької діяльності.

Дисципліна «Підприємництво» є такою, що опирається на навчальний матеріал суміжних курсів теоретично-прикладного характеру, об'єднує цей матеріал в єдиний комплекс економічних знань. Студенти в процесі вивчення дисципліни з'ясовують для себе роль підприємництва у функціонуванні національної економіки.

Вивчення курсу «Підприємництво» передбачає наявність систематизованих та ґрунтовних знань із суміжних дисциплін (політології, мікро- та макроекономіки, сучасних інформаційних технологій, права), цілеспрямованої роботи над вивченням спеціальної літератури, активної роботи на лекціях та практичних заняттях, самостійної роботи та виконання індивідуальних завдань.

У результаті опануванням навчальним матеріалом дисципліни студенти набувають і розширюють здатності до абстрактного мислення, аналізу та синтезу; до спілкування українською та іноземними мовами як усно, так і письмово; критичного осмислення теоретичних засади підприємницької, торговельної та біржової діяльності; до вибору та використання відповідних методів, інструментарію для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур; до виконання професійних завдань з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур; до бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків і результатів діяльності у сфері підприємництва, торгівлі та біржової практики; до організації та провадження підприємницької, торговельної та біржової діяльності; до здійснення підприємницької, торговельної та біржової діяльності на засадах екологізації; до застосування цифрових технологій у підприємстві, торгівлі та біржовій діяльності.

## СТРУКТУРА ЗАЛІКОВОГО КРЕДИТУ З ДИСЦИПЛІНИ «ПІДПРИЄМНИЦТВО»

(денна форма навчання)

РОЗДІЛ, ТЕМА	Кількість годин			
	Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота	Індивідуальна робота
<b>Змістовий модуль 1. Соціально-економічна природа підприємництва:</b>				
1. Підприємництво як культурний феномен	2	2	5	0,2
2. Генеза підприємництва: термінологічний та історичний аспекти	2	2	6	0,2
3. Типологія підприємництва	2	2	5	0,2
4. Галузі та види підприємницької діяльності	2	2	6	0,2
5. Ринок, конкуренція і підприємництво	2	2	5	0,2
6. Циркулярна та екологічна економіка як парадигми розвитку сучасного підприємництва	2	2	6	0,2
7. Євроінтеграційні процеси і підприємництво	2	2	6	0,2
8. Партнерство і ділові відносини у підприємстві	2	2	5	0,2
<b>Змістовий модуль 2. Започаткування підприємницької діяльності та її ресурсне забезпечення:</b>				
9. Стартап, заснування бізнесу та бізнес-планування у підприємстві	2	2	5	0,2
10. Інноваційно-інвестиційна діяльність у підприємстві	2	1	5	0,2
11. Людський та інтелектуальний капітал підприємницьких структур	2	1	6	0,2
12. Основний та обіговий капітал, ефективність його використання	2	2	6	0,2
13. Ефективність та оцінка результатів підприємницької діяльності	2	2	6	0,2
14. Підприємництво та інституційні пастки	2	1	6	0,2
15. Соціальна відповідальність підприємництва як ознака його зрілості	–	–	6	0,2
Тренінг	–	–	4	–
<b>РАЗОМ</b>	<b>28</b>	<b>28</b>	<b>87</b>	<b>3</b>

(заочна форма навчання)

РОЗДІЛ, ТЕМА	Кількість годин		
	Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота
<b>Змістовий модуль 1. Соціально-економічна природа підприємництва:</b>			
1. Підприємництво як культурний феномен	0,2	0,1	9
2. Генеза підприємництва: термінологічний та історичний аспекти	0,4	0,2	9
3. Типологія підприємництва	0,4	0,2	10
4. Галузі та види підприємницької діяльності	0,2	0,1	9
5. Ринок, конкуренція і підприємництво	0,2	0,1	10
6. Циркулярна та екологічна економіка як парадигми розвитку сучасного підприємництва	0,2	0,1	9
7. Євроінтеграційні процеси і підприємництво	0,4	0,2	9
8. Партнерство і ділові відносини у підприємстві	0,1	0,1	9
<b>Змістовий модуль 2. Започаткування підприємницької діяльності та її ресурсне забезпечення:</b>			
9. Стартап, заснування бізнесу та бізнес-планування у підприємстві	0,2	0,1	10
10. Інноваційно-інвестиційна діяльність у підприємстві	0,2	0,1	10
11. Людський та інтелектуальний капітал підприємницьких структур	4	0,2	10
12. Основний та обіговий капітал, ефективність його використання	0,2	0,1	10
13. Ефективність та оцінка результатів підприємницької діяльності	0,2	0,1	10
14. Підприємництво та інституційні пастки	0,2	0,1	10
15. Соціальна відповідальність підприємництва як ознака його зрілості	0,4	0,2	10
<b>РАЗОМ</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>144</b>

# **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1**

## **СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ПРИРОДА**

### **ПІДПРИЄМНИЦТВА**

#### **Методичні вказівки**

#### **до самостійного вивчення теми 1:**

### **ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК КУЛЬТУРНИЙ ФЕНОМЕН**

Опанування теми дозволяє розуміти підприємництво як складне соціально-економічне явище, що за формою і змістом реалізації є культурним феноменом суспільства.

Одним з головних світоглядних питань курсу є розгляд підприємництва як соціально-економічного явища та його природи. Підприємництво як явище відображає всю сукупність відносин (економічних, соціальних, організаційних, особистісних та інших), пов'язаних з організацією підприємцями своєї справи, з виробництвом товарів (виконанням робіт, наданням послуг) та отриманням бажаного результату у вигляді прибутку (доходу). Підприємництво як явище відображає всю систему відносин, які об'єктивно виникають у підприємців (як господарюючих суб'єктів) між собою, зі споживачами, постачальниками всіх факторів виробництва (сировини, матеріалів, обладнання, палива, енергії тощо), з банками та іншими суб'єктами ринку, з найманими працівниками (співробітниками) і, нарешті, з державою в особі відповідних органів виконавчої влади, а також з органами влади суб'єктів держави і місцевого самоврядування.

У цьому контексті особливої уваги заслуговує економічний механізм підприємництва. Ключем до розуміння підприємницьких дій є можливість оцінити ступінь невизначеності, яка сприймається як така, що охоплює потенційну можливість, і бажання підприємця розвіяти невизначеність ситуації. Попередні знання особи можуть знизити рівень невизначеності, а його мотивація вказує на готовність до ризику. Сутність підприємництва розкривається, виходячи з тієї ролі, яку воно відіграє в суспільстві. Роль підприємництва полягає насамперед у тому, що воно виступає каталізатором економічного розвитку. Зміни в структурі економіки, зростання конкуренції стимулюють інвестиційну діяльність, а також створення нових підприємств.

#### **Питання для самоперевірки:**

1. Соціально-економічна природа підприємництва
2. Підприємництво як явище і як процес.
3. Сутність підприємництва.
4. Економічний механізм підприємництва.
5. Підприємництво як особливий вид менеджменту.

## Тести для самоконтролю:

### **Підприємництво як явище відображає**

А. процес пошуку нових ідей, формування цілей задля їх реалізації, у створенні нового продукту, в реалізації і втіленні ідей у конкретний результат, що приносить підприємцю прибуток

В. усю систему відносин, які виникають у підприємців у співпраці одного з одним, зі споживачами, постачальниками, з банками, з найманими працівниками, з органами влади суб'єктів держави і місцевого самоврядування

С. усі відповіді вірні

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

А. підприємництво впливає на структурну перебудову в економіці, збільшення обсягів виробництва і надання послуг, інвестиційної діяльності та на формування інфраструктури бізнесу

В. підприємництво сприяє розвитку перспективних напрямків господарської діяльності, здійсненню інноваційних процесів, швидшому оновленню техніко-технологічної бази і номенклатури продукції; створює нові робочі місця, проводить благодійну діяльність

С. розвиток підприємництва створює сприятливе середовище для конкуренції; підприємництво забезпечує ефективні стимули до високопродуктивної праці, сприяє економії і раціональному використанню усіх ресурсів

Д. усі відповіді вірні

### **До найважливіших рис сучасного підприємця можна віднести**

А. готовність до ризику та ініціативність

В. цілеспрямованість

С. комунікабельність

Д. усі відповіді є вірними

### **Ринок – це**

А. відносно автономна територія, яка характеризується єдністю виробничих зв'язків

В. механізм ціноутворення

С. суспільний механізм розподілу матеріальних благ шляхом добровільного обміну

Д. місце зустрічі продавців і покупців

### **Згідно з Господарським кодексом України підприємництво трактується як**

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

В. самостійний суб'єкт господарювання, зареєстрований компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності

С. самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність з метою отримання прибутку

Д. діяльність, орієнтована на вирішення конкретної соціальної проблеми із застосуванням найкращих практик господарської діяльності

### **Первинним ринком, що визначає перспективи розвитку інших, є**

А. ринок робочої сили

В. ринок товарів

С. ринок предметів поживання

Д. ринок засобів виробництва



**Залучення на добровільних засадах до заняття підприємницькою діяльністю майна та коштів юридичних осіб – це**

- A. один із принципів підприємництва
- B. одна із функцій підприємництва
- C. один із принципів підприємця
- D. одна із функцій підприємця

**Форма реалізації потреби, користь, зиск, які досягаються у процесі реалізації економічних відносин – це**

- A. економічна відповідальність
- B. економічна самостійність
- C. економічна рівноправність
- D. економічний інтерес

*Література:* 1, 2, 4, 5, 9, 12, 19, 26, 30, 345, 54, 90, 95.

**Методичні вказівки  
до самостійного вивчення теми 2:  
ГЕНЕЗА ПІДПРИЄМНИЦТВА:  
ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ ТА ІСТОРИЧНИЙ АСПЕКТИ**

Головним завданням теми є опанування студентами поняттям підприємництва, його суттю та генези розвитку в історичному і термінологічному аспектах.

Опанування матеріалу теми слід розпочинати із з'ясування поняття підприємництва і підприємницької діяльності, сутності підприємництва, його ролі та функцій в економічній системі. Важливим є розуміння відмінностей між поняттями «підприємництво» та «бізнес».

Не менш важливим для цілісного розуміння категорії підприємництва є з'ясування таких важливих питань як концепції підприємництва та їх генеза, починаючи з XVIII ст. і до наших днів – історії розвитку теорії підприємництва (Р. Катильон, А. Сміт, Ж.-Б. Сей, Дж.С. Мілль, А. Маршалл, Л. Вальрас, К. Менгер, Ф. фон Візер, М. Вебер, В. Зомбарт, Ж. Бодо, Ф. Вокер, К. Маркс, Й. Шумпетер, Т. Шмоллер, Ф. Тоссіг, П. Дракер, Х. Лайбенстайн, Л. фон Мізес, Ф. Гайек, Р. Коуз, Д. Норт, О. Вільямсон ).

Історія становлення підприємництва в Україні – складний, довготривалий та багатогранний процес із майже трьохсотрічною історією, що охоплює проміжок часу XVI-XXI ст. і дозволяє виділити шість ключових його етапів.

Наступним в опануванні матеріалом теми є загальне знання моделей підприємництва в минулому і сьогоденні; розуміння підприємництва як суб'єкта і об'єкта культури.

**Питання для самоперевірки:**

1. Підприємництво як економічна категорія.
2. Роль та функції підприємництва.
3. Концепції підприємництва.
4. Історія становлення промислового підприємництва в Україні.
5. Організаційні моделі підприємництва в минулому і сьогоденні.

## Тести для самоконтролю:

### Підприємницька діяльність –

А. праця індивіда, заснована на розвитку особистісних чинників, розширенні знань про свої можливості, спрямована на досягнення найкращого результату в господарській діяльності, на отримання економічної вигоди і насамперед привласнення додаткового продукту

В. фінансова діяльність фізичної або юридичної особи, спрямована на отримання прибутків

С. будь-яка діяльності, що приносить прибуток

**Сукупність (система) підприємств та організацій, які забезпечують рух товарів, послуг, грошей, цінних паперів, робочої сили тощо – це**

- А. ринкова інфраструктура
- В. посередники
- С. дилери
- Д. постачальники

### Підприємець виконує такі функції:

- А. ресурсну, управлінську, інноваційну, ризикову
- В. ресурсну, інноваційну, ризикову
- С. управлінську, інноваційну, ризикову
- Д. ресурсну, управлінську, інноваційну

**Причини виникнення ризиків при здійсненні підприємницької діяльності обумовлені**

- А. помилковістю поставленої мети і невизначеністю ситуації
- В. обмеженістю ресурсів
- С. протидією партнерів
- Д. усі відповіді є вірними

### Функції підприємництва

- А. організаційна, ресурсна, соціальна
- В. організаційна, ресурсна, творча
- С. творча, ресурсна, зовнішньо-економічна
- Д. творча, організаційна

**Суб'єкт, який поєднує в собі новаторські, комерційні та організаторські здібності для пошуку і розвитку нових видів, методів виробництва, нових благ та їх нових якостей, нових сфер застосування капіталу – це**

- А. менеджер
- В. аудитор
- С. новатор
- Д. підприємець

**Хто першим запровадив термін «підприємництво» і дав його систематизований аналіз?**

- А. А.Сміт
- В. Ж.Сей
- С. Р.Кантільон
- Д. А.Маршалл

**Витрати пов'язані з ризиком, можуть бути**

- А. матеріальними і фінансовими
- В. трудовими
- С. втратами часу
- Д. усі відповіді є вірними

**Прийняття управлінських рішень на всіх стадіях виробничої та збутової діяльності, здійснення організації, планування, мотивації та контролю виробництва – це**

- А. ресурсна функція підприємця
- В. управлінська функція підприємця
- С. інноваційна функція підприємця
- Д. організаційна функція підприємця

**Терміни «Підприємництво» і «бізнес»**

- А. тотожні за змістом і суттю поняття
- В. «бізнес» – поняття дещо ширше від «підприємництва»
- С. «підприємництво» – поняття дещо ширше від «бізнесу»

*Література:* 1, 2, 4, 5, 7, 18, 19, 39, 41, 45, 54, 95.

## **Методичні вказівки** **до самостійного вивчення теми 3:** **ТИПОЛОГІЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА**

Метою теми є опанування типологією підприємницьких структур за їх типами, видами та організаційно-правовими формами.

Розгляд теми розпочинається із з'ясування суб'єктів підприємницької діяльності та об'єктів підприємництва. Суб'єктами підприємницької діяльності є фізичні та юридичні особи, які визнаються учасниками господарських відносин, які здійснюють господарську діяльність, реалізуючи господарську компетенцію (сукупність господарських прав та обов'язків), мають відокремлене майно і несуть відповідальність за своїми зобов'язаннями в межах цього майна. Об'єктами підприємництва є все, за допомогою чого отримується прибуток: майно, продукція і послуги, гроші і цінні папери, інформація, результати інтелектуальної діяльності (патенти, ліцензії, «ноу-хау», твори мистецтва і літератури та ін.).

Важливим етапом у засвоєнні матеріалу теми є знання класифікаційних ознак і класифікації різних видів підприємництва. Типи і види підприємництва.

Сучасні форми підприємництва. Ознаки та класифікація організаційно-правових форм підприємництва. Міжнародна класифікація організаційних форм підприємництва.

### **Питання для самоперевірки:**

- Суб'єкти і об'єкти підприємництва.
2. Організаційно-правові форми підприємництва.
3. Види підприємництва та його класифікація.

### **Тести для самоконтролю:**

**Фізичні та юридичні особи, що вступають в економічні відносини товарообміну та послуг в одних випадках як споживачі, в інших – як виробники – це**

- A. підприємці
- B. партнери
- C. постачальники
- D. суб'єкти ринку

**За формою власності підприємства поділяються на**

- A. приватні, колективні, державні
- B. одноосібні володіння, партнерство, корпорація
- C. виробничі, комерційні, фінансові
- D. індивідуальні, серійні, масові

**Вид підприємницької діяльності, який пов'язаний з виробництвом продукції, послуг, інформації тощо, які підлягають реалізації споживачам – це**

- A. виробниче підприємництво
- B. фінансово-кредитне підприємництво
- C. посередницьке підприємництво
- D. комерційне підприємництво

**За масштабами виробництва підприємства поділяються на**

- A. приватні, колективні, державні
- B. одноосібні володіння, партнерство, корпорація
- C. спеціалізовані, універсальні, змішані
- D. індивідуальні, серійні, масові

**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**

- A. концерн
- B. асоціація
- C. підприємство
- D. товариство

**До господарських товариств належать**

- A. акціонерні товариства
- B. командитні та повні товариства
- C. повні товариства
- D. усі зазначені види товариств

**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**

- A. свідоцтво про державну реєстрацію
- B. колективний договір
- C. установчий договір
- D. статут підприємства

**Перевагами одноосібного володіння є**

- A. відносна простота заснування та ліквідації фірми
- B. повні самостійність, свобода і оперативність дій
- C. максимум спонукальних мотивів діяльності
- D. усі перелічені в інших пунктах тесту переваги

**В умовах ринку держава**

- A. сприяє розвитку монополій
- B. обмежує монополізм
- C. взагалі не втручається, оскільки ринок є саморегульованою системою
- D. цілком забороняє монополізм

**Акціонери відповідають за зобов'язаннями товариства**

- A. тільки в межах належних їм акцій
- B. лише внесками до статутного капіталу
- C. усім своїм майном і внесками до статутного капіталу
- D. дивідендами

**Підприємства можуть об'єднуватися в**

- A. корпорації, концерни
- B. асоціації, корпорації, консорціуми, концерни, інші об'єднання за галузевим, територіальним та іншими принципами
- C. об'єднання
- D. спілки.

**Суб'єктами підприємницької діяльності в Україні можуть бути**

- A. громадяни України та громадяни інших держав
- B. особи без громадянства, не обмежені законом у правоздатності або дієздатності
- C. юридичні особи всіх форм власності та їх об'єднання
- D. усі зазначені категорії (в інших пунктах цього тесту)

**Угода (договір), яка укладається між двома або кількома засновниками щодо створення підприємства (фірми) певним шляхом – це**

- A. контракт
- B. колективний договір
- C. установчий договір
- D. угода про спільну діяльність

**Антимонopolьне законодавство вирішує проблеми**

- A. девальвації
- B. демонаполізації
- C. реновації
- D. інфляції

*Література: 1, 2, 4, 5, 9, 19, 20, 26, 35, 41.*

**Методичні вказівки**  
**до самостійного вивчення теми 4:**  
**ГАЛУЗІ ТА ВИДИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Головне завдання навчальної теми – зорієнтувати студента у питаннях галузевої структури підприємництва на нормативно-правовому рівні; засвоїти методику оцінювання динаміки та характеру галузевих структурних зрушень.

Опанування матеріалу теми слід розпочинати із вивчення видів господарської діяльності та їх класифікації згідно із Національним класифікатором України «Класифікація видів економічної діяльності» ДК 009:2010.

Серед інших питань задекларованої теми потребує детального розгляду система показників галузевої структури підприємництва та опанування методикою їх обчислень та аналізу отриманих результатів.

Завершується вивчення теми акцентуванням уваги на характері та особливостях постіндустріальних тенденцій у розвитку підприємництва в Україні.

**Питання для самоперевірки:**

1. Види господарської діяльності та їх класифікація. Національний класифікатор України ДК 009:2010 «Класифікація видів економічної діяльності».
2. Галузева структура підприємництва та її показники.
3. Постіндустріальні тенденції у розвитку підприємництва в Україні.

**Тести для самоконтролю:**

**Чинники, які визначають галузеву структуру**

А. матеріальний і культурний рівень народу; попит на продукцію; суспільно-історичні умови;

В. наявність природних ресурсів і корисних копалин; кліматичні умови; геополітичне розташування держави

С. рівень впровадження досягнень науково-технічного прогресу у виробництво, організацію та управління; розвиток транспорту, транспортної інфраструктури та наявність і розгалуженість транспортних шляхів

Д. усі відповіді вірні

**Класифікатор видів економічної діяльності (КВЕД) – це**

А. складова частина державної системи класифікації і кодування техніко-економічної та соціальної інформації в Україні

В. статистичний інструмент, специфічним принципом якого є об'єднання підприємств в групи за ознакою: подібність товарів чи послуг, які виробляє та надає підприємство, або використання подібних процесів для виготовлення товарів і надання послуг

С. державний статистичний довідник, основним призначенням якого є визначення та кодування основного та другорядних видів економічної діяльності юридичних осіб в Україні, відокремлених підрозділів юридичних осіб та їх відображення в ЄДРПОУ

**Об'єктами класифікації у КВЕД є**

А. галузі і підгалузі національної економіки

В. види економічної діяльності статистичних одиниць (юридичних осіб, відокремлених підрозділів юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців тощо)

С. статистичні одиниці: юридичні особи, відокремлені підрозділи юридичних осіб, фізичні особи-підприємці

Д. усі відповіді вірні

**Показники, які характеризують галузеву структуру та її динаміку**

А. коефіцієнт галузевого випередження

В. питома вага галузі (підгалузі, виробництва)

С. темп росту галузі

Д. усі відповіді вірні

**Сьогодні в Україні найвищими темпами росту характеризується**

А. сільське господарство

В. промисловість

С. сектор послуг

**Сукупність усіх виробничих одиниць, які здійснюють переважно однакові або подібні види діяльності, складають**

А. галузь

В. класифікаційну статистичну одиницю

С. галузеву структуру

Д. вид підприємницької діяльності

**КВЕД є ієрархічною структурою, яка у свої основі є:**

А. дворівневою

В. трирівневою

С. чотирирівневою

Д. п'ятирівневою

**Інжиніринг, маркетингові дослідження, консалтинг, електронний бізнес відносяться до**

А. комерційної діяльності

В. торговельної діяльності

С. виробничої діяльності

Д. інформаційної діяльності

*Література: 1, 2, 10, 11, 15, 19, 32, 33.*

**Методичні вказівки**

**до самостійного вивчення теми 5:**

**РИНОК, КОНКУРЕНЦІЯ І ПІДПРИЄМНИЦТВО**

Завдання матеріалу теми – засвоєння понять ринку, конкуренції та їх ролі у розвитку підприємництва.

Вивчення курсу розпочинається із з'ясування поняття ринку як сфери підприємництва. Існування підприємництва є обов'язковою умовою повноцінного функціонування ринку, який, у свою чергу, виступає природним середовищем для самого підприємця. Відтак, ринком є спеціальне середовище, в якому реалізується підприємницька діяльність. На цьому ґрунтується уся ринкова економіка. За відсутності ринку не буде й самих підприємців, адже вони щільно переплетені одне з одним. Слід розуміти, що у найзагальнішому розумінні ринок – це середовище, в рамках якого між підприємцем і споживачем здійснюється обмін продукту діяльності першого на обумовлений грошовий еквівалент чи інші матеріальні цінності другого.

Наступним етапом вивчення теми є з'ясування низки питань стосовно формування і сучасного розвитку теорії конкуренції. При цьому особливо важливо звернути увагу на наукові підходи у трактуванні самого поняття конкуренції, а також розумінні дії закону конкуренції.

Важливо звернути увагу на видову класифікацію конкуренції: за рівнем втручання держави; за характером конкурентної боротьби; за ступенем інтенсивності конкуренції.

Логічним продовженням попереднього матеріалу є рівні конкуренції: місцевий; регіональний; національний; міжнаціональний; глобальний.

Інший проблемний напрямок теми – методи конкуренції: а) на основі критерію підвищення якості товару; б) на основі зниження ціни; в) на основі критерію підвищення якості сервісу товару; г) на основі зниження експлуатаційних витрат у споживача товару; д) на основі використання всіх конкурентних переваг суб'єкта і об'єкта.

Особливої уваги і аналізу потребують питання стосовно переваг і недоліків конкуренції; теоретичні і практичні аспекти конкурентної боротьби, виділенні групи чинників конкурентної боротьби: обсяг ринку, темпи зростання ринку, потужності фірми, вхідні і вихідні ринкові бар'єри, ціна, рівень стандартизації товарів, мобільні технологічні модулі, вимоги до обсягів необхідних капітальних вкладень, інтегрованість фірми, економія на масштабі, швидкість оновлення асортименту продукції.

Вивчення теми завершується акцентуванням уваги на питаннях конкурентоспроможності підприємницьких структур: ознаках, чинниках та рівнях, а також формуванні конкурентного середовища в Україні.

#### **Питання для самоперевірки:**

1. Ринок як сфера підприємництва.
2. Конкуренція, її види, форми та методи реалізації у підприємстві.
3. Конкурентоспроможність підприємницьких структур: ознаки, чинники та рівні.
4. Формування конкурентного середовища в Україні.
5. Конкурентна боротьба і конкурентна співпраця у підприємстві.

#### **Тести для самоконтролю:**

**Суперництво, змагання за досягнення найкращих результатів, економічна боротьба між фірмами (підприємцями) за найбільш вигідні умови виробництва та збуту товарів – це**

- А. економічна відповідальність
- В. економічна самостійність
- С. економічний інтерес
- Д. економічна конкуренція

**Функціональна конкуренція – це конкуренція**

- А. між товарами-замінниками
- В. між аналогічними об'єктами, що задовольняють ту саму потребу
- С. між комплементарними товарами
- Д. між товарами однієї асортиментної групи

**За ступенем інтенсивності конкуренція є жорсткою для суб'єкта конкуренції**

А. якщо дії суб'єкта конкуренції підтримують конкурентне середовище в даному сегменті ринку

В. якщо об'єкт (конкурент) поглинає, знищує чи витісняє суб'єкт з даного сегменту

С. коли суб'єкт поглинає, знищує або витісняє об'єкт з даного сегменту

Д. коли у даному сегменті суб'єкт якісно задовольняє свої потреби або отримує вищі прибутки, порівняно з попереднім сегментом

**Суперництво на ринку поміrne**

А. за умови, що більшість фірм отримує нормальний прибуток

В. якщо більшість фірм у галузі на вкладений капітал отримує вищий за середній прибуток

С. якщо дії конкурентів зумовлюють зниження галузевого прибутку

**За рівнем втручання держави виділять такі види конкуренції**

А. жорстка, вільна

В. вільна, приваблива

С. приваблива, жорстка

Д. регульована, вільна

**Оцінка рівня конкуренції здійснюється за допомогою**

А. індекс конкуренції, частка ринку, рівень монопольної влади

В. індекс Гарфінделя-Гіршмана, індекси концентрації ринку, Індекс Холла-Тайдмана

С. коефіцієнт Курно, індекс Фішера, індекс Доу-Джонса

**Форми конкуренції**

А. досконала (чиста), недосконала, цінова, нецінова, недобросовісна (нечесна)

В. цінова, нецінова

С. досконала, недосконала, олігопольна

Д. внутрішньогалузева, міжгалузева, міжнародна, глобальна

**Яке з наведених тверджень хибне?**

А. конкуренція тим мінливіша й непередбачуваніша, чим різноманітніший спектр конкурентів з погляду особливостей корпоративних пріоритетів, ресурсного потенціалу, здатності до нетрадиційних дій тощо

В. конкуренція посилюється внаслідок поглинання сильними фірмами і компаніями галузі слабких суперників, а також завдяки спланованим і профінансованим діям щодо створення в галузі окремих сильних фірм чи корпорацій

С. конкуренція посилюється за умови, що вийти з бізнесу менш витратно, ніж залишитися в ньому й конкурувати

**Узагальнюючим показником конкурентоспроможності підприємства виступає**

А. конкурентоспроможність продукції

В. конкурентоспроможність персоналу

С. конкурентоспроможність технології

Д. процесна конкурентоспроможність

**Суб'єктами конкуренції виступають**

А. товари і послуги

В. підприємства

С. споживачі

Д. регіони

**Методи конкуренції**

А. на основі впровадження нових форм і методів організації виробництва і праці

В. на основі удосконалення внутрі-фірмового управління

С. на основі критерію підвищення якості продукції та якості сервісу, на основі зниження цін

*Література: 18, 19, 52, 55, 58, 98, 99.*



**Методичні вказівки**  
**до самостійного вивчення теми 6:**  
**ЦИРКУЛЯРНА ТА ЕКОЛОГІЧНА ЕКОНОМІКА**  
**ЯК ПАРАДИГМИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА**

Метою теми є зрозуміння студентами сутності принципів циркулярної та екологічної економіки і необхідності їх реалізації у сфері підприємництва. Вивчення теми розпочинається із зіставлення двох моделей – лінійної та циркулярної економіки. Циркулярна економіка – це така промислова система, що є відновною або регенеративною за своїм задумом і структурою. Вона замінює концепцію «кінець терміну служби» продукції на концепцію її відновлення і переходу до використання поновлюваних джерел енергії. Циркулярна економіка виключає використання токсичних хімічних речовин, які перешкоджають повторному їх використанню, і спрямована на запобігання утворенню відходів через попередньо продуману і узгоджену розробку чи дизайн виробів, матеріалів, систем і у підсумку – підприємницьких бізнес-моделей.

Головним етапом опанування матеріалом теми є детальне вивчення і розуміння принципів функціонування циркулярної економіки: спрямованість на «дизайн без відходів»; чітке розмежування між витратними матеріалами і компонентами тривалого використання, які входять до складу готового виробу; виробництво і використання відновлюваної енергії.

Парадигма екологічної економіки і підприємництва – наступний етап в опануванні навчального матеріалу теми. Сучасний розвиток економіки, особливо у сфері виробничого підприємництва і його інфраструктури, потребують переходу на принципи екологічної економіки. Це, у свою чергу, безпосередньо пов'язано з необхідністю формуванням принципово нових бізнес-моделей, орієнтованих на зменшення кількості використовуваних ресурсів, впровадження повторного їх використання у процесі замкнутого циклу виробництва, відновлення, редизайну та вторинної переробки. Завдяки цьому забезпечується вищий рівень захисту навколишнього середовища та знижується первинна потреба виробничих підприємств у зовнішніх ресурсах. У межах екологічної економіки слід звернути увагу на три незалежні політекономічні цілі. Це ефективне розміщення ресурсів, справедливий розподіл та екологічно сталий масштаб виробництва.

**Питання для самоперевірки:**

1. Лінійна і циркулярна економіка.
2. Циркулярна економіка як система відновного і регенеративного підприємництва.
3. Принципи функціонування циклової економіки.

## Тести для самоконтролю:

### Циркулярна економіка

А. передбачає побудову нових бізнес-моделей на основі принципів екодизайну, ремонту, повторного використання, відновлення й обміну продукції та максимального запобігання утворенню відходів

В. це така промислова система, що є відновною або регенеративною за своїм задумом і структурою, замінюючи концепцію «кінець терміну служби» продукції на концепцію її відновлення і переходу до використання поновлюваних джерел енергії

С. базується на формуванні нових бізнес-моделей, що орієнтовані на зменшення кількості використовуваних ресурсів, впровадження повторного використання або замкнутого циклу виробництва (планування потреби виробництва у матеріалах) і переробки у виробництві, що дозволяє забезпечити захист навколишнього середовища та знижує первинну потребу підприємств промисловості у зовнішніх ресурсах

Д. усі відповіді вірні

### Циркулярна економіка є частиною

- А. першої промислової революції
- В. другої промислової революції
- С. третьої промислової революції
- Д. четвертої промислової революції

При переході до економіки замкнутого циклу (циркулярної економіки) йдеться про включення підприємницьких структур у замкнений цикл, що

- А. дозволяє переробляти відходи
- В. уможливорює повторне використання відходів та їх модернізацію
- С. передбачає відповідний маркетинг товарів та їх компонентів у промисловості
- Д. усі відповіді вірні

### При лінійній моделі економіки

А. підприємства орієнтовані на вторинну переробку практично будь-якого товару, що проявляється на етапах планування та розробки товарів для забезпечення тривалого життєвого циклу і високого потенціалу конкурентоспроможності промислового підприємства для подальшого повторного використання, модернізації, відновлення та рециклінгу

В. ресурси добуваються, переробляються та перетворюються на відходи, що не мають подальшого застосування, що призводить до виснажування надр, забруднення довкілля, накопичення відходів, деградації природних систем та екологічних катастроф

С. економічна система є відновною і регенеративною за своїм задумом і структурою, замінюючи концепцію «кінець терміну служби» продукції на концепцію її відновлення і переходу до використання поновлюваних джерел енергії

Рівень витрат матеріалів у циркулярній економіці у порівнянні з лінійною виробничою системою є

- А. суттєво вищим
- В. суттєво нижчим
- С. практично незмінним
- Д. немає правильної відповіді

Перехід на модель економічного розвитку, в основі якої принципи циркулярної економіки, найбільшою мірою торкнеться

- А. фінансово-кредитного підприємництва
- В. виробничого підприємництва
- С. комерційного підприємництва
- Д. підприємництва у сфері послуг

**Принципи функціонування циркулярної економіки постають з концепції Германа Дейлі про**

- A. зростання потреб людства
- B. «порожній» і «повний» світ
- C. циклічність розвитку економічних і екологічних систем
- D. кризи перевиробництва

**Екологічна економіка**

- A. досліджує економічну систему не окремо від природної системи, а як єдиний екологічно-економічний комплекс
- B. в екологічній економіці процеси виробництва і споживання продукції впливають на природні системи такою мірою, що не перевищує порогів їх самовідтворення
- C. як наукова течія синтезує економічні, екологічні та соціальні аспекти господарської діяльності людини
- D. усі відповіді вірні

**Екологічна економіка переслідує досягнення таких цілей**

- A. ефективне розміщення ресурсів у межах економіки
- B. справедливий розподіл економічного продукту через політику перерозподілу доходів і соціальних програм
- C. забезпечення екологічно сталого масштабу
- D. усі відповіді вірні

**Циркулярна економіка заснована на кількох принципах і у сфері підприємництва передбачає:**

- A. енергію, яка необхідна для функціонування циклу повинна бути відновлюваною
- B. спрямованість на «дизайн без відходів»
- C. чітке розмежування між витратними матеріалами і компонентами тривалого використання, які входять до складу готового виробу
- D. усі відповіді вірні

*Література:* 12, 21, 29, 70, 72, 92, 96, 101, 103, 104.

**Методичні вказівки**

**до самостійного вивчення теми 7:**

**ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ І ПІДПРИЄМНИЦТВО**

Метою теми є розуміння студентами ролі євроінтеграційних процесів для демократичного і ринкового розвитку підприємництва в Україні.

Вивчення теми розпочинається з акцентування уваги на тому, що Європейська інтеграція є усупільненням суверенітетів державами Європейського Союзу (ЄС), що створили спільні інституції, яким делегували частину своїх національних повноважень для того, щоб рішення в певних сферах загальних інтересів могли ухвалюватись демократичним шляхом на загальноєвропейському рівні. Питання необхідності євроінтеграції є основоположним для визначення майбутнього вектору розвитку центральноєвропейських країн, включаючи Україну. Воно визначається не тільки соціально-економічними факторами, а й інституційними і державно-управлінськими в рамках ефективної реалізації національної політики держав. Євроінтеграційний вектор спрямованості України уже сьогодні має суттєвий вплив на розвиток вітчизняного підприємництва, зокрема й на інноваційній основі.

Важливо знати і розуміти, що у процесі економічної інтеграції передбачаються такі основні стадії економічної інтеграції: зона вільної торгівлі; митний союз; спільний ринок; економічний союз; економічний і валютний союз.

Наступним етапом в опануванні матеріалу теми є знання про Європейську мережу підприємств (European Enterprise network, EEN) – найбільша в Європі мережу підтримки підприємництва, яка створена Європейською комісією та працює в рамках Програми ЄС «Конкурентоспроможність підприємств малого та середнього бізнесу (COSME)». За допомогою мережі «EEN-Ukraine» вітчизняні підприємці можуть розширювати свої торговельні та інвестиційні можливості, адже тут можна здійснювати: пошук партнерів-інвесторів у країнах-учасниках EEN; пошук інноваційних технологій у країнах-учасниках EEN; пошук партнерів у країнах-учасниках EEN для створення спільних підприємств; пошук партнерів у країнах-учасниках EEN для імпорту й експорту товарів.

Вивчення теми завершується розглядом Зелених та Білих книг ЄС як елементу гармонізації соціально-економічного середовища підприємництва в Україні та ЄС. Адже Зелені та Білі книги є документами Європейської комісії, які передують прийняттю того чи іншого системного нормативного акту і мають на меті його поетапне громадське обговорення та узгодження. Україна вже зробила перші кроки до впровадження такого позитивного досвіду ЄС, зокрема у сфері малого бізнесу, тарифного регулювання монополій, розвитку малого і середнього підприємництва. Проте, поки що імплементація відповідних нормотворчих процедур є швидше винятком або експериментом, аніж закономірністю. Серед перших таких документів у сфері підприємництва в Україні стали «Зелена книга малого бізнесу в Україні», «Зелена книга політики підтримки малого підприємництва внутрішньо переміщених осіб», «Зелена книга вдосконалення системи тарифного регулювання природних монополій», «Біла книга політики розвитку малого і середнього підприємництва в Україні», «Біла книга інтелектуальної власності в інноваційній економіці України» та ін.

#### **Питання для самоперевірки:**

1. Євроінтеграційні процеси як вектор розвитку європейських країн.
2. Розвиток українського підприємництва та євроінтеграція.
3. Європейська мережа підприємств.
4. Зелені і Білі книги як елемент гармонізації соціально-економічного середовища підприємництва в Україні та ЄС.

## Тести для самоконтролю:

**У процесі економічної інтеграції виокремлюють такі основні стадії економічної інтеграції**

- A. зона вільної торгівлі
- B. митний союз
- C. спільний ринок
- D. економічний союз
- E. валютний союз
- F. усі відповіді вірні

**Європейський Союз базується на економічному підґрунті, договори якого орієнтовані на запровадження спільного ринку, що забезпечує громадянам ЄС виняткові переваги**

- A. громадяни ЄС мають можливість вибирати товари та послуги на території всього Союзу
- B. права громадян захищені правом ЄС в межах дії його юрисдикції, яка охоплює територію всіх держав-членів
- C. права споживачів громадян ЄС захищені однаковою мірою на території усіх держав-членів
- D. усі відповіді вірні

**За допомогою Європейської мережі підприємств (EEN) через структури «EEN-Ukraine» вітчизняні підприємці можуть**

- A. розширювати свої торговельні та інвестиційні можливості
- B. здійснювати пошук партнерів-інвесторів у країнах-учасниках EEN;
- C. здійснювати пошук інноваційних технологій у країнах-учасниках EEN;
- D. усі відповіді вірні

**Програма COSME для України передбачає реалізацію низки ініціатив за такими напрямками:**

- A. спрощення виходу МСП на зовнішні ринки
- B. поліпшення умов для конкурентоспроможності бізнесу
- C. формування культури ведення бізнесу
- D. усі відповіді вірні

**Європейська інтеграція надає українським підприємцям**

- A. кращі можливості для експортної та виробничої діяльності
- B. більш універсальний і злагоджений правовий простір
- C. більшу свободу у розвитку трансєвропейського бізнесу
- D. усі відповіді вірні

**COSME – це**

- A. програма ЄС для забезпечення конкурентоспроможності малих і середніх підприємницьких структур
- B. гармонізація економічної політики, плюс єдина монетарна політика з перспективою єдиної митної політики стосовно третіх країн
- C. найбільша в Європі мережа підтримки підприємництва
- D. документ Європейської Комісії, що має на меті ініціювати громадське обговорення та розпочати процес консультацій на європейському рівні з певної тематики

**Пріоритети «Європейської мережі підприємств»**

- A. інтернаціоналізація малого і середнього підприємництва через пошук партнерів у 70 країнах світу
- B. комерціалізація інновацій – трансфер технологій, пошук інвестора/партнера за кордоном для виведення на ринок нової технологічної продукції чи послуг
- C. захист прав інтелектуальної власності
- D. усі відповіді вірні

**Європейська мережа підприємств (EEN)**

- A. створена з метою поширення принципів циклової економіки (економіки замкнутого циклу)
- B. найбільша в Європі мережа підтримки підприємництва
- C. об'єднує європейські підприємства лише великого і середнього бізнесу
- D. дотримується принципів протекціонізму для європейського бізнесу

**За допомогою «Європейської мережі підприємств «EEN-Ukraine» вітчизняні підприємці можуть розширювати свої торговельні та інвестиційні можливості шляхом**

A. пошуку партнерів у країнах-учасницях EEN для імпорту й експорту товарів; пошуку партнерів-інвесторів у країнах-учасницях EEN

B. пошуку інноваційних технологій у країнах-учасницях EEN

C. пошук партнерів у країнах-учасницях EEN для створення спільних підприємств

D. усі відповіді вірні

**«Зелені книги» та «Білі книги» ЄС**

A. є документами Європейської комісії, які передують прийняттю того чи іншого системного нормативного акту і мають на меті його поетапне громадське обговорення та узгодження

B. є документами Європейської комісії і виключно стосуються питань захисту навколишнього середовища і екологізації виробництва в ЄС

C. є документами Європейської комісії в межах яких вважають, що економіка є залежним компонентом природного середовища, в якому вона існує і є його частиною

*Література: 1, 2, 4, 5, 12, 55, 97, 97.*

### **Методичні вказівки**

#### **до самостійного вивчення теми 8:**

### **ПАРТНЕРСТВО І ДІЛОВІ ВІДНОСИНИ У ПІДПРИЄМНИЦТВІ**

Мета теми: засвоїти необхідність договірних відносин у бізнесі, опанувати питання налагодження і організації партнерських зв'язків.

У контексті задекларованої навчальної теми підприємницьке партнерство, форми підприємницької співпраці та вибір бізнес-партнерів є надзвичайно важливими, адже значною мірою саме від них залежить результативність бізнесу та визначається успішність підприємця.

Опанування матеріалу теми передбачає набуття знань і вмінь у налагодженні і організації договірних взаємовідносин у сфері підприємництва. Важливим є знання суті підприємницької угоди, її типів і видів, а також структури і змісту типової угоди.

Завершується тема розглядом питань, пов'язаних з комунікаційними процесами у підприємництві.

#### **Питання для самоперевірки:**

1. Підприємницьке партнерство.
2. Форми підприємницької співпраці.
3. Вибір бізнес-партнерів.
4. Договірні взаємовідносини у сфері підприємництва.
5. Організація договірних відносин у підприємництві.
6. Підприємницька угода. Основні типи підприємницьких угод.
7. Розгляд спірних ситуацій у підприємництві.
8. Значення і роль ділової бесіди в підприємництві.
9. Комунікаційні процеси у підприємництві.

## Тести для самоконтролю:

### Партнерство у підприємстві – це

А. форма організації бізнесу, за якої дві чи більше окремих юридичних або фізичних осіб вступають у ділові взаємовідносини

В. така організація бізнесу, за якою компанія передає компанії право на продаж продукту і послуг цієї компанії

С. взаємодії з розміщення рухомого і нерухомого майна, яке закупається однією компанією, залишається в її власності, але здається в оренду підприємцю

### Партнерські зв'язки – це

А. договірні відносини, які встановлюються між підприємцями і дозволяють кожному з них досягти очікуваного результату (успіху) за рахунок обміну наслідками своєї діяльності

В. вид взаємодії між підприємцями, при якій власник сировини передає її підприємству-переробнику і отримує у вигляді результату готову продукцію та покриває підприємству-переробнику суму понесених витрат на переробку та узгоджений відсоток прибутковості

С. прямий безгрошовий обмін товарами або послугами, який здійснюється за єдиним договором, в якому з метою еквівалентності обміну, для визначення розміру страхових сум, оцінки претензій, нарахування санкцій фіксується сума договору

### Співробітництво підприємців може здійснюватись у сфері

А. державного управління

В. оподаткування і фіскальної політики

С. виробництва, товарообміну, торгівлі та фінансів

Д. стандартизації, сертифікації та метрології

### Підприємницьке партнерство у виробничій сфері може реалізовуватись у таких формах

А. факторингу, франчайзингу, бартеру

В. виробничої кооперації, франчайзингу, лізингу

С. франчайзингу, бартеру, концесії

Д. лізингу, форвардної угоди, комерційного трансферту

### Бартер – це

А. вид взаємодії між підприємцями, при якій власник сировини передає її підприємству-переробнику і отримує у вигляді результату готову продукцію та покриває підприємству-переробнику суму понесених витрат на переробку та узгоджений відсоток прибутковості

В. прямий безгрошовий обмін товарами або послугами, який здійснюється за єдиним договором, в якому з метою еквівалентності обміну, для визначення розміру страхових сум, оцінки претензій, нарахування санкцій фіксується сума договору

С. один підприємець укладає договір з іншим щодо виробництва товару, виконання робіт або ж укладає угоду з постачальниками першої сторони

Підприємницьке партнерство у сфері товарообміну може реалізовуватись у таких формах

А. бартеру, комерційної тріангуляції

В. франчайзингу, лізингу

С. факторингу, комерційного трансферту

Д. толінгу, ліцензування

**Контрагент –**

А. одна із сторін договору у цивільно-правових відносинах

В. фізична особа або фірма, що займається купівлею-продажем цінних паперів, валют, товарів і що діє від свого імені і за свій рахунок

С. фірма або агент промислового підприємства, які здійснюють реалізацію продукції й виступають як торговці за договором на основі угоди про право на продаж в окремому регіоні

Д. будь-яка фізична чи юридична особа

**В основній частині типового підприємницького договору вказуються**

А. специфічні умови: предмет договору (найменування, номенклатура, асортимент), кількість продукції (робіт, послуг), вимоги до якості

В. ціна товару; знижка чи надбавка; базові умови поставки; форма оплати; термін поставки

С. маркування, пакування і тара; здавання-приймання товару; строк дії договору; відповідальність сторін; застереження за договором (санкції).

Д. усі відповіді вірні

**У сфері торгівлі найважливіші форми бізнес-співробітництва (партнерських зв'язків) здійснюються у формі:**

А. лізингу, бартеру, факторингу

В. комерційного трансферту, концесії, толінгу

С. угоди звичайної, угоди форвардної, угоди про встановлення прямих зв'язків

Д. виробничої кооперації, франчайзингу, проектного фінансування

**Договір (контракт, угода) –**

А. форма документального закріплення партнерських зв'язків, яка обумовлює предмет договору, взаємні права та обов'язки, наслідки порушення домовленостей

В. відносини між партнерами, пов'язані з ввезенням товару з-за кордону

С. форма виробничих, міжвиробничих і міжгалузевих зв'язків, яка базується на юридично оформленій єдності суб'єктів кооперації

Д. відносини партнерів, засновані на безпосередній співпраці між компаніями у виробничій, науково-технічній та інших сферах підприємницької діяльності

*Література:* 19, 26, 27, 35, 49, 52, 55, 90, 95.

## **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2**

### **ЗАПОЧАТКУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЇЇ РЕСУРСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ**

**Методичні вказівки****до самостійного вивчення теми 9:****СТАРТАП, ЗАСНУВАННЯ БІЗНЕСУ****ТА БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ У ПІДПРИЄМНИЦТВІ**

Матеріал теми має на меті засвоєння механізму створення власної справи та практичних етапів її реалізації; опанування питань організації бізнесу та бізнес-планування.



Опанування матеріалу теми слід розпочинати з питань підприємницької ідеї, способів і методів її генерування та вибору найперспективнішої.

Наступним етапом є знання поняття стартапу, стадій його розвитку та етапів створення.

Окремої уваги потребують практичні питання стосовно способів започаткування нової справи та державної реєстрації підприємницької діяльності.

Логічним продовженням у вивченні матеріалу теми є засвоєння основ бізнес-планування у підприємстві. Важливими є знання і навички у формуванні бізнес-плану, його структури і змісту основних розділів.

Завершальним етапом у вивченні теми є знання і навички з презентації бізнес-плану зацікавленим сторонам.

### **Питання для самоперевірки:**

1. Загальне поняття стартапу, стадії його розвитку та етапи.
2. Способи започаткування нової справи.
3. Державна реєстрація підприємницької діяльності.
4. Приклади успішних вітчизняних та зарубіжних стартапів.
5. Основи бізнес-планування у підприємстві.
6. Бізнес-план, його структура і зміст основних розділів.
7. Функції бізнес-плану.
8. Представлення та презентація бізнес-плану.

### **Тести для самоконтролю:**

#### **Стартап – це**

А. компанія, що будує свій бізнес на основі впровадження у свою діяльність новітніх технологій, інноваційних матеріальних та нематеріальних ресурсів і планує виходити на зарубіжний ринок

В. нещодавно створена компанія, що будує свій бізнес на основі інновацій або інноваційних технологій, володіє обмеженою кількістю ресурсів і планує виходити на ринок

С. інноваційний проект підприємства, метою якого є розроблення та впровадження інноваційної продукції для підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства та підвищення рівня його прибутковості

Д. сукупність новостворених компаній, які об'єднуються з метою розроблення інноваційної продукції для її подальшої реалізації на зарубіжних ринках

#### **Зовнішня функція бізнес-плану**

А. полягає в ознайомленні представників ділового світу із сутністю та основними аспектами реалізації конкретної підприємницької ідеї

В. дає змогу опрацювати механізм самоорганізації: створити цілісну, комплексну систему управління реалізацією підприємницького проекту

С. дає змогу аналізувати, контролювати й оцінювати успішність діяльності підприємства в процесі реалізації підприємницького проекту, виявляти відхилення від плану та своєчасно коригувати напрямки розвитку бізнесу

Д. полягає в стратегічному плануванні та оперативному управлінні діяльністю підприємства

**Джерелами нових підприємницьких ідей можуть бути**

- А. публікації офіційних органів влади та вчених
- В. відгуки споживачів, продукція, що випускається конкурентами і користується підвищеним попитом
- С. науково-дослідні й дослідно-конструкторські розробки
- Д. усі відповіді є вірними

**Що серед зазначеного не відноситься до особливостей стартапів?**

- А. наявність інноваційної ідеї
- В. автор ідеї є фахівцем, котрий має багаторічний досвід роботи у бізнесі
- С. брак фінансування
- Д. наявність злагодженої команди

**Бізнес-план забезпечує розв'язання практичних завдань, які постають під час його реалізації**

- А. обґрунтування економічної доцільності визначених напрямків розвитку підприємства (бізнес-ідеї)
- В. розрахунок очікуваних фінансових результатів діяльності: обсягів продажу, прибутку, доходів на капітал та ін.
- С. визначення джерел фінансування обраної стратегії – способів концентрації фінансових ресурсів задля реалізації бізнес-ідеї
- Д. підбір працівників, спроможних реалізувати підприємницьку ідею (проект)
- Е. усі відповіді вірні

**Бізнес-план дає змогу розв'язати цілу низку завдань, основними серед яких є**

- А. обґрунтування економічної доцільності напрямків розвитку підприємства
- В. розрахунок очікуваних фінансових результатів діяльності підприємства, насамперед обсягів продажу та прибутку
- С. визначення джерел фінансування обраної стратегії, тобто способів концентрації фінансових ресурсів
- Д. підбір працівників, спроможних реалізувати даний план
- Е. усі відповіді є вірними

**Виділяють такі основні етапи запуску стартапу:**

- А. заснування, перевірка, ефективність, масштабованість;
- В. відкриття, перевірка, ефективність, закриття
- С. відкриття, перевірка, ефективність, результативність;
- Д. відкриття, перевірка, ефективність, масштабованість

**Складовими бізнес-плану можуть бути:**

- А. виробничий план
- В. організаційний план
- С. фінансовий план
- Д. усі зазначені категорії (в інших пунктах цього тесту)

**П'ять основних стадій розвитку стартапу це:**

- А. посівна стадія, стадія запуску, стадія зростання, стадія розширення, стадія «виходу»
- В. стадія «дитинство», стадія запуску, стадія зростання, стадія розширення, стадія «виходу»
- С. посівна стадія, стадія визначення, стадія зростання, стадія розширення, стадія «виходу»
- Д. посівна стадія, стадія запуску, стадія зростання, стадія спаду, стадія «виходу»

**До причин закриття стартапів на стадії запуску не відносять**

- А. команда не змогла реалізувати першопочаткову ідею
- В. припинення фінансування проекту
- С. відсутність ідеї
- Д. неправильний вибір технологічної платформи

*Література:* 1, 3, 16, 20, 22, 23, 25, 27, 40, 56, 60-69, 71, 74, 76.

## Методичні вказівки

### до самостійного вивчення теми 10:

## ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ У ПІДПРИЄМНИЦТВІ

Серед завдань теми основними є розуміння студентами суті та необхідності інноваційно-інвестиційної діяльності у розвитку підприємницьких структур.

Вивчення матеріалу теми слід розпочинати із з'ясування суті поняття інновації, її класифікації видів, функцій та життєвого циклу. Логічним продовження попереднього матеріалу є розуміння суті інноваційної діяльності, її форм, видів та напрямів, а також інноваційних циклів і дифузії інновацій у сфері підприємництва.

Окремого розгляду потребують питання, пов'язані з інвестиціями, інвестиційними ресурсами, їх видами і класифікацією, джерелами фінансування інвестицій, поняттям, видами і стадіями інвестиційних проектів.

Завершальним етапом у вивченні теми є засвоєння на теоретичному і практичному рівні методів і способів оцінки ефективності інвестиційних проектів.

### Питання для самоперевірки:

1. Загальне поняття інновацій та їх класифікація.
2. Функції інновацій.
3. Життєвий цикл інновацій.
4. Вітчизняні тенденції у сфері інновацій.
5. Інноваційна діяльність у підприємстві, її види і напрями.
6. Інноваційні цикли і дифузія новацій на підприємстві.
7. Інноваційний потенціал підприємства і його показники.
8. Інвестиційні ресурси підприємництва, їх види і класифікація. Джерела фінансування інвестицій.
9. Методи і способи оцінки ефективності інвестиційних проектів.

### Тести для самоконтролю:

#### Дифузія інновації –

А. процес поширення нововведення в нових умовах чи сферах застосування

В. здатність підприємства забезпечувати виробничі процеси новими технікою, технологією та спроможністю випускати нові товари (послуги)

С. наукові, технологічні, організаційні, фінансові та комерційні дії, що реально приводять до здійснення інновацій або задумані з цією метою

Д. період швидкого прийняття нового товару ринком і швидке зростання прибутку

#### Нововведення можуть оформлятися у вигляді

А. ноу-хау, результатів маркетингових досліджень, наукових підходів або принципів

В. відкриттів, винаходів, патентів, документації на новий або вдосконалений процес;

С. документа (стандарту, методики, інструкції тощо), товарних знаків, раціоналізаторських пропозицій

Д. усі відповіді вірні

**Проміжок часу від зародження ідеї до створення, поширення і використання нововведення називається**

- A. дифузією інновації
- B. інновацією інновації
- C. життєвим циклом інновації
- D. інвенцією інновації

**Результатом інноваційних процесів є**

- A. нововведення в техніці і технології
- B. нововведення в управлінні
- C. нововведення в організації виробництва і праці
- D. усі відповіді вірні

**Головними функціями інновацій є**

- A. відтворювальна, інвестиційна, стимулююча
- B. інвестиційна, мотиваційна, інституційна
- C. модернізаційна, стимулююча, організаційна
- D. технологічна, комерційна, відтворювальна

**Інвестиційна діяльність може здійснюватися за рахунок**

- A. власних фінансових ресурсів інвестора
- B. позичкових та залучених фінансових коштів інвестора
- C. бюджетних інвестиційних асигнувань
- D. усі відповіді є вірними

**Соціально-економічні інноваційні процеси передбачають появу і впровадження**

- A. нових видів продукції
- B. вдосконалення видів продукції
- C. нових технологічних процесів
- D. процесів активізації людського фактору

**Інноваційні процеси поділяються на**

- A. технічні
- B. організаційні
- C. соціально-економічні
- D. усі відповіді вірні

**Реальні інвестиції передбачають вкладення капіталу для**

- A. простого і розширеного відтворення основних засобів
- B. відшкодування витрат виробництва
- C. простого відтворення основних засобів
- D. придбання цінних паперів

**Нововведення можуть оформлятися у вигляді**

- A. ноу-хау, результатів маркетингових досліджень, наукових підходів
- B. відкриттів, винаходів, патентів, документації на новий або вдосконалений процес;
- C. документа (стандарту, методики, інструкції), товарних знаків
- D. усі відповіді вірні

*Література: 1, 6, 28, 70, 75, 93.*

### **Методичні вказівки**

**до самостійного вивчення теми 11:**

## **ЛЮДСЬКИЙ ТА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР**

Засвоєння матеріалу теми дозволить студентові зрозуміти суть і роль людського та інтелектуального капіталу у розвитку підприємництва; навчитися визначати показники ефективності використання людського капіталу; знати основи мотивації та оплати праці працівників.

Вивчення теми слід розпочинати із загального поняття людського та інтелектуального капіталу, а також категорії персоналу підприємницьких

структур, його складу та класифікації. У вивченні теми важливим є знання і практичні навички у визначенні низки показників, що характеризують рівень ефективності використання праці різних категорій працівників (продуктивність праці, трудомісткість та ін.).

Особливої уваги потребує опрацювання питань, пов'язаних з мотивацією та оплатою праці працівників, формами і системами оплати праці та стимулювання.

### **Питання для самоперевірки:**

1. Загальне поняття людського та інтелектуального капіталу.
2. Персонал підприємницьких структур, його склад та класифікація.
3. Продуктивність праці та її показники.
4. Мотивація та оплата праці працівників.
5. Форми і системи оплати праці.

### **Тести для самоконтролю:**

#### **Людський капітал**

А. сукупність сформованих і розвинутих внаслідок інвестицій продуктивних здібностей індивіда, його особистих рис та індивідуальних мотивацій, які є надбанням людини, використовуються в економічній діяльності, сприяють зростанню продуктивності праці і мають вплив на остаточний результат підприємницької діяльності

В. сукупна кваліфікація та професійні здібності всіх працівників підприємства, а також здобутки підприємства у справі ефективної організації праці і розвитку персоналу

С. усі відповіді вірні

#### **Заробітна плата – це**

А. заново створена кожним робітником вартість, що виділяється державою для їх особистого споживання, виражену у грошовій формі

В. сукупність матеріальних благ і послуг, отриманих із суспільних фондів споживання

С. абсолютна сума грошових засобів, отриманих працівниками пропорційно кількості і якості праці

Д. винагорода в грошовому виразі, яку за трудовим договором власник виплачує працівникові за виконану ним роботу

#### **Персонал підприємства – це**

А. сукупність постійних працівників, які мають необхідну професійну підготовку та практичний досвід і навички роботи, які забезпечують господарську діяльність суб'єкта господарювання

В. працівники, які безпосередньо не пов'язані з процесом виробництва, а працюють у підрозділах невиробничої сфери підприємства

С. працівники, які зайняті у виробництві в основних і допоміжних підрозділах підприємства

Д. усі відповіді вірні

#### **Індекс продуктивності праці визначається**

А. як різниця продуктивності праці в плановому і базовому періодах

В. як співвідношення продуктивності праці в плановому і базовому періодах

С. як різниця між темпами росту продуктивності в плановому і базовому періодах

Д. як співвідношення продуктивності праці у базовому і плановому періодах

**Персонал підприємства поділяється на**

- A. промислово-виробничий персонал і непромисловий персонал
- B. керівників і працівників
- C. основних і допоміжних робітників
- D. керівників, спеціалістів і робітників

**Продуктивність праці характеризується**

- A. обсягом випущеної продукції
- B. обсягом випущеної в одиницю часу продукції в розрахунку на одного працюючого
- C. обсягом реалізованої продукції в розрахунку на одного працюючого
- D. кількість продукції, що повинна бути виготовлена за одиницю часу

**У тарифно-кваліфікаційному довіднику відображено**

- A. характеристику робіт кожного розряду
- B. вимоги до знань і вмінь робітників
- C. тарифні коефіцієнти і тарифні ставки
- D. форми і системи заробітної плати

**Планування фонду заробітної плати спеціалістів і службовців здійснюється на основі**

- A. денної тарифної ставки і кількості робочих днів у періоді
- B. штатного розпису і посадових окладів
- C. розцінок і планового випуску продукції
- D. годинних тарифних ставок і трудомісткості виробничої програми

**За класифікаційними ознаками виділяють такі види структури персоналу**

- A. функціональна
- B. статева
- C. вікова
- D. професійно-кваліфікаційна
- E. усі відповіді вірні

**Зарплата робітника-відрядника залежить від**

- A. годинної тарифної ставки, якості продукції
- B. розцінки, кількості виготовленої продукції
- C. відпрацьованого часу, якості продукції
- D. кількості виготовленої продукції, годинної тарифної ставки

**Основні форми заробітної плати**

- A. відрядна, погодинна
- B. відрядно-прогресивна, відрядно-преміальна
- C. погодинна, погодинно-преміальна
- D. непряма відрядна, акордно-преміальна

**При непрямій системі зарплата підсобника залежить від**

- A. планового і фактичного обсягу випуску продукції основними робітниками, денної тарифної ставки
- B. годинної тарифної ставки і кількості відпрацьованого часу
- C. виконання норм основними робітниками
- D. денної тарифної ставки, відпрацьованого часу

*Література: 1, 6, 14, 28, 77, 85.*

**Методичні вказівки  
до самостійного вивчення теми 12:  
ОСНОВНИЙ ТА ОБІГОВИЙ КАПІТАЛ,  
ЕФЕКТИВНІСТЬ ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ**

Мета теми: розуміння студентами сутності основного капіталу, необхідності амортизації його вартості; уміння визначати рівень ефективності

використання основних засобів; знання суті та структури обігового капіталу підприємства, етапів його коло обігу; уміння визначати рівень ефективності використання обігових засобів підприємницьких структур.

Вивчення матеріалу теми слід розпочинати із з'ясування загального поняття, складу та структури основного капіталу підприємницьких структур. Важливим є акцентування уваги на особливостях обліку і оцінки основних засобів, їх видів. Логічним продовженням матеріалу теми є опанування студентами питань фізичного і морального старіння основного капіталу та амортизації його вартості. Завершується цей підрозділ вивченням показників ефективності використання основних засобів та методикою їх обчислень і аналізу.

Другий підрозділ теми передбачає опанування студентами поняття, складу і структури обігового капіталу суб'єктів підприємницької діяльності. У цьому контексті важливо зрозуміти джерела формування обігового капіталу. Опанування методичними прийомами визначення рівня ефективності використання обігового капіталу є черговим етапом в опануванні матеріалу теми.

Вивчення теми завершується опануванням поняття і класифікації нематеріальних активів підприємства.

#### **Питання для самоперевірки:**

1. Загальне поняття, склад та структура підприємницького капіталу.
2. Поняття основного капіталу. Облік і оцінка основних засобів.
3. Фізичне і моральне старіння основного капіталу у підприємстві.
4. Амортизація основного капіталу.
5. Показники ефективності використання основних засобів.
6. Поняття, склад і структура обігового капіталу підприємницьких структур.
7. Джерела формування обігового капіталу.
8. Ефективність використання обігового капіталу.
9. Нематеріальні активи підприємницьких структур.

#### **Тести для самоконтролю:**

<b>Основні виробничі засоби</b>	<b>Не відносяться до основних виробничих засобів</b>
А. повністю переносять свою вартість за один виробничий період	А. інженерні споруди
В. активно не використовуються	В. передавальні пристрої
С. передають свою вартість на вартість продукції частинами протягом всього терміну служби	С. спортивні споруди
Д. не підлягають амортизації	Д. машини та обладнання

**Залишкова вартість основних засобів враховує**

- А. первісну (початкову) чи відновну вартість основних засобів і амортизаційні відрахування
- В. первісну (початкову) чи відновну вартість і витрати на демонтаж
- С. ліквідаційну вартість і витрати на демонтаж
- Д. ліквідаційну вартість основних засобів і амортизаційні відрахування

**Які показники характеризують ефективність використання основних засобів**

- А. коефіцієнт змінності, коефіцієнт оновлення, коефіцієнт вибуття основних засобів
- В. фондомісткість, фондovіддача, фондоозброєність
- С. фондоозброєність, матеріаломісткість, коефіцієнт змінності основних засобів
- Д. коефіцієнт придатності, фондовіддача, коефіцієнти оновлення і вибуття основних засобів

**Амортизація – це**

- А. втрата частини вартості основних фондів під впливом НТП
- В. розмір річних відрахувань у відсотках від балансової вартості
- С. матеріальне зношення основних фондів, у результаті якого вони перестають задовольняти поставлені до них вимоги
- Д. процес поступового погашення вартості основних засобів шляхом перенесення її на собівартість виготовленої продукції

**Виробнича потужність виробничого підприємства – це**

- А. максимально можливий річний випуск продукції при заданих організаційно-технічних умовах
- В. максимально можливий річний випуск продукції при умові використання резервного обладнання
- С. максимальний випуск продукції на вузькому місці

**Первісна (початкова) вартість основних засобів включає**

- А. ціну основних засобів і витрати на їх транспортування і монтаж
- В. витрати на капітальний ремонт та модернізацію основних засобів
- С. витрати на транспортування, монтаж основних засобів та амортизацію
- Д. відновну вартість і витрати на демонтаж

**Фізичне зношення основних фондів – це**

- А. поступове погашення їх вартості шляхом перенесення її на собівартість випущеної продукції
- В. втрата частини вартості основних засобів під впливом науково-технічного прогресу
- С. матеріальне зношення основних засобів, у результаті якого вони перестають задовольняти поставленим до них вимогам
- Д. процес перенесення вартості на вартість готової продукції протягом одного виробничого циклу

**Фондовіддача – це відношення**

- А. середньорічної вартості основних засобів до обсягу випуску продукції у вартісному виразі
- В. обсягу випуску продукції до середньорічної вартості основних виробничих засобів
- С. середньорічної вартості основних засобів до річної суми прибутку
- Д. середньорічної вартості основних фондів до середньоспискової чисельності робітників

**Структура обігових засобів – це**

- А. їх перелік за елементами
- В. питома вага кожного елемента в загальному обсязі оборотних виробничих засобів
- С. співвідношення між вартістю оборотних фондів і фондів обігу
- Д. усі відповіді є вірними



**Які з перелічених елементів слід виключити з нормованих оборотних засобів**

- A. витрати майбутніх періодів
- B. запаси тари і палива
- C. товар на складі
- D. незавершене виробництво
- E. грошові засоби

**Вкажіть показники, що характеризують оборотність обігових засобів**

- A. коефіцієнт використання матеріалу і питома матеріаломісткість
- B. коефіцієнт оборотності і тривалість обороту
- C. сума реалізованої продукції в розрахунку на 1 грн. обігових засобів
- D. відносна матеріаломісткість і абсолютна матеріаломісткість

*Література: 6, 14, 28, 85, 88.*

**Методичні вказівки  
до самостійного вивчення теми 13:  
ЕФЕКТИВНІСТЬ ТА ОЦІНКА РЕЗУЛЬТАТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ  
ДІЯЛЬНОСТІ**

Головне завдання теми – засвоєння принципів і методів оцінки результатів діяльності суб'єкта підприємництва, уміння здійснювати діагностику його фінансово-економічного стану та робити відповідні висновки, узагальнення й пропозиції щодо поліпшення фінансового стану.

Вивчення теми необхідно розпочинати із з'ясування принципів і практичних методів оцінки результатів підприємницької діяльності. Важливо теоретично і практично засвоїти модель комплексного аналізу підприємницької діяльності та система показників в оцінці ефективності підприємницької діяльності.

Вивчення теми завершується опануванням навичок у здійсненні фінансової діагностики суб'єктів підприємництва та оцінка їх фінансово-економічного стану за низкою показників рентабельності (рентабельність сукупного капіталу, рентабельність власного капіталу, рентабельність продажу), фінансової стійкості (коефіцієнт фінансової автономії (незалежності), коефіцієнт маневреності власного капіталу, коефіцієнт фінансової залежності, коефіцієнт фінансового ризику), ліквідності (коефіцієнт загальної ліквідності, коефіцієнт абсолютної ліквідності, коефіцієнт поточної ліквідності), оборотності активів (коефіцієнт оборотності активів, коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості, коефіцієнт оборотності запасів, тривалість обороту).

**Питання для самоперевірки:**

1. Принципи і методи оцінки підприємницької діяльності.
2. Модель комплексного аналізу підприємницької діяльності.
3. Система показників оцінки ефективності підприємницької діяльності.

#### 4. Фінансова діагностика суб'єктів підприємництва та оцінка їх фінансово-економічного стану.

##### Тести для самоконтролю:

###### **Собівартість продукції – це**

- А. витрати праці на виробництво і реалізацію продукції
- В. витрати підприємства на виробництво і реалізацію продукції
- С. грошова форма виразу витрат на виробництво і реалізацію продукції
- Д. витрати на виробництво і прибуток підприємства

###### **Вкажіть витрати, що не залежать від обсягу виробництва**

- А. змінні
- В. граничні
- С. прямі
- Д. постійні

###### **Калькулювання – це**

- А. обчислення собівартості валової продукції
- В. обчислення собівартості товарної продукції
- С. обчислення собівартості реалізованої продукції
- Д. обчислення собівартості окремих видів продукції

###### **Вкажіть фактори, які впливають на величину виручки від реалізації продукції**

- А. обсяг виробництва, якість продукції
- В. стан основних засобів
- С. вартість майна підприємства
- Д. орендна плата

###### **Рентабельність – це**

- А. абсолютний показник ефективності діяльності підприємства
- В. відносний показник ефективності діяльності підприємства, який обчислюється як відношення прибутку до активів, ресурсів або потоків, що її формують
- С. чистий прибуток підприємства
- Д. дохід підприємства

###### **Структура витрат на виробництво продукції – це**

- А. склад витрат і питома вага кожного елемента в їх загальному обсязі
- В. склад витрат за статтями витрат
- С. співвідношення витрат в їх загальному обсязі
- Д. склад витрат за економічними елементами

###### **Вкажіть правильну відповідь**

- А. поняття “дохід” і “прибуток” ідентичні
- В. поняття “дохід” ширше від поняття “прибуток”
- С. поняття “прибуток” ширше від поняття “дохід”

###### **Прибуток від реалізації продукції – це**

- А. виручка від підприємницької діяльності
- В. дохід від підприємницької діяльності
- С. виручка від реалізації продукції за мінусом повної собівартості
- Д. додатковий продукт, виражений в грошовій формі

###### **Виручка від позареалізаційних операцій включає грошові засоби від**

- А. реалізації основної продукції
- В. реалізації основних фондів
- С. реалізації нематеріальних активів
- Д. здачі майна в оренду, операцій з цінними паперами

###### **Балансовий прибуток**

- А. це загальна сума прибутку підприємства по всіх видах виробничої і невиробничої діяльності
- В. за своєю величиною завжди відповідає чистому прибутку підприємства
- С. це валовий прибуток за мінусом суми податку на прибуток
- Д. загальна сума доходу підприємства

**Прибуток – це**

- А. сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати
- В. загальна сума доходу підприємства
- С. загальна сума доходу підприємства за вирахуванням обов'язкових платежів
- Д. нормативна величина, що характеризує рівень рентабельності підприємства

**Рентабельність окремого виду продукції обчислюється як процентне відношення**

- А. прибутку від реалізації одиниці продукції до її повної собівартості
- В. повної собівартості одиниці продукції до прибутку від її реалізації
- С. суми балансового прибутку до обсягу реалізації продукції
- Д. обсягу реалізації продукції до суми балансового прибутку

*Література:* 1, 4, 6, 28, 37 76, 84, 85, 89, 89.

**Методичні вказівки****до самостійного вивчення теми 14:****ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА ІНСТИТУЦІЙНІ ПАСТКИ**

Метою теми є засвоєння студентами поняття інституційних пасток у підприємництві, їх видів і форм прояву, механізму утворення та шляхів виходу з інституційної пастки.

Вивчення теми слід розпочинати із загального поняття інституційних пасток та трактування цього поняття в історичній ретроспективі. При цьому важливо звернути увагу на різновиди інституційних пасток.

У процесі вивчення теми важливо з'ясувати як ті, чи інші інституційні пастки впливають на перебіг економічних реформ, на їх темп, послідовність, результативність. При цьому важливо зрозуміти механізм виникнення інституційних пасток та детально розглянути підприємство з одного боку як об'єкт інституційної пастки, з другого – як її суб'єкт. Вивчення матеріалу теми передбачає самостійний пошук у ЗМІ прикладів прояву інституційних пасток (неплатежів, корупція, ухиляння від податків, рейдерства, бартеру, контрафакту) та впливу на діяльність підприємства.

Важливим структурним елементом теми, що потребує особливої зосередженості і вдумливого опрацювання є питання стосовно шляхів виходу з інституційної пастки, а також розгляду можливих перешкод.

**Питання для самоперевірки:**

1. Поняття інституційних пасток, їх різновиди.
2. Інституційні пастки і економічні реформи.
3. Підприємництво як суб'єкт і об'єкт інституційних пасток.
4. Механізм утворення інституційних пасток.
5. Приклади інституційних пасток: ухиляння від податків, тіньова економіка, рейдерство, контрафакт, корупція, фіктивне підприємництво.
6. Вихід з інституційної пастки: шляхи і перешкоди.

## Тести для самоконтролю:

### Інституційна пастка - це

- A. стійка неефективна норма
- B. закріплення неформальних норм на законодавчому рівні
- C. неузгодженість формальних і неформальних правил
- D. вплив неформальних норм на формальні правила

### Ефект поєднання в процесі формування інституційної пастки полягає у

- A. взаємодії нової норми з системою формальних норм і правил.
- B. зниженні транзакційних витрат через удосконалення прийнятих норм і правил
- C. взаємодії нової норми з багатьма або й системою інших норм і правил
- D. зниженні транзакційних витрат шляхом дотримання прийнятих норм і правил

### У процесі формування інституційної пастки підприємство може виступати

- A. лише як її об'єкт
- B. лише як її суб'єкт
- C. як її суб'єкт і об'єкт
- D. як її предмет, суб'єкт і об'єкт

### Щодо підприємства інституційна пастка виступає

- A. як елемент лише його зовнішнього середовища
- B. як елемент лише його внутрішнього середовища
- C. як елемент його внутрішнього і зовнішнього середовища
- D. як елемент його метасередовища

### Основу у механізмі формування інституційної пастки складають:

- A. ефект удосконалення (навчання)
- B. ефект координації
- C. ефект поєднання
- D. усі відповіді вірні

### Прикладами інституційних пасток є:

- A. рейдерство, податкова система, бартер
- B. податкова система, контрафакт, корупція
- C. корупція, рейдерство, бартер
- D. бартер, податкова система, тіньова економіка

### Зацікавленість в ухиленні від податку нижча якщо

- A. процентні ставки диференційовані за різними групами товарів чи його платниками
- B. платник податку і носій податкового тягаря не збігаються
- C. процентні ставки є прогресивними щодо величини доходу
- D. платник податку і носій податкового тягаря збігаються

### Не є прикладом інституційної пастки

- A. рейдерство
- B. податкова система
- C. корупція
- D. бартер

### Інституційна пастка є неефективною нормою, оскільки

- A. руйнує етичні норми суспільства
- B. породжує всюдозволеність і безвідповідальність
- C. стримує довгостроковий ефективний розвиток економічної системи
- D. усі відповіді вірні

### Можливості для ухилення від податків залежать від

- A. механізму визначення платників податків
- B. податкових ставок
- C. об'єктів оподаткування
- D. усі відповідні вірні

### **Методи ухилення від податків**

- A. напівлегальна (неофіційна) діяльність з виробництва товарів і надання послуг
- B. приховування об'єктів оподаткування в межах легальної діяльності.
- C. фальсифікація обліку
- D. маскуванню дійсних ситуацій іншими фіктивними юридичними ситуаціями.
- E. усі відповіді вірні

### **Згідно з класифікацією Е. Фейга тіньова економіка поділяється на:**

- A. сіру, неформальну, кримінальну, нелегальну
- B. нелегальну, невраховану (неповідомлену), незареєстровану, неформальну
- C. незаконну, невраховану (неповідомлену), неформальну, нелегальну
- D. незареєстровану, несанкціоновану, нелегальну, неформальну

### **Вихід підприємства з тіньового сектору може бути пов'язаний з**

- A. високими витратами інституційної трансформації
- B. низькими транзакційними витратами
- C. культурною інерцією і лобіюванням інтересів
- D. загостренням конкурентної боротьби

### **Під поняттям рейдерства розуміють**

- A. як звичайне і цілком законне поглинання підприємств проти волі їх власників чи керівників з метою зміни власника
- B. як незаконне поглинання підприємств проти волі їх власників чи керівників з метою зміни власника
- C. як звичайне і цілком законне поглинання підприємств проти волі їх власників чи керівників, так і силове їх захоплення з метою зміни власника
- D. як силове захоплення підприємств з метою зміни власника

*Література:* 38, 43, 56, 61, 76, 83, 86, 102.

## **Методичні вказівки**

### **до самостійного вивчення теми 15:**

## **СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК ОЗНАКА ЙОГО ЗРІЛОСТІ**

Головне завдання теми – засвоєння студентами суті соціальної відповідальності бізнесу, розуміння її ролі для іміджу суб'єкта підприємницької діяльності.

Вивчення теми слід розпочинати з ознайомленням із концепціями соціальної відповідальності. Особливу увагу слід звернути на поняття і види соціальної відповідальності, а також принципи етичної і соціальної відповідальності підприємництва та їх генезу.

Для цілісного сприйняття теми її слід завершувати опрацюванням питань корпоративної соціальної відповідальності, її внутрішньої та зовнішньої складових. Важливо зосередити увагу на різних моделях корпоративної соціальної відповідальності та їх ролі у формуванні іміджу суб'єктів підприємництва.

### **Питання для самоперевірки:**

1. Концепція соціальної відповідальності.
2. Поняття і види соціальної відповідальності.
3. Принципи етичної і соціальної відповідальності підприємництва та їх генеза.
4. Корпоративна соціальна відповідальність.
5. Підприємництво і споживачі.

### **Ситуаційна вправа «Хліб наш насущний...»**

Наближалось Різдво – одне з улюблених свят Маркіяна Н., власника і менеджера невеликої тернопільської хлібопекарні. Це чудове свято, а особливо його надвечір'я, озивається в серці батьківською домівкою, родинним затишком і запашним ароматом святкових маминих калачів. Їх смак забути неможливо,... і... чомусь неможливо відтворити на сучасному обладнанні пекарні, – поринувши у спогади, роздумував Маркіян.

Через кілька днів, поряд з уже традиційним для підприємства асортиментом хліба, слід буде випекти партію калачів, попит на які у ці передсвяткові дні, незважаючи на далеко не символічну ціну, завжди високий. Уже є й замовлення від постійних партнерів. Усе ніби й гаразд. Проте щось бентежить душу.

Згадалось, так ніби вчора закінчував педагогічний університет. Перспектива учителювання уже не приваблювала. Спробував, як і багато його друзів, розпочати свою справу, справу, яку добре знав батько, – пекти хліб. Вдалося. Як кажуть, не святі горшки ліплять, отож з випіканням хліба справа швидко налагодилась. А оце зовсім недавно (майже за О. Довженком: є Бог на світі, але ім'я йому – випадок) вдалося отримати фах економіста, пройшовши перепідготовку і стажування за програмою «Українська ініціатива».

У процесі опанування нових знань багато речей, на які до цього, здавалось, і не звертав уваги, виявились дуже важливими у забезпеченні ефективного функціонування і розвитку підприємства. Тут ще є багато над чим подумати і що осмислити. Скажімо, стосовно соціальної відповідальності виробника перед споживачами у питаннях якості продукції та відповідної правдивої інформації. Адже не секрет, що розпочинаючи справу з випікання хліба і намагаючись здешевити його виробництво, довелось вибудовувати такий технологічний ланцюжок, в основі якого – використання поліпшувачів хліба: розпушувачів, метил-целюлозних стабілізаторів, антиоксидантів, вологоутримуючих агентів і т.п. Вплив останніх на організм людини до кінця не вивчений... А тут ще й документальний фільм «Уся правда про хліб» на каналі СТБ показали. У нас, звичайно, таких серйозних технологічних порушень, які зафіксовані у фільмі, немає і наша продукція не потрапляє у ті

36% хліба, що в цілому по Україні не відповідають встановленим санітарно-гігієнічним і технічним вимогам. Але, думаючи про це, відчував тривогу.

Згадалось також зовсім недавнє стажування на берлінській хлібопекарні «Märkisches Landbrot GmbH». Там дивувало буквально все. Мале підприємство з чисельністю 39 працівників щодобово забезпечує виготовлення і випікання 6 тис. буханок хліба, асортимент якого налічує 35 сортів. Як результат – річний оборот підприємства становить приблизно 4,5 млн. євро. При цьому чиста рентабельність складає лише 4 %. Як пояснив менеджер, головним поточним і перспективним завданням фірми є висока якість продукції. За своїми споживчими характеристиками хлібобулочні вироби МП «Märkisches Landbrot GmbH» відносяться до категорії біохліба (екологічно чистого хліба). Серед визначальних кроків пекарні у цьому напрямку є отримання на свою продукцію міжнародних сертифікатів якості престижної у Німеччині асоціації «Demeter». Такий сертифікат не лише підтверджує найвищий рівень якості продукції, але й означає, що продукція на 90 % виготовлена із сировини, що теж сертифікована цією асоціацією. Останнє є свідченням того, що збіжжя отримано в біодинамічних сільськогосподарських умовах. Основним принципом фермерів, що займаються таким видом господарства, є догляд за землею і утримання її у такому стані, за якого б основні репродуктивні та фізико-хімічні властивості землі з року в рік поліпшувалися. Це досягається за рахунок збільшення кількості різновидів насаджень, органічного їх підживлення та категоричного недопущення у своїй практиці застосування мінеральних добрив, препаратів для боротьби зі шкідниками, а також генетично-модифікованих організмів.

Ошелешило й інше. Виявляється, попри усе розмаїття ринку збіжжя, МП «Märkisches Landbrot GmbH», територіально розташовуючись на Бранденбурзькій землі, закупає зерно для борошна лише у фермерів, що теж територіально належать до неї. І це при тому, що вартість місцевого збіжжя (сертифікованого асоціацією «Demeter») у 3-4 рази вища за ринкову! Зрозуміло, вартість борошна у собівартості хліба коливається від 2 до 7 % залежно від сорту і це суттєво не впливає на ціну реалізації. Але ж, з погляду ефективності, такий підхід, м'яко кажучи, важко обґрунтувати! Щось на зразок відновленого сьогодні в Україні гасла-принципу «Свій до свого по своє!». Проте це гасло-принцип частіше критикується у мас-медіа, аніж застосовується у практиці, до того ж йому часто закидають замкнутість.

Несподівано погляд Маркіяна зупинився на сторінці розгорненої брошури, подарованої напередодні давнім приятелем: «У суспільстві масового продукування, де приготування страв усе більше стає автоматизованим, люди не відчують у стравах не лише ніякої Божої благодаті, а й просто людського тепла» [1, с. 59]. Ба більше, – розмірковував Маркіян, – купуючи хліб, молоко, ковбасу і т.п., ми, попри усю прописану законом інформацію на етикетках щодо інгредієнтів, наявність ГМО тощо, зовсім не впевнені у їхній справжній якості.

Пробігши очима сторінку, Маркіян спинився на переказі із Києво-Печерського патерика. «Я ж це вивчав у педуніверситеті! Як я міг про це забути?!» – запульсувала бентежна думка.

Коли хтось приходив до нього, то блаженний, по божественних настановах пригощав їх трапезою з монастирських страв – хлібом та кашею. Не раз же і христоролюбивий князь Ізяслав тим харчем вгощався і, радіючи, казав блаженному Феодосію: «Ось, як знаєш, отче, всіх благ світу цього виповнений дім мій, але ніколи не пробував такої смачної страви, як нині тут. Багато разів мої слуги варили різні і дорогі страви, але вони не такі смачні, як ця. Благаю тебе, отче, скажи мені, звідки смак цей у харчі твоєму?» Тож натхненний Богом отець наш Феодосій, прагнучи навести його на Божу любов, каже йому: «Якщо хочеш, наш добрий володарю, це знати, то послухай мене, я повім тобі. Браття у цьому монастирі, коли задумують щось зварити, чи спекти хліб, чи зробити якусь іншу роботу, то мають таке правило: найперше один із них іде до ігумена по благословення, тоді тричі доземно кланяється перед Святим Вівтарем, і запаливши від нього свічку, од неї розпалює вогонь. А коли наливає у казан воду, то каже старшому: «Благослови, отче!», – а той відповідає: «Нехай тебе, брате, Бог благословить!» І так із благословенням роблять вони всю роботу. А твої слуги працюють і у сварці, і в метушні, і з прокльонами один на одного, а часто від наставників дістають і побої, тому вся їхня робота виконується з гріхом». Почувши це, христоробець сказав: «Воістину, отче, так є, як ти кажеш» [див.: 3, с. 51-52].

«Еврика! – осінило Маркіяна. – Я вже знаю, як приготувати запашні калачі для Святвечірньої трапези!»

### **Запитання і практичні завдання до ситуаційної вправи**

1. Про який тип соціальної поведінки керівника підприємства йдеться у ситуаційній вправі? У чому її суть?

2. Сформулюйте принципи морально-етичної поведінки виробника у контексті його соціальної відповідальності перед споживачами продукції підприємства і суспільством в цілому. Доведіть або спростуйте їх ефективність.

3. Чи є у вітчизняних споживачів на найближчу перспективу можливість придбання екологічно чистих продуктів харчування? Чи може цьому посприяти реалізація гасла-принципу «Свій до свого по своє!»?

*Література:* 36, 46, 57, 78, 82, 100.



## КОМПЛЕКСНЕ ПРАКТИЧНЕ ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

У процесі вивчення курсу «Підприємництво» кожен студент виконує комплексне практичне індивідуальне завдання (КПЗ).

Основна мета комплексного практичного індивідуального завдання – відпрацювання практичних навичок в аналізі і реалізації оптимальних інституційних змін на підприємстві, організації, фірмі, бізнес-компанії.

КПЗ реалізується у формі наскрізного практичного завдання, вирішення якого потребує успішного засвоєння змісту дисципліни та отримання навичок застосування набутих знань шляхом проведення аналітичних оцінок, обґрунтування рішень, моделювання процесів.

КПЗ видається студенту у перші два тижні навчання та виконується упродовж семестру відповідно до встановлених графіків, дотримання яких є необхідною передумовою допуску до здачі змістових модулів.

КПЗ видається студентам у формі робочого зошита із встановленою адміністрацією університету структурою.

Результати виконання комплексного практичного індивідуального завдання оцінюються викладачем у балах за стобальною шкалою і складають 30 відсотків підсумкового бала з дисципліни.

### ЗАВДАННЯ для КПЗу

Прочитайте книгу **М. Гербера «Підприємницький міф»** (в українському скороченому перекладі) або ж в оригіналі англійською мовою – **M. Gerber «E-Myth»** і дайте відповіді на запитання, що містяться в робочому зошиті (файл: «**КПЗ - The E-myth – Workbook**»).

Книга М. Гербера «Підприємницький міф» (українською та англійською мовами) та робочий зошит можна знайти за посиланням: [https://drive.google.com/drive/folders/1crdGFVKWrPe8\\_Tyi9zt8b\\_q1nNMsNPZ8](https://drive.google.com/drive/folders/1crdGFVKWrPe8_Tyi9zt8b_q1nNMsNPZ8).



## САМОСТІЙНА РОБОТА

№ з/п	Тематика	Кількість годин	
		ДФН	ЗФН
1	Підприємництво як культурний феномен	5	9
2	Гене́за підприємництва: термінологічний та історичний аспекти	6	9
3	Типологія підприємництва	5	10
4	Галузі та види підприємницької діяльності	6	9
5	Ринок, конкуренція і підприємництво	5	10
6	Циркулярна та екологічна економіка як парадигми розвитку сучасного підприємництва	6	9
7	Євроінтеграційні процеси і підприємництво	6	9
8	Партнерство і ділові відносини у підприємництві	5	9
9	Стартап, заснування бізнесу та бізнес-планування у підприємстві	5	10
10	Інноваційно-інвестиційна діяльність у підприємстві	5	10
11	Людський та інтелектуальний капітал підприємницьких структур	6	10
12	Основний та обіговий капітал, ефективність його використання	6	10
13	Ефективність та оцінка результатів підприємницької діяльності	6	10
14	Підприємництво та інституційні пастки	6	10
15	Соціальна відповідальність підприємництва як ознака його зрілості	6	10
Тренінг		4	–
<b>РАЗОМ</b>		<b>87</b>	<b>144</b>

## ТРЕНІНГ З ДИСЦИПЛІНИ

### Тематика тренінгу

#### 1. Ситуаційна вправа (кейс) «Продавай краще та заробляй більше».

Торговельна фірма «Техносвіт» займається оптовою торгівлею побутової техніки протягом п'яти років. Компанія планує найняти додатково 10 нових співробітників з продажу. Останнім часом у відділі реалізації спостерігається плінність кадрів, що у свою чергу, призвело до невиконання планів з продажу. У неформальних бесідах зі звільненими співробітниками й керівником відділу реалізації та менеджерами по персоналу з'ясувалася незадоволеність

співробітників системою оплати праці. У компанії використовується схема оплати «ставка плюс бонус».

Модель оплати	Кількість угод		
	8	10	12
Ставка плюс бонус, грн.	$10000+2600=12600$	$10000+3000=13000$	$10000+3400=13400$
Гарантований мінімум, грн.	$1500*8=12000$	$1300*10=13000$	$1200*12=14400$
ЕФЕКТ	?	?	?

Слід зазначити, що оплата праці залежить від кількості закритих угод за місяць. Якщо цикл продажу (проміжок часу від першого дзвінка клієнтові до одержання оплати від нього) довгий або активна робота із залучення нових клієнтів (особливо для нових молодих співробітників) не гарантує закриття угод найближчим часом, продавець не певен, що його зусилля будуть винагороджені. Тому багато продавців говорять про, так званий, гарантований мінімум. Тоді при будь-якому результаті фахівець із продажу буде отримувати певну суму. Залежно від продуктивності продавців у компанії прийняті різні рівні успішності продавців: продавай краще та заробляй більше.

- 1) Чому звична схема оплати «ставка плюс бонус» не мотивує фахівців із продажу працювати з повною віддачею?
- 2) Запропонувати систему оплати й винагороди для мотивації фахівців із продажу.

## 2. Тема: *Діагностика конкурентоспроможності продукції*

### Завдання

Продіагностуйте конкурентоспроможність продукції різних виробників та зробіть відповідні висновки. Для цього ознайомтеся з параметрами

**ковбаси молочної** – на сторінці: <https://test.org.ua/tests/food/545>

або

**вершкового масла** – на сторінці: <https://test.org.ua/tests/food/541>

або

**фасадних фарб** – на сторінці: <https://test.org.ua/tests/construction/543>.

Послідовність здійснення діагностики:

- 1) оберіть продукцію 4-х виробників і встановіть 8, на ваш погляд, найважливіших її показників-характеристик; обґрунтуйте свій вибір.

Дані занесіть у таблицю.

Таблиця 1

## Характерні показники продукції

№ з/п	Показники	Підприємства-виробники продукції (фірмова назва продукції)			
		<i>Молокія</i>	<i>Галичина</i>	...	...
1	Ціна 100 гр.	19,27	18,49		
2	...				
3					
4					
5					
6					

2) побудуйте циклограму (багатокутник, радіальну діаграму) конкурентоспроможності продукції.

Для побудови циклограми необхідно значення показників продукції одного з її виробників прийняти за одиницю (1,0) і, відповідно до цього прирівняти значення показників продукції інших підприємств та нанести їх на осі діаграми.

Наприклад, вершкове масло «Молокія» беремо за базу порівняння. Відповідно,  $19,27 = 1,0$ . Тоді для «Галичини» показник ціни становитиме:  $19,27/18,49 = 1,04$ . І таким чином для усіх інших обраних показників продукції.

Таблиця 2

## Характерні показники продукції

№ з/п	Показники	Підприємства-виробники продукції (фірмова назва продукції)			
		<i>Молокія</i>	<i>Галичина</i>	...	...
1	Ціна 100 гр.	1,0	1,04		
2	...	1,0			
3		1,0			
4		1,0			
5		1,0			
6		1,0			

3) за даними таблиці 2 побудуйте циклограму (радіальну діаграму) конкурентоспроможності продукції та зробіть висновки.

## ЗАСОБИ, МЕТОДИ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

У процесі вивчення дисципліни «Підприємництво» використовуються такі засоби оцінювання та методи демонстрування результатів навчання:

- стандартизовані тести;
- поточне опитування;
- залікове модульне тестування та опитування;
- презентації результатів виконаних завдань та досліджень;
- оцінювання результатів КПЗ;
- розрахункові роботи;
- ректорська контрольна робота;
- підсумковий іспит;
- інші види індивідуальних та групових завдань.

Підсумковий бал (за 100-бальною шкалою) з дисципліни визначається як середньозважена величина залежно від питомої ваги кожної складової залікового кредиту.

Заліковий модуль 1	Заліковий модуль 2 (ректорська контрольна робота)	Заліковий модуль 3 (підсумкова оцінка за КПЗ, враховуючи поточне опитування)	Заліковий модуль 4 (іспит)
20 %	20 %	20 %	40 %

### Шкала оцінювання:

За шкалою університету	За національною шкалою	За шкалою ECTS
90–100	Відмінно	<b>A</b> (відмінно)
85-89	Добре	<b>B</b> (дуже добре)
75–84		<b>C</b> (добре)
65–74	Задовільно	<b>D</b> (задовільно)
60-64		<b>E</b> (достатньо)
35–59	Незадовільно	<b>FX</b> (незадовільно з можливістю повторного складання)
1–34		<b>F</b> (незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни)

## ГЛОСАРІЙ

- Акціонерне товариство** – підприємство, яке для утворення статутного капіталу випускає та продає акції.
- Акція** – цінний папір без встановленого терміну обігу, який свідчить про пайову участь у статутному фонді акціонерного товариства, який дає право на одержання певного прибутку і на участь в управлінні справами.
- Амортизація** – поступове погашення вартості основних фондів шляхом її перенесення на собівартість продукції.
- Асоціація** – добровільне об'єднання фізичних або юридичних осіб для координації діяльності при збереженні самостійності і незалежності членів.
- Балансовий прибуток** – загальна сума прибутку підприємства за всіма видами діяльності, яка відображається в його балансі.
- Банківський кредит** – основна форма кредиту, при якій "банківською установою надаються позичальнику у тимчасове користування кошти на умовах терміновості, повернення та платності.
- Банкрутство** – неспроможність підприємства розрахуватись і виконувати свої зобов'язання перед кредиторами через недостатню ліквідність.
- Бізнес** – вид діяльності, що приносить прибуток.
- Бізнес-план** – це документ, який містить систему ув'язаних в часі та в просторі та узгоджених з метою і ресурсами заходів і дій, спрямованих на отримання максимального прибутку внаслідок реалізації підприємницького проекту (угоди).
- Бізнес-планування** – це процес формування мети діяльності суб'єкта підприємництва, визначення пріоритетів, засобів і методів її досягнення, на основі виявлення комплексу завдань і робіт, а також впровадження ефективних методів, способів, ресурсів, необхідних для виконання конкретних завдань у встановлені терміни.
- Біржа** – організований торговельний майданчик, на якому відбувається гуртова торгівля товарами або цінними паперами у вигляді стандартизованих біржових угод. На біржі укладаються угоди по біржових товарах, в результаті чого утворюється динаміка ціни тільки під впливом ринкового попиту та пропозиції, що дає змогу орієнтуватися учасникам ринку та прогнозувати хід торгів в майбутньому; юридична особа, що забезпечує регулярне функціонування організованого ринку товарів, валют, цінних паперів, похідних фінансових інструментів.
- Валова виручка** – сума всіх грошових коштів, отриманих підприємством.
- Валова продукція** – загальний об'єм продукції у вартісному вираженні, виробленої за певний період.
- Валовий дохід** – частина вартості виробленої валової продукції за вирахуванням вартості матеріальних витрат, тобто заново створена вартість, що включає заробітну плату і чистий дохід.
- Валові витрати** – сума постійних і змінних витрат на кожному конкретному рівні виробництва.

- Венчурні підприємства** – підприємства, зайняті науковими дослідженнями, інженерними розробками, створенням та впровадженням нововведень.
- Винахід** – вирішення технічного завдання, яке передбачає наявність певної технічної ознаки, відрізняється істотною новизною і забезпечує одержання позитивного ефекту.
- Виняткова ліцензія** – ліцензія, яка передбачає монопольне право ліцензіата на використання винаходів, технології, відмову від самостійного використання запатентованих винаходів або “ноу-хау”, а також їх продаж на обумовленій території.
- Виробнича потужність** – максимально можливий випуск продукції при заданих організаційно-технічних умовах.
- Виробничий процес** – сукупність організованих в певній послідовності процесів праці і природних процесів, в результаті яких вихідна сировина і матеріали перетворюється в готову продукцію.
- Виробничі інвестиції (капіталовкладення)** – вкладення капіталу з метою забезпечення відтворення основних фондів.
- Віолентна (силова) стратегія** – стратегія конкурентної боротьби, орієнтована на зниження витрат виробництва за рахунок ефекту масштабу.
- Галузь промисловості** – сукупність підприємств, які характеризуються єдністю економічного призначення продукції, однорідністю споживаної сировини, спільністю виробничо-технічної бази і технологічних процесів, специфікою складу кадрів і умов праці.
- Господарські товариства** – підприємства, установи, організації, створені на засадах угоди юридичними особами і громадянами шляхом об'єднання їхнього майна та підприємницької діяльності з метою отримання прибутку.
- Госпрозрахунковий дохід** – частина доходу, яка надходить у розпорядження підприємства.
- Гудвіл** – основний капітал фірми, який не має матеріального вигляду і здатний приносити додаткові прибутки фірмі шляхом підвищення її конкурентоспроможності.
- Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності** – система заходів, спрямованих на розвиток зовнішньоекономічної діяльності на основі найбільш повного використання переваг міжнародного поділу праці та міжгосподарських інтеграційних процесів у загальнодержавних інтересах.
- Державне регулювання цін** – втручання держави в процес ринкового ціноутворення з метою перерозподілу прибутку між різними групами підприємств.
- Диверсифікація вертикальна** – диверсифікація інвестицій у виробництва, пов'язані з різними стадіями обробки одного продукту.
- Диверсифікація виробництва** – одночасний розвиток кількох, не пов'язаних між собою видів виробництва, розширення асортименту продукції, що випускається фірмою.

**Диверсифікація горизонтальна** – розширення асортименту новими товарами-аналогами з метою викликати у традиційних покупців зацікавлення до них.

**Дивіденд** – частина прибутку акціонерного товариства, яка розподіляється щорічно між акціонерами у вигляді доходу на акції, які їм належать, відповідно до кількості (суми) та виду акцій, що знаходяться в їх володінні.

**Диспетчеризація** – централізований контроль і неперервне оперативне керівництво процесом виробництва як в цілому по підприємству, так і в його підрозділах.

**Диференціація товарів** – фізичні або інші відмінності між товарами різних фірм, що спонукають покупців віддавати перевагу товарам однієї фірми перед товарами інших фірм.

**Експлерентна (піонерська) стратегія** – стратегія конкурентної боротьби, орієнтована на радикальні іновачії.

**Ефективність** – співвідношення між наслідками виробничо-господарської діяльності самостійного суб'єкта і використаними для одержання цих наслідків матеріальними, трудовими та фінансовими ресурсами.

**Закон конкуренції** – закон, згідно з яким у світі відбувається об'єктивний процес підвищення якості продукції і послуг, зниження їх питомої ціни.

**Затрати на виробництво** – сукупність виражених у грошовій формі витрат підприємства, організації, установи на виробництво продукції, виконання робіт, надання послуг та їх реалізацію.

**Зона вільного підприємництва** – територія, на якій установлюються особливі пільгові організаційно-економічні умови діяльності іноземних підприємств і організацій.

**Інвестиції** – довгострокові вкладення капіталу в підприємницьку діяльність з метою отримання прибутку.

**Інжиніринг** – сфера діяльності з розробки питань створення об'єктів промисловості, інфраструктури, насамперед у формі надання на комерційній основі різних інжинірингових послуг.

**Інноваційний процес** – сукупність неперервно здійснюваних в просторі і часі якісно нових прогресивних змін.

**Інновація** – впровадження в господарську практику результатів наукових досліджень і розробок, спрямованих на вдосконалення техніки, технології виготовлення, організації діяльності та управління процесами виробництва і праці.

**Інтелектуальна власність** – продукт інтелектуальної творчої праці, твори науки, літератури, мистецтва, відкриття, винаходи, раціоналізаторські пропозиції, промислові зразки, програми для ЕОМ, бази даних, експериментальні системи "ноу-хау", торгові секрети, товарні знаки, фірмові найменування.

**Інтелектуальні інвестиції** – вкладення коштів у підготовку спеціалістів на курсах, передачу досвіду, ліцензії і "ноу-хау", спільні наукові розробки.



- Капіталізація** – перетворення доходу в капітал, тобто використання доходу на розширення бізнесу.
- Картель** – договірне об'єднання підприємств переважно однієї галузі для здійснення спільної комерційної діяльності (регулювання збуту виготовленої продукції).
- Кваліфікація** – сукупність спеціальних знань і навиків, що визначають рівень підготовленості працівника.
- Командитне товариство** – господарське товариство, частина учасників якого відповідає за борги підприємства всім своїм майном, а решта учасників – в межах належних їм внесків.
- Комбінування виробництва** – модель організації виробництва, за якою на одному підприємстві поєднуються і функціонують різногалузеві виробництва, продукція яких є сировиною, напівфабрикатами, допоміжними матеріалами для інших виробництв.
- Комутантна (з'єднувальна) стратегія** – стратегія конкурентної боротьби, що передбачає максимально гнучке задоволення невеликих за обсягом (локальних) потреб ринку.
- Конкурент** – суб'єкт, що суперничає у будь-якій сфері діяльності з іншим суб'єктом.
- Конкурентна перевага** – вища компетентність фірми в окремії (окремих) сфері її діяльності або у випуску продукції порівняно з конкуруючими фірмами
- Конкурентоспроможність** – сукупність властивостей даної продукції, що відображають її здатність витримати порівняння з аналогічною продукцією в конкретних ринкових умовах. Рівень конкурентоспроможності визначається на основі порівняльного аналізу споживних властивостей даної продукції і аналога-конкурента з урахуванням затрат на придбання та експлуатацію (використання) цих виробів. Основними критеріями конкурентоспроможності продукції є: її технічний рівень, який характеризує ступінь використання науково-технічних досягнень у процесі розроблення та виготовлення виробу; ступінь відповідності продукції вимогам міжнародних стандартів та специфічним вимогам іноземного споживача.
- Конкурентоспроможність країни** – здатність економіки однієї держави конкурувати з економікою інших держав за рівнем ефективного використання ресурсів, підвищення продуктивності народного господарства і забезпечення на цій основі високого та постійно зростаючого рівня життя населення
- Конкурентоспроможність товару** – відповідність товару вимогам ринку, можливість збуту його на конкурентному ринку.
- Конкурентоспроможність фірми** – реальна і потенційна можливість суб'єкта господарювання в існуючих для нього умовах проектувати, виготовляти і збувати товари, які за ціновими і неціновими характеристиками більш привабливі для покупців порівняно з товарами їхніх конкурентів.

- Конкуренції стратегія** – найважливіші довготермінові зусилля та дії фірм, компаній щодо забезпечення конкурентних переваг і захисту завойованих позицій.
- Конкуренція** – процес управління суб'єктом своїми конкурентними перевагами для отримання перемоги чи досягнення інших цілей у боротьбі з конкурентами за задоволення об'єктивних або суб'єктивних потреб в рамках законодавства чи у природних умовах
- Консалтинг** – надання консультаційних послуг з питань удосконалення господарської діяльності на ринку, у сфері зовнішньоекономічних зв'язків, ведення бізнесу.
- Консорціум** – тимчасове статутне об'єднання промислового і банківського капіталу для реалізації певної підприємницької ідеї та досягнення загальної мети.
- Концентрація виробництва** – процес укрупнення виробництва, яке може відбуватися або шляхом приєднання частини прибутку до початкових капітальних вкладень, або шляхом централізації (об'єднання дрібних підприємств в крупні).
- Концерн** – форма статутного об'єднання підприємницьких структур, що характеризується органічним поєднанням власності та контролю.
- Кооперування** – встановлення тривалих виробничих зв'язків між галуззями, підприємствами і їх підрозділами для участі у виготовленні певної продукції при збереженні господарської самостійності кожного з учасників.
- Корпорація** – договірне об'єднання, створене на основі поєднання виробничих, наукових і комерційних інтересів з делегуванням окремих повноважень централізованого регулювання діяльності кожного з учасників.
- Ланцюжок цінностей** – узгоджений набір видів діяльності фірми, що створюють цінність, починаючи з джерел сировини і закінчуючи готовою продукцією, доставленої споживачеві; система взаємопов'язаних видів діяльності, між яким існують зв'язки (зв'язки наявні, якщо спосіб виконання одного виду діяльності впливає на витрати або ефективність інших видів діяльності фірми).
- Лізинг** – вид довгострокової оренди машин, устаткування, транспортних засобів, споруд виробничого призначення. Лізингова компанія надає засоби виробництва в оренду, зберігаючи за собою права власника на весь період угоди. По закінченні строку лізингового контракту можлива купівля устаткування орендаром за залишковою вартістю.
- Ліквідація підприємства** – припинення діяльності суб'єкта господарювання, визнаного у судовому порядку банкрутом, з метою задоволення вимог кредиторів шляхом продажу його майна.
- Ліквідність** – здатність однієї або групи фізичних осіб, фірми чи будь-якої іншої організації погасити свої фінансові зобов'язання.
- Ліцензія** – дозвіл на використання нематеріальних ресурсів протягом певного терміну та за визначену плату.

- Малий бізнес** – малі та середні приватні підприємства, що мають незалежну власність, господарську самостійність, не домінують у своїй сфері діяльності і прямо не входять у монополістичні об'єднання.
- Малі підприємства** – діючі підприємства в промисловості та будівництві з чисельністю працівників до 200 чоловік, в науці – до 100, в інших галузях виробничої сфери – до 50, невиробничої – до 25, в роздрібній торгівлі – до 15 чоловік.
- Методи управління** – сукупність способів цілеспрямованого впливу на працівників і виробничі колективи для координації їх діяльності.
- Міжгалузевий баланс** – метод економічного аналізу і планування пропорцій процесу розширеного відтворення у галузевому розрізі.
- Моделі ціноутворення** – моделі, які виражають механізм формування цін.
- Моніторинг** – комплекс спостережень і досліджень, які стосуються змін у навколишньому середовищі, викликаних діяльністю людини, з метою одержання необхідної інформації для розробки необхідної програми та прийняття рішень.
- Науково-технічна революція** – глибоке всесвітнє явище, процес докорінних якісних змін у техніці, технології, організації управління і характері трудової діяльності (НТР в ХІХ ст. викликана відкриттям парового двигуна, в ХХ ст. – винаходом напівпровідникових приладів в 1948 р.).
- Науково-технічний прогрес** – органічно-взаємозв'язаний процес безперервного розвитку науки і вдосконалення техніки, в результаті якого підвищується продуктивність суспільної праці.
- Нематеріальні активи** – права на використання нематеріальних ресурсів.
- Нематеріальні ресурси** – об'єкти промислової та інтелектуальної власності, які мають вартісну оцінку і не є фізичними об'єктами (винаходи, товарні знаки, промислові зразки, програмне забезпечення, бази даних, “ноу-хау”, гудвіли, раціоналізаторські пропозиції).
- “Ноу-хау”** – сукупність різноманітних знань чи досвіду науково-технічного, виробничого та іншого характеру, які не є загальновідомими, не захищаються правами промислової чи інтелектуальної власності і можуть бути практично використані.
- Облігація** – цінний папір, який дає власнику дохід у вигляді фіксованого проценту від його загальної вартості.
- Оборотні засоби** – кошти, авансовані для формування виробничих запасів, заділів незавершеного виробництва тощо, необхідних для підтримання безперервної виробничої діяльності.
- Оборотні фонди** – предмети праці, що приймають участь лише в одному виробничому періоді, за який повністю передають свою вартість на вартість виготовленої продукції, змінюючи при цьому свою форму, розміри, фізичний чи хімічний стан.
- Оборотність оборотних коштів** – кругообіг оборотних засобів в процесі виробництва і реалізації продукції підприємства.

- Оптова (гуртова) ціна** – ціна, за якою державні підприємства і організації реалізують вироблену ними продукцію іншим підприємствам і організаціям, крім населення.
- Організаційна підготовка** – забезпечення виробництва обладнанням, оснасткою, виробничими площами, матеріалами і підготовленими кадрами.
- Оренда** – найм майна (виробничих або житлових приміщень, землі, машин, устаткування) згідно з угодою, за якою власник майна (орендодавець) передає орендареві майно у тимчасове користування за певну винагороду – орендну плату.
- Основні фонди** – засоби праці, які мають вартість і приймають участь в багатьох виробничих періодах, зберігаючи при цьому свою натуральну форму, а їх вартість переноситься на вартість виготовленої продукції частинами в міру зносу шляхом амортизаційних відрахувань.
- Патент** – виданий державними органами документ про виключне право на використання зазначеного в ньому технічного рішення.
- Патієнтна (нішова) стратегія** – стратегія конкурентної боротьби, що полягає у випуску обмеженої кількості вузькоспеціалізованої продукції високої якості.
- Підприємництво** – самостійна ініціатива, фінансово-господарська діяльність громадян, що здійснюється на власний ризик і спрямована на отримання прибутку.
- Підприємство** – самостійний господарюючий суб'єкт, який має права юридичної особи та здійснює виробничу, науково-дослідну і комерційну діяльність з метою отримання прибутку (доходу).
- Планування** – одна з функцій управління; процес формування цілей, визначення пріоритетів, засобів та методів їх досягнення, мотивована модель дій, створена на основі кон'юнктурного прогнозу економічного середовища і поставленої мети.
- Позиціонування товару** – дії, спрямовані на забезпечення товару конкурентоспроможного положення на ринку і на створення цільових потреб, а також на розроблення відповідного комплексу маркетингу, для того, щоб зайняти свою товарну нішу (позицію).
- Прибуток** – кінцевий фінансовий результат діяльності підприємства, який визначається як різниця між валовою виручкою і витратами.
- Принципи управління** – керівні правила, положення, норми поведінки, якими керуються органи управління у відповідних соціально-економічних умовах.
- Прогнозування** – науково-обґрунтоване передбачення, що дає випереджаючу інформацію про розвиток певних явищ, процесів у майбутньому.
- Продуктивність праці** – кількість продукції, випущеної в одиницю часу в розрахунку на одного працюючого.
- Продукція** – сукупність матеріальних благ, створених у результаті виробничої діяльності.

- Промисловий зразок** – технічне та естетичне оформлення виробу, яке забезпечує його новизну, оригінальність та придатність до промислового виготовлення.
- Рентабельність виробництва** – відносний показник ефективності виробництва – співвідношення прибутку і затрат.
- Рентабельність продукції** – відношення прибутку від реалізації продукції до її повної собівартості.
- Реструктуризація** – здійснення організаційно-господарських, фінансово-економічних, правових, технічних заходів, спрямованих на зміну структури підприємства, управління ним з метою фінансового оздоровлення, випуску конкурентоспроможної продукції, підвищення ефективності виробництва.
- Ринок** – суспільний механізм розподілу матеріальних благ шляхом добровільного обміну.
- Санація** – система заходів, спрямованих на попередження оголошення підприємства-боржника банкрутом і його ліквідації.
- Сегмент ринку** – сукупність споживачів, які однаково реагують на один і той самий набір спонукальних стимулів маркетингу.
- Сегментація ринку** – процес виявлення найбільш сприятливих умов на ринку з метою вибору варіанта орієнтації виробничо-збутової політики.
- Сертифікація продукції** – дія третьої сторони, яка доводить, що ідентифікована продукція, процес чи послуга належним чином відповідає конкретному стандарту або іншому нормативному документу.
- Система якості** – сукупність взаємопов'язаних та взаємодіючих елементів організаційної структури, визначених механізмів відповідальності, повноважень та процедур організації, а також процесів та ресурсів, які забезпечують здійснення загального керівництва якістю та її відповідність встановленим вимогам.
- Собівартість продукції** – грошовий вираз всіх витрат на виробництво і реалізацію продукції.
- Спеціалізація виробництва** – процес зосередження випуску конструктивно і технологічно однорідної продукції, її окремих частин або технологічних процесів на підприємствах, в об'єднаннях і галузях промисловості.
- Спільне підприємство** – підприємство, створене шляхом об'єднання майна двох або більше фізичних і юридичних осіб, з яких хоча б одна є іноземним учасником, або шляхом придбання іноземним інвестором частки у статутному фонді діючого підприємства.
- Стандартизація продукції** – встановлення державою єдиних норм і вимог до сировини, напівфабрикатів, матеріалів, виробничих систем, готових виробів тощо.
- Стартап** – нещодавно створена компанія, що будує свій бізнес на основі інноваційних технологій, яка не вийшла на ринок або лише починає на нього виходити і володіє обмеженим набором ресурсів.
- Товар** – продукт праці, який задовольняє певну потребу людини і виробляється не для власного споживання, а для продажу.

- Товариство з додатковою відповідальністю** – господарське товариство, учасники якого відповідають по боргах підприємства своїми внесками до статутного фонду, а при недостатності цих сум – додатково належним їм майном пропорційно внескам.
- Товариство з обмеженою відповідальністю** – господарське товариство, статутний фонд якого поділений на частки, розмір яких визначається установчими документами, а його учасники несуть відповідальність у межах їхніх вкладів.
- Товариство з повною відповідальністю (повне товариство)** – товариство, всі учасники якого займаються спільною підприємницькою діяльністю і несуть солідарну відповідальність за зобов'язаннями товариства усім своїм майном.
- Товарна біржа** – комерційне підприємство, регулярно функціонуючий ринок однорідних товарів з визначеними характеристиками.
- Трест** – монополістичне об'єднання підприємств різних власників в єдиний виробничо-господарський комплекс (підприємства втрачають виробничу і юридичну самостійність).
- Управління** – процес цілеспрямованого впливу на колективи людей з метою організації і координації їх діяльності.
- Фінанси** – сукупність економічних відносин у процесі створення та використання централізованих і децентралізованих грошових фондів.
- Фінансові ресурси підприємства** – грошові кошти, що знаходяться у його розпорядженні та використовуються для покриття витрат виробництва й утворення різних фондів і резервів.
- Фірма** – узагальнена назва підприємства, компанії, комерційної установи; господарське, промислове або торгове підприємство, яке користується правами юридичної особи
- Франчайзинг** – надання права на виробництво та (або) збут продукції (послуги) з практичною допомогою у справі організації та управління бізнесом.
- Холдинг** – вид підприємницької діяльності, який передбачає придбання контрольних пакетів акцій різних компаній з метою встановлення над ними контролю.
- Ціна** – норма обміну товару на гроші.
- Чистий прибуток** – залишок валового (балансового) прибутку після сплати першочергових платежів, законодавчо встановлених податків тощо.
- Юридична особа** – ринковий суб'єкт (організація, підприємство, фірма), який володіє відокремленим майном, може від власного імені набувати майнові і власні немайнові права, нести обов'язки, бути позивачем або відповідачем в суді й арбітражі. Діє на основі статуту або положення, має своє найменування, місцезнаходження і відповідає за своїми зобов'язаннями майном, яке йому належить.
- Якість продукції** – сукупність властивостей продукції, що зумовлюють її придатність задовольняти потреби споживачів.

## РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Ануфрієва О.Л., Пальчевська Т.Г., Лагоцька Г.М. Підприємницька діяльність : навч. посіб. / за наук. ред. О.Л. Ануфрієвої. Івано-Франківськ, «Лілея-НВ», 2014. 304 с.
2. Апопій В.В., Серета С.А., Шутовська Н.О. Основи підприємництва : навч. посіб. Київ : Новий світ-2000, 2019. 324 с.
3. Біла І.С., Салатюк Н.М. Світовий досвід державного регулювання підприємництва. *Проблеми економіки*. 2014. № 1. С. 26–30.
4. Біляк Т.О., Бірюченко С.Ю., Бужимська К.О. та ін. Основи підприємництва : підручник / під заг. ред. Н.В. Валінкевич. Житомир : ЖДТУ, 2019. 493 с.
5. Бойко В.М., Вашків П.Г. Бізнес: словник-довідник. Київ : Видавництво «Україна», 1995. 157 с.
6. Бойчик І.М. Економіка підприємства : підручник. Київ : Кондор-Видавництво, 2016. 378 с.
7. Бойчик І.М., Вашків О.П. Українське підприємництво: історичний екскурс і сьогодення. *Сектори економіки в процесі реалізації державної регіональної політики* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Тернопіль-Збараж, 26-27 жовтня 2017 р.). Тернопіль : ТНЕУ, 2017. С. 173–176.
8. Бондарчук Ю., Марущак А. Безпека бізнесу: організаційно-правові основи : наук.-практ. посіб. Київ : Скіф, КНТ, 2008. 369 с.
9. Варналій З.С. Основи підприємництва : навч. посіб. 3-є вид. випр. і доп. Київ : Знання-прес, 2006. 350 с.
10. Вашків О.П. Галузеві структурні трансформації в Україні у контексті постіндустріального економічного розвитку. *Глобальні та національні проблеми економіки* : Електронне наукове фахове видання. – Миколаїв : МНУ ім. В. Сухомлинського. 2017. № 16. С. 127–132. URL: <http://global-national.in.ua/archive/16-2017/27.pdf>.
11. Вашків О.П. Структурна складова постіндустріальних змін національної економіки України. *Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури: виклики постіндустріальної економіки* : матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції (м. Львів, 18–19 травня 2017 р.). Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2017. С. 77–78.
12. Вашків О.П., Бойчик І.М. Реалізація принципів циклової економіки у підприємстві. *Стан та перспективи розвитку фінансово-економічного потенціалу сучасних підприємств* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Дніпро, 23 серпня 2018 р.). Дніпро : НО «Перспектива», 2018. С. 14-17.
13. Вашків О.П., Гавриленко Ю.С. Інтернет-маркетинг – новий напрям маркетингової політики малих підприємств та фізичних осіб-підприємців. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія: Економіка і менеджмент : зб. наук. праць. Вип. 37. Одеса, 2019. С. 27-33. URL: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2019/37-2019/6.pdf>.

14. Вашків П.Г., Пастер П.І., Сторожук В.П., Ткач Є.І. Статистика підприємництва : навч. посіб. / за ред. П.Г.Вашківа, В.П. Сторожука. Київ : Слобожанщина, 1999. 600 с.
15. Вашків, О. П. Галузева структура національної економіки України та постіндустріальна економіка. *Перспективи розвитку національної економіки* : збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції (Запоріжжя, 9-10 вер. 2016 р.) / Східноукраїнський інститут економіки та управління. Запоріжжя : ГО «СІЕУ», 2016. С. 14–17.
16. Ворілоу Дж. Бізнес під ключ. Як створити компанію, що працюватиме без вас / пер. з англ. А. Дудченко. Київ : Наш Формат, 2018. 168 с.
17. Геммонд Р. Мистецтво роздрібної торгівлі. Передові ідеї та стратегії від найуспішніших торгових компаній світу / пер. з англ. Р. Ладохіної. К. : Вид. група КМ-БУКС, 2019. 416 с.
18. Герасимчук А.А., Герасимчук Н.А. Порівняльний аналіз категорій «підприємництво» і «підприємець» за матеріалами вітчизняних та зарубіжних джерел. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія : Економічні науки*. 2016. № 4. С. 58–68.
19. Гой І.В., Смелянська Т.Т. Підприємництво : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 368 с.
20. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV.
21. Гурочкіна, В., Будзинська, М. Циркулярна економіка: українські реалії та можливості для промислових підприємств. *Економічний вісник. Серія: фінанси, облік, оподаткування*. 2020. № 5. С. 52-64. DOI: 10.33244/2617-5932.5.2020.52-64.
22. Гербер М. Працювати на себе. Як не прогоріти в малому бізнесі / пер. з англ. І. Гнатковська. Київ : Наш формат, 2019. 232 с.
23. Гільбо К. Пасивний заробіток. Як перетворити ідею на гроші за 27 днів / пер. з англ. О. астахова. 2-е вид. Київ : Наш формат, 2020. 240
24. Гоїнс Д. Справжні митці не голодують: найсучасніші стратегії досягнення успіху / пер. з англ. Є. Ніколаєва. Харків : Віват, 2019. 240 с.
25. Державна політика розвитку підприємництва в Україні : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / З.С. Варналій [та ін.]; ред. К.О. Ващенко ; Міжрегіональна акад. упр. персоналом. Київ : Персонал, 2010. 305 с.
26. Донець, Л.І. Основи підприємництва : навч. посібник / Л.І. Донець, Н.Г. Романенко. Київ : Центр навчальної літератури, 2006. 320 с.
27. Дякуновський О.Є. Загальні засади правового регулювання підприємництва в республіці Польща. *Форум права*. 2016. № 5. С. 35–40.
28. Економіка підприємництва : підручник / за ред. Л.В. Фролової. Одеса : Бондаренко М.О., 2020. 708 с.
29. Жарова Л., Какутич Є., Хлобистов Є. Екологічне підприємництво та екологізація підприємництва: теорія, організація, управління : монографія / за ред. Б. М. Данилишина. Суми : Університетська книга, 2012. 239 с.
30. Кашлаков О.І. Сучасний стан розвитку малого підприємництва в Україні. *Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво*. 2016. № 4-5. С. 80–85.



31. Кизим М.О., Чечетова-Терашвілі Т.М., Хаустова В.Є. Мале та середнє підприємництво в Україні: особливості та проблеми розвитку. *Бізнес інформ.* 2019. № 10. С. 302-317. DOI: 10.32983/2222-4459-2019-10-301-317.
32. Класифікатор організаційно-правових форм господарювання ДК 002:2004.
33. Класифікація видів економічної діяльності (КВЕД) ДК 009:2010.
34. Ковальська Л., Кривов'язюк І. Підприємництво і торгівля : навч. посіб. Київ : Кондор, 2018. 620 с.
35. Колот В.М., Репіна І.М. Підприємництво: організація, ефективність, бізнес-культура : навч. посіб. – 3-тє, без змін. Київ : КНЕУ, 2010. 444 с.
36. Косович Б.І. Соціальне підприємництво в Україні: актуальні питання стаглівлення. *Економіка та держава.* 2020. № 3. С. 77-81.
37. Кравчук О., Лещук В. Фінансова діяльність суб'єктів підприємництва : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 502 с.
38. Краєвська А.С. Розвиток підприємництва в умовах інституційної невизначеності. *Вісник Вінницького політехнічного інституту.* 2016. № 3. С. 33–40.
39. Краснокутська Н.С., Бубенець І.Г. Підприємницький потенціал у контексті еволюції теорії підприємництва. *Бізнес Інформ.* 2014. № 9. С. 205-209.
40. Кушнір Р. Б-бізнес. Покрокова інструкція створення системного, ефективного і прописаного бізнесу в Україні. Київ : Коло, 2019. 432 с.
41. Лалу Ф. Компанії майбутнього / пер. з англ. Р. Ключка. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2017. 544 с.
42. Луць В.В. Контракти в підприємницькій діяльності : навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і допов. Київ : Юрінком Інтер, 2008. 572 с.
43. Люшняк А. І. Проблеми існування фіктивного підприємництва. *Форум права.* 2015. № 2. С. 106–109.
44. Ляшенко О.М. Концептуалізація управління економічною безпекою підприємства : монографія. Луганськ : Вид-во СНУ ім. В.Даля, 2011. 400 с.
45. Небрат В.В. Історія, теорія та перспективи розвитку підприємництва в Україні. *Економіка і прогнозування.* 2016. № 4. С. 144–151.
46. Овсянюк-Бердадіна О.Ф., Крисько Ж.Л. Соціальне підприємництво як інноваційний інструмент вирішення суспільних проблем: передумови становлення та активізації. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство.* 2016. Вип. 6. С. 129–132.
47. Основи бізнесу. Практичний курс: збірник вправ, задач, тестів та ситуаційних завдань : навчальний посібник / В. Р. Кучеренко, Я. П. Квач [та ін.] ; ред. В. Р. Кучеренко. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 175 с.
48. Офіційний сайт Державної регуляторної служби України URL: <http://www.drsgov.ua>.
49. Палеха Ю.І. Документування в підприємницькій сфері (зі зразками сучасних документів) : навч. посібник. Київ : Ліра-К, 2010. 509 с.
50. Пачковський Ю.Ф. Психологія підприємництва : навч. посіб. Київ : Каравела, 2006. 407 с.

51. Педько А. Основи підприємництва і бізнес культури : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 168 с.
52. Петрович Й.М. Економіка виробничого підприємництва : навч. посіб. / Й.М. Петрович, І.О. Будіщева, І.Г. Устінова, Г.С. Домарадзька, Г.Б. Коношенкова, Н.П. Любомудрова. Львів : Оксарт, 1996. 416 с.
53. Пилат Л.Г., Вашків О.П. Рекламна діяльність туристичної фірми. *Стратегічні пріоритети розвитку економіки, фінансів, обліку та права в Україні та світі* : збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 3 жовтня 2019 р.) : у 6 ч. Полтава: ЦФЕНД, 2019. Ч. 3. С. 46-47.
54. Пиріг О., Черняк Д. Підприємництво в Україні. Від витоків до сьогодення. Київ : УкрДрук, 2011. 194 с.
55. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність : підручник / за заг. ред. І.М. Сотник, Л.М. Таранюка. Суми : ВТД «Університетська книга», 2018. 572 с.
56. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI.
57. Полякова О.М. Концепція соціального підприємництва в українському контексті. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2016. Вип. 56. С. 176–182.
58. Портер М. Конкурентна стратегія. Техніки аналізу галузей і конкурентів / пер. з англ. Н. Кошманенко. Київ : Наш Формат, 2020. 424 с.
59. Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом : Закон України від 14.05.1992 № 2343-XII.
60. Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців : Закон України від 15.05.2003 № 755-IV.
61. Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності : Закон України від 06.09.2005 № 2806-IV.
62. Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності : Закон України від 11.09.2003 № 1160-IV.
63. Про захист прав споживачів : Закон України від 12.05.1991 № 1023-XII.
64. Про зовнішньоекономічну діяльність : Закон України від 16.04.1991 № 959-XII.
65. Про кооперацію : Закон України від 10.07.2003 № 1087-IV.
66. Про ліцензування певних видів господарської діяльності : Закон України від 01.06.2000 № 1775-III.
67. Про Перелік документів дозвільного характеру у сфері господарської діяльності : Закон України від 19.05.2011 № 3392-VI.
68. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні : Закон України від 22.03.2012 № 4618-VI.
69. Про цінні папери та фондовий ринок : Закон України від 23.02.2006 № 3480-IV.
70. Проблеми управління інноваційним підприємництвом екологічного спрямування : монографія / за заг. ред. О. Прокопенко. Суми : Університетська книга, 2013. 511 с.

71. Райз Е. Стартап без помилок / пер. з англ. О. Яцини. Харків : Віват, 2016. 368 с.
72. Романова К., Цибка М. До економіки замкненого циклу. *Екологія підприємства*. 2017. № 11. С. 72-73.
73. Ротер М., Шук Дж. Вміння бачити бізнес-процеси: створення цінності та зменшення втрат / пер. з англ. К. Гуменюк. Київ : Пабулум, Leap Institute Ukraine, 2017. 132 с.
74. Руда М.В., Мирка Я.В. Циркулярні бізнес-моделі в Україні. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку*. 2020. Вип. 2. № 1. С. 107-121. URL: <http://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2020/jun/21886/st12.pdf>.
75. Самолюк Н.М. Інноваційне підприємництво: стан та перспективи розвитку в Україні. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Економічні науки*. 2016. Вип. 1. С. 135–142.
76. Скібіцький О.М., Матвеев В.В., Скібіцька Л.І. Організація бізнесу: менеджмент підприємницької діяльності : навч. посібник. Київ : Кондор, 2011. 911 с.
77. Собко О.М. Інтелектуальний капітал і креація вартості підприємства : монографія. Тернопіль : ТНЕУ, 2016. 444 с.
78. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження. – Київ : КІТ, 2005. 48 с.
79. Стратегія розвитку малого та середнього підприємництва Тернопільської області на 2016-2020 роки. URL: <http://www.ier.com.ua/files/Projects/2015/LEV/Strategyternopil2016-2020.pdf>.
80. Теркел Б. Усе про них. Розвивайте свій бізнес, фокусуєтесь на інших. Київ : Моноліт-Bizz, 2018. 360 с.
81. Тирпак І., Тирпак В., Жуков С. Основи економіки та організації підприємництва : навч. посібник. Київ : Кондор, 2011. 283 с.
82. Ткачук І.Я. Соціальне підприємництво як фактор розвитку малого та середнього підприємництва в Україні / І.Я. Ткачук, Х.-І.В. Євчук. *Агросвіт*. 2017. № 9. С. 57–61.
83. Тягунова Н.М., Спориш О.А. Підприємництво і бізнес-культура. Кредитно-модульний курс : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2019. 118 с.
84. Фірман Н.Я., Вашків О.П. Економічна сутність фінансового результату підприємства. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. № 5. С. 162-168. URL: <http://www.easterneurope-ebm.in.ua/22-2019-ukr>.
85. Харів П.С., Вашків О.П., Собко О.М. Практикум з економіки і організації діяльності підприємств : навч. посіб. Тернопіль, 2002. 304 с.
86. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV.
87. Школа І., Бабінська О. Розвиток підприємництва в контексті євроінтеграційних процесів : навч. посібник. Чернівці : Книги-XXI, 2007. 271 с.
88. Шлійко А.В. Економіка підприємництва на ринку товарів і послуг : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2008. 374 с.
89. Штефанич Д.А., Вашків П.Г., Попіна С.Ю. Підприємницький ризик: суть, оцінка та шляхи попередження. Тернопіль : СМП «Астон», 1995. 130 с.

90. Ярошевич Н., Берлінг Р., Гавриляк А. Підприємництво і менеджмент : навч. посібник. Львів : Новий Світ-2000, 2010. 407 с.
91. Contreras M. Interpersonal Skills For Entrepreneurs. Bookboon, 2013. 78 p.
92. Daly H. Economics for a Full World. URL: <https://www.greattransition.org/publication/economics-for-a-full-world#figure-3>.
93. Drucker P.F. Innovation and entrepreneurship. First Harper Business edition published 1993. 293 p.
94. Entrepreneurship at a Glance 2016. OECD Publishing, Paris, 2015. 164 p.
95. Entrepreneurship studies. National Universities Comision, 2011. 136 p.
96. Global Metrics For The Environment. The Environmental Performance Index 2020. URL: <https://epi.yale.edu/epi-results/2020/component/epi>.
97. Obaji N.O. The role of government policy in entrepreneurship / N.O. Obaji, M.U. Olugu. *Science Journal of Business and Management* 2014. 2(4). P. 109-115.
98. Vashkiv O. Product competitiveness and stages of its evaluation. *Підприємництво та логістика в умовах сучасних викликів* : матеріали I-ої Міжнародної наук.-практ. конференції, м. Тернопіль, 24-25 червня 2020 р. Тернопіль : ТНЕУ, 2020. С. 7-11.
99. Vashkiv O., Vashkiv O. The formation of competitive advantages of enterprises. *Інноваційні процеси економічного та соціально-культурного розвитку: вітчизняний та зарубіжний досвід* : тези доповідей XII Міжнародної науково-практичної конференції молодих учених і студентів (Тернопіль, 10-11.04.2019). Тернопіль : ТНЕУ, 2019. С. 202-204.
100. Vashkiv O.P. Social Responsibility of Business as a Sign of His Maturity. *Сучасні тенденції в економіці та управлінні* : збірник матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 17 листопада 2018 року) : У 2-х ч. Ч. 2. Запоріжжя: ГО «СІЕУ», 2018. С. 21-23.
101. Vashkiv O.P., Vashkiv O.O. Circular economy and ecological economics as paradigms of modern entrepreneurship development. *Приазовський економічний вісник*. 2020. № 5 (22). С. 50-56. URL: <http://pev.kpu.zp.ua/vypusk-5-22>. DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2020-5-32>.
102. Vaskiv, O. P. Institutional traps in business: the subject-object approach / O. P. Vashkiv, O. O. Vashkiv. *«Актуальні аспекти модернізації економіки та фінансової системи України»* : матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (Запоріжжя, 26 серп. 2016 р.). Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2016. С. 8–10.
103. Von Weizsäcker E., Wijkman A. Come On! Capitalism, Short-termism, Population and the Destruction of the Planet – A Report to the Club of Rome. Springer, 2017. 232 p.
104. Zucchella A., Urban S. Circular Entrepreneurship: Creating Responsible Enterprise. Springer International Publishing, 2019. DOI: 10.1007/978-3-030-18999-0.