

**КУПАЛОВА Г.І.
ГОНЧАРЕНКО Н.В.**

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

**З ПІДГОТОВКИ ДО ЄДИНОГО ВСТУПНОГО
ФАХОВОГО ВИПРОБУВАННЯ ГАЛУЗІ ЗНАНЬ
07 “УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ”**

РОЗДІЛ “ПІДПРИЄМНИЦТВО”

КИЇВ - 2023

УДК 658
К92

Купалова Г.І., Гончаренко Н.В. Методичні рекомендації з підготовки до єдиного вступного фахового випробування галузі знань 07 “Управління та адміністрування”. Модуль “Підприємництво”. – К.: Компрінт, 2023. – 35 с.

Рецензенти:

Б.В. Засадний, д.е.н., доц., завідувач кафедри обліку та аудиту Київського національного університету імені Тараса Шевченка;

Н.В. Руденко, к.е.н., доц., в.о. завідувачки кафедри маркетингу Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

*Затверджено вченою радою економічного факультету
(протокол № 12 від 20 червня 2023 р.)*

Методичні рекомендації розроблені з метою забезпечення підготовки студентів до предметного тесту з управління та адміністрування єдиного фахового вступного випробування для вступу в магістратуру. Вони містять методичні і практичні матеріали по розділу “Підприємництво” і відповідають Програмі предметного тесту з управління та адміністрування єдиного фахового вступного випробування, затвердженого Міністерством освіти та науки України 11 лютого 2023 р. №157.

У Методичних рекомендаціях розкрито теоретичні засади підприємництва та його основні види. Окремий підрозділ присвячено класифікації підприємств за різними класифікаційними ознаками та опису їх видів. Висвітлено питання організації, планування підприємницької діяльності. Значне місце приділено ресурсному забезпеченню. Наведено показники ефективності підприємницької діяльності, методику їх розрахунку та економічну інтерпретацію. Окремий підрозділ присвячено питанням соціальної відповідальності бізнесу та діловій етиці.

Для студентів економічних та інших спеціальностей, викладачів та інших зацікавлених осіб.

ISBN

© Г.І. Купалова, Н.В. Гончаренко, 2023
© Компрінт, 2023

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	5
ТЕМА 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПІДПРИЄМНИЦТВА	6
1.1. Сутність підприємництва.	6
1.2. Основні принципи та функції підприємницької діяльності	7
ТЕМА 2. ВИДИ ПІДПРИЄМНИЦТВА	7
2.1. Виробниче підприємництво.	7
2.2. Торговельне (комерційне) підприємництво	8
2.3. Біржове підприємництво	8
2.4. Підприємництво у сфері послуг	10
ТЕМА 3. ПІДПРИЄМСТВО ЯК ФОРМА ОРГАНІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ. ВИДИ ПІДПРИЄМСТВ	10
3.1. Види підприємств за метою і характером діяльності	11
3.2. Види підприємств за способом створення (заснування) та формування статутного капіталу.....	11
3.3. Види підприємств за формами власності майна.....	11
3.4. Види підприємств за національною належністю капіталу.....	12
3.5. Види підприємств за технологічною цілісністю і ступенем підпорядкування.....	12
3.6. Види підприємств за розмірами	12
ТЕМА 4. ОРГАНІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	13
4.1. Обґрунтування і вибір ідеї підприємницької діяльності	13
4.2. Способи створення бізнесу	14
4.3. Реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності. Основні етапи реєстрації юридичних осіб	15
ТЕМА 5. ПЛАНУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	17

5.1. Бізнес-планування	17
5.2. Розроблення бізнес-плану	18
5.3. Основні розділи бізнес-плану	18
5.4. Основні показники ефективності проєкту	21
ТЕМА 6. РЕСУРСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	23
6.1. Матеріальні ресурси	23
6.2. Нематеріальні ресурси	24
6.3. Трудові ресурси.....	24
6.4. Фінансові ресурси	26
6.5. Інвестиції в підприємницькій діяльності	26
ТЕМА 7. ЕФЕКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	28
7.1. Результати підприємницької діяльності	28
7.2. Показники ефективності підприємницької діяльності.....	29
7.3. Показники ефективності використання трудових ресурсів	29
7.4. Рентабельність	29
7.5. Шляхи підвищення ефективності підприємницької діяльності	30
ТЕМА 8. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ТА ДІЛОВА ЕТИКА	31
8.1. Соціальна відповідальність бізнесу	31
8.2. Складові соціальної відповідальності	31
8.3. Ділова етика підприємця	32
ДОДАТОК. Зразки тестових завдань з управління та адміністрування для вступу в магістратуру	33
СПИСОК ДЖЕРЕЛ	34

ПЕРЕДМОВА

Методичні рекомендації підготовлені на основі Програми предметного тесту з управління та адміністрування єдиного фахового вступного випробування для вступу на навчання для здобування ступеня магістра, затвердженого Наказом Міністерства освіти та науки України від 11.02.2022 р. № 157.

Узагальнена структура предметного тесту включає три структурні розділи: менеджмент (питома вага розділу 33-35 %), маркетинг (32-34 %) і підприємництво (32-34 %). Розділ “Підприємництво” спрямований на перевірку базових, системних знань абітурієнтів щодо теоретичних і прикладних засад започаткування, організації, функціонування та розвитку бізнесу, набутих під час навчання у бакалавраті.

Відповідно з структурою програми у методичних рекомендаціях узагальнено необхідний для підготовки навчальний матеріал за такими темами:

1. Теоретичні засади підприємництва.
2. Види підприємництва.
3. Підприємство як форма організації підприємницької діяльності. Види підприємств.
4. Організація підприємницької діяльності.
5. Планування підприємницької діяльності.
6. Ресурсне забезпечення підприємницької діяльності.
7. Ефективність підприємницької діяльності.
8. Соціальна відповідальність бізнесу та ділова етика.

Методичні рекомендації містять узагальнений та систематизований навчальний матеріал, який допоможе підготуватися до вступного випробування.

Для студентів економічних та інших спеціальностей, викладачів та інших зацікавлених осіб.

ТЕМА 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПІДПРИЄМНИЦТВА

1.1. Сутність підприємництва

1.2. Основні принципи та функції підприємницької діяльності

1.1. Сутність підприємництва

Визначення підприємництва в Господарському кодексі України — «**Підприємництво** — це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку» (стаття 42 Господарського Кодексу України).

Цілі підприємництва: головна мета - стимулювання і задоволення попиту суспільства на конкретні потреби його членів (регіону, країни).

Класифікація цілей підприємництва:

- за масштабом охоплення (глобальні цілі, локальні цілі);
- за характером діяльності (цілі розвитку, цілі функціонування, цілі підтримки, цілі забезпечення виходу з кризи);
- за спрямованістю дій (зовнішні, внутрішньофірмові).

Суб'єкти підприємницької діяльності:

- *фізичні особи* — громадяни України, іноземці та особи без громадянства, які здійснюють господарську діяльність і зареєстровані відповідно до закону як підприємці;
- *юридичні особи* — господарські організації всіх форм власності, які здійснюють господарську діяльність і зареєстровані в установленому законом порядку.

Об'єкти підприємницької діяльності:

- майно, товари (послуги),
- гроші і цінні папери,
- інформація та результати інтелектуальної діяльності (твори науки, літератури, мистецтва, бази даних, промислові зразки, секрети виробництва (ноу- хау)).

Ознаки підприємництва:

- самостійна діяльність;
- ініціативна та творча діяльність;
- систематична діяльність;
- діяльність, яка здійснюється на власний ризик;
- досягнення економічних та/або соціальних результатів.

1.2. Основні принципи та функції підприємницької діяльності

Базові принципи підприємницької діяльності:

- а) вільний вибір підприємницької діяльності;
- б) самостійне формування підприємцем програми своєї діяльності, переліку постачальників і споживачів своєї продукції, джерел залучення ресурсів тощо;
- в) самостійне встановлення цін на продукцію (товари, послуги);
- г) вільний найм підприємцем працівників;
- д) комерційний розрахунок та власний комерційний ризик;
- е) вільне розпорядження прибутком, що залишається у підприємця після сплати податків, зборів та інших платежів, передбачених законом.

Функції підприємницької діяльності:

- інноваційна (творча),
- соціальна, екологічна,
- ресурсна,
- стимулююча,
- організаційна.

ТЕМА 2

ВИДИ ПІДПРИЄМНИЦТВА

2.1. Виробниче підприємництво

2.2. Торговельне (комерційне) підприємництво

2.3. Біржове підприємництво

2.4. Підприємництво у сфері послуг

2.1. Виробниче підприємництво

Види виробничого підприємництва за спрямуванням:

- традиційне (класичне) (орієнтоване на створення традиційного продукту, який відносно давно постачається на ринок);
- інноваційне (орієнтоване на створення принципово нового продукту із широким використанням інновацій),
- частково інноваційне (орієнтоване на виробництво традиційних видів продукції з використанням інновацій)

Види виробничого підприємництва за характером:

- основне (виробниче підприємництво, результатом діяльності якого є виробництво продукту, готового до споживання);
- допоміжне (виробниче підприємництво, яке полягає в обслуговуванні та супроводженні основного виробництва (інноваційна діяльність, науково-технічна діяльність, конструкторська діяльність тощо).

2.2. Торговельне (комерційне) підприємництво

Види торговельного (комерційного) підприємництва залежно від ринку, в межах якого здійснюється товарний обіг:

— зовнішня торгівля (специфічний сектор економіки окремої держави, суб'єктами якого є підприємницькі структури, пов'язані з реалізацією товарів (послуг, ідей) на зарубіжних ринках і частини зарубіжного товару на національному ринку);

— внутрішня торгівля (ведеться винятково в межах певної країни).

Види торговельного (комерційного) підприємництва залежно від ланок проходження товару:

- оптова торгівля - діяльність із придбання товарів партіями для подальшої їх реалізації підприємствам роздрібною торгівлі, іншим суб'єктам господарювання;

- роздрібна торгівля - діяльність з продажу товарів кінцевим споживачам для їх особистого використання.

2.3. Біржове підприємництво

Види бірж за профілем діяльності:

- товарні,
- фондові,
- валютні біржі,
- біржа праці.

Товарна біржа – особливий суб'єкт господарювання, який надає послуги в укладенні біржових угод, виявленні попиту і пропозицій на товари, товарних цін, вивчає, упорядковує товарообіг і сприяє пов'язаним з ним торговельним операціям.

Основні функції товарних бірж:

- а) надання посередницьких послуг з укладання торгових угод;
- б) упорядкування оптової торгівлі;
- в) регулювання торгових операцій і вирішення торгових суперечок;
- г) збір і публікація інформації про ціни, стаи виробництва й інші чинники, що впливають на ціни.

Фондова біржа — це торговий майданчик, на якому продаються і купуються цінні папери, товари, деривативи й інші фінансові інструменти. Він має забезпечувати справедливу та впорядковану торгівлю, а також ефективно поширення інформації про ціни на активи, що торгуються. Це може бути фізичне місце зустрічі трейдерів або ж онлайн-майданчик, створений для ведення бізнесу. Найвідоміші біржі — Нью-Йоркська (NYSE), Nasdaq, Лондонська (LSE) і Токійська (TSE).

Біржа надає можливість усім організаціям, що пройшли належну перевірку, продавати активи тим, хто хоче вкласти в них гроші. Вона відіграє важливу роль в економічному розвитку країни, оскільки сприяє пожвавленню економіки і здорової циркуляції капіталу.

Основні функції фондової біржі:

- забезпечення ліквідності капіталу;
- оцінка вартості активів (цінних паперів);
- мобілізація надмірних заощаджень.

Валютна біржа — установа, в якій на підставі чинного законодавства здійснюється регулярна й упорядкована торгівля іноземною валютою відповідно до попиту і пропозиції. В Україні валютними біржами є Українська міжбанківська валютна біржа в м. Києві.

Основні види операцій, які здійснюються на валютній біржі:

- укладання угод з членами біржі на купівлю чи продаж іноземної валюти відповідно до ринкового курсу (встановлюється на основі купівельної сили валют і коливань попиту та пропозиції);
- визначення ринкових курсів іноземних валют;
- здійснення розрахунків у національній та іноземній валюті відповідно до укладених на біржі угод;

— проведення операцій центрального банку щодо підтримки ринкового курсу національної валюти, в т. ч. через валютну інтервенцію (значний цілеспрямований разовий вплив центрального банку на валютний ринок і валютний курс).

Біржа праці - це установа, що регулює попит і пропозицію на ринку праці. Вона виступає посередником між робітниками та роботодавцями в процесі найму на роботу, сприяє забезпеченню підприємств трудовими ресурсами.

Біржі праці вивчають кон'юнктуру ринку праці, реєструють безробітних, проводять їх перекваліфікацію, допомагають у працевлаштуванні, надають безробітним інформацію про наявність вільних робочих місць, проводять фахову орієнтацію молоді, здійснюють виплати по безробіттю.

2.4. Підприємництво у сфері послуг

Послуга - діяльність з надання матеріального чи нематеріального блага іншій особі, що здійснюється для задоволення її особистих потреб.

Основні види послуг за призначенням:

- виробничі (лізинг, технічне обслуговування обладнання);
- розподільчі (торговельні, транспортні);
- професійні (фінансові, страхові, інформаційні);
- споживчі (перукарські послуги, прання, ремонт взуття, індивідуальний пошив одягу, ремонт техніки);
- суспільні (телекомунікаційні, освітні, охорона здоров'я, туризм, мистецькі).

ТЕМА 3.

ПІДПРИЄМСТВО ЯК ФОРМА ОРГАНІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ. ВИДИ ПІДПРИЄМСТВ

3.1. Види підприємств за метою і характером діяльності

3.2. Види підприємств за способом створення (заснування) та формування статутного капіталу

3.3. Види підприємств за формами власності майна

3.4. Види підприємств за національною належністю капіталу

3.5. Види підприємств за технологічною цілісністю і ступенем підпорядкування

3.6. Види підприємств за розмірами

3.1. Види підприємств за метою і характером діяльності

Види підприємств за метою і характером діяльності:

- комерційні (з одержанням прибутку);
- некомерційні (без одержання прибутку).

3.2. Види підприємств за способом створення (заснування) та формування статутного капіталу

Види підприємств за способом створення (заснування) та формування статутного капіталу:

- *унітарні підприємства* (створюються одним засновником, який виділяє необхідне майно, формує відповідно до законодавства статутний капітал, не поділений на частки (паї), затверджує статут, розподіляє доходи, безпосередньо або через керівника, який ним призначається, керує підприємством і формує його персонал на засадах трудового найму, вирішує питання реорганізації та ліквідації підприємства);

- *корпоративні підприємства* (створюються, як правило, двома або більше засновниками за їх спільним рішенням (договором), діють на основі об'єднання майна та/або підприємницької чи трудової діяльності засновників (учасників), їх спільного управління справами, на основі корпоративних прав, у тому числі через органи, що ними створюються, участі засновників (учасників) у розподілі доходів і ризиків підприємства).

Базові ознаки: кількість засновників, власник майна, розподіл доходів.

3.3. Види підприємств за формами власності майна

Види підприємств за формами власності майна:

➤ приватні підприємства (діють на основі приватної власності громадян чи суб'єкта господарювання (юридичної особи);

➤ колективні підприємства (діють на основі колективної власності (підприємства колективної власності);

➤ комунальні підприємства (діють на основі комунальної власності територіальної громади),

➤ державні підприємства (діють на основі державної власності);

➤ підприємства, засновані на змішаній формі власності (діють на базі об'єднання майна різних форм власності).

3.4. Види підприємств за національною належністю капіталу

Види підприємств за національною належністю капіталу:

- національні підприємства (капітал належить вітчизняним підприємцям);
- закордонні підприємства (капітал є власністю іноземних підприємців повністю або у тій частині, що забезпечує їм необхідний контроль);
- змішані підприємства (капітал належить підприємцям двох або кількох країн), у т.ч спільні підприємства (метою створення змішаного підприємства є спільна підприємницька діяльність).

3.5. Види підприємств за технологічною цілісністю і ступенем підпорядкування

Види підприємств за технологічною цілісністю і ступенем підпорядкування:

- головні (материнські) підприємства (контролюють діяльність дочірніх підприємств завдяки контрольному пакету акцій);
- дочірні підприємства (самостійно здійснюють комерційні операції, складають фінансову звітність під контролем материнського підприємства);
- асоційовані підприємства (формально самостійні підприємства, які залежать від головного підприємства і підпорядковуються його стратегічним цілям);
- філії підприємства (не мають юридичної і господарської самостійності, діють від імені і за дорученням головного підприємства, мають однакову з ним назву).

3.6. Види підприємств за розмірами

Базові ознаки: чисельність персоналу та розмір річного доходу.

Види підприємств за розмірами:

- а) великі підприємства (юридичні особи, у яких середня кількість працівників перевищує 250 осіб та річний дохід перевищує 50 мільйонів євро);
- б) середні підприємства (юридичні особи, у яких середня кількість працівників 51-249 осіб та річний дохід 10-49,9 мільйонів євро); малі підприємства (юридичні або фізичні особи, у яких середня кількість працівників не перевищує 50 осіб та річний дохід не перевищує 10 мільйонів євро);

в) мікропідприємства (юридичні або фізичні особи, кількість працівників не перевищує 10 осіб та річний дохід не перевищує 2 мільйонів євро).

ТЕМА 4.

ОРГАНІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

4.1. Обґрунтування підприємницької ідеї

4.2. Способи створення бізнесу

4.3. Реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності

4.1. Обґрунтування підприємницької ідеї

Найважливішим етапом започаткування бізнесу є обґрунтування підприємницької ідеї. Бізнес-ідея – це творчий задум щодо продукту, товару, послуги і т.п, а також шляхів їх представлення на ринку для отримання прибутку. Підприємець може запропонувати новий товар чи послугу, надати нових, інноваційних характеристик товарам або/або послугам, знизити їх вартість та/або презентувати їх на нових ринках.

Джерелами бізнес-ідеї може бути власний життєвий і професійний досвід підприємця:

- досвід у цій сфері батьків, родичів та знайомих;
- повідомлення в засобах масової інформації;
- відвідування ярмарків і виставок;
- ідеї науковців, які проводять теоретичні та прикладні дослідження;
- інформація про наявні патенти та ліцензії;
- думки споживачів про потреби мати нові товари, отримувати нові послуги;
- побажання працівників торгівлі, системи збуту, осіб, зайнятих рекламою.

Нині відомо багато методів розробки ідей нових товарів. Найпоширеніші з них:

- 1) опитування (споживачів, продавців, працівників підприємств);
- 2) використання аналогій з інших сфер життя, живої природи;
- 3) «мозковий штурм» – ділова розмова за участю кількох осіб з метою пошуку ідей нових товарів (критика запропонованих ідей не допускається, щоб не стримувати творчої активності учасників);
- 4) стеження за діяльністю конкурентів;

5) метод контрольних запитань, який передбачає складення переліку питань стосовно того, наприклад, що можна поліпшити в певному товарі чи послугі (такі запитання пропонуються для відповіді фахівцям у цій сфері);

6) виділення найважливіших параметрів товару (наприклад, форма, матеріал і місткість упаковки) та вивчення всіх можливих співвідношень між ними;

7) метод поєднань – порівняння кількох товарів з метою знайти взаємозв'язок між ними та новим товаром.

4.2. Способи створення бізнесу

Способи створення бізнесу:

1. **Створення власного підприємства** - започаткування власної справи шляхом реєстрації нового суб'єкта господарювання.

Переваги:

- реалізація власної концепції бізнесу;
- підприємницька свобода щодо напрямів діяльності, сфери бізнесу, організаційної структури та ін.
- можливість створення унікального продукту, товару, послуги.

Недоліки:

- ризикованість;
- необхідність завоювання прихильності споживачів і частки на ринку;
- можливий тривалий період інвестування й повернення інвестованих коштів.

2. **Придбання діючого бізнесу** (підприємства) - купівля функціонуючого підприємства, яке має усталені організаційну структуру, бізнес процеси, представлене на ринках і т.п.

Переваги:

- придбання підприємства (бізнесу), яке не потрібно організувати "з нуля";
- можливість придбання прибуткового підприємства;
- представлення товару на ринку, і відповідно, немає необхідності у інвестиціях у маркетинг;
- налагоджені зв'язки з постачальниками, споживачами та іншими контрагентами;
- наявність напрацьованої клієнтської бази;
- сформований колектив.

Недоліки:

- висока вартість функціонуючого підприємства;
- високий ризик придбати неефективне підприємство через недостовірні дані фінансової звітності.

3. Заснування на основі франчайзингу:

франчайзинг – це підприємницька діяльність, за якою на договірній основі одна сторона зобов'язується передати іншій стороні (користувачеві) за винагороду на визначений строк до 3 років комплекс виключних прав на використання (з обов'язковою поміткою "на умовах франчайзингу") знака для товарів і послуг, фірмового найменування, послуг, технологічного процесу і (або) спеціалізованого обладнання, комерційної інформації, що охороняється законом, а також інших передбачених договором об'єктів виключних прав.

Переваги:

- порівняно низька ризиковість;
- вигоди від входження у вже відомий і розвинутий бізнес;
- необхідність навчання та запозичення передового підприємницького досвіду;
- наявність чітких організаційних процедур та розроблених бізнес-процесів у системі франчайзингу;
- вигоди від співпраці всередині та за межами франчайзингової системи (наявність багатьох партнерів, розвиненої інфраструктури, каналів розподілу та ін.).

Недоліки:

- можлива висока ціна входження у систему франчайзингу;
- фіксована рентабельність і відсоток з прибутків відповідно до умов договору франчайзингу;
- заданість напрямів і параметрів розвитку бізнесу згідно з угодою франчайзингу;
- складність творчості у підприємництві та підпорядкованість її загальним цілям і вимогам компанії-франчайзера та ін.

4.3. Реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності

Основні етапи реєстрації юридичних осіб:

1. Рішення про створення підприємства та планування його діяльності;
2. Збори засновників та вибір організаційно-правової форми господарювання;

3. Розроблення та оформлення установчих документів (засновницького договору, статуту);
4. Нотаріальне засвідчення документів;
5. Державна реєстрація підприємства;
6. Відкриття розрахункового рахунку у банку;
7. Патентування та ліцензування (у разі потреби);
8. Початок підприємницької діяльності

Статутний капітал - це зафіксована в установчих документах загальна вартість активів, які є внеском власників (учасників) до капіталу підприємства.

Мінімальний розмір статутного капіталу акціонерного товариства становить **200 мінімальних заробітних плат**, виходячи зі ставки мінімальної заробітної плати, що діє на момент створення (реєстрації) акціонерного товариства. Під час дії мінімальної зарплати у розмірі 6700 грн **мінімальний розмір статутного капіталу для АТ буде становити 1 340 000 грн.**

Мінімальні розміри статутних капіталів **не встановлені для повних і командитних товариств, товариств з обмеженою відповідальністю та товариства з додатковою відповідальністю**, а також приватних підприємств.

Реєстрацію фізичних осіб-підприємців (ФОП) здійснюють:

- виконавчі органи місцевих рад;
- районні державні адміністрації (у разі прийняття відповідною радою рішення про наділення такими повноваженнями);
- нотаріуси;
- акредитовані суб'єкти.

ФОП також можна зареєструвати онлайн, використовуючи функцію "Державні послуги онлайн" на портал Дія. Онлайн реєстрацію відбувається в автоматичному режимі без участі державного реєстратора.

Реєстрацію тимчасово переміщених осіб здійснює державний реєстратор за адресою тимчасового проживання особи незалежно від місця проживання в межах України.

Державна реєстрація суб'єктів господарювання проводиться на підставі документів, що подаються заявником.

Для державної реєстрації фізичної особи-підприємця (ФОП) необхідно подати:

- 1) заяву про державну реєстрацію фізичної особи підприємцем (форма 1);
- 2) паспорт громадянина України.

Фізичні особи, яка досягла 16 років і мають бажання займатися підприємницькою діяльністю, але не мають повної цивільної дієздатності, потрібно до основних документів додати нотаріально засвідчену письмову

згоду батьків (усиновлювачів) або піклувальника чи органу опіки та піклування. Якщо особа самотійно або з членами сім'ї створює сімейне фермерське господарство, то, у разі державної реєстрації фізичної особи-підприємця, необхідно надати договір (декларацію) про створення сімейного фермерського господарства. Документи, що подаються для державної реєстрації, повинні відповідати вимогам, що зазначені нижче.

Документи можуть бути подані у паперовій формі (подаються особисто заявником або поштовим відправленням (бажано рекомендованим листом з описом вкладення та повідомленням про вручення) або в електронній (документи подаються заявником через портал електронних сервісів).

Державна реєстрація юридичних осіб та ФОП здійснюється у день подання документів. За результатом процедури держреєстрації засновнику або уповноваженій ним особі видається (або надсилається рекомендованим листом) протягом 24 годин, після отримання від органів статистики, Державної фіскальної служби, Пенсійного фонду України даних про взяття на облік:

1) оригінал установчих документів юридичної особи з відміткою про проведення держреєстрації;

2) виписка з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців.

Виписка з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань – «документ в електронній формі, який формується та оновлюється за результатами проведення реєстраційних дій і містить відомості про юридичну особу або її відокремлений підрозділ, фізичну особу-підприємця (у тому числі про взяття на облік в органах державної статистики та державної фіскальної служби, видачу ліцензії та документів дозвільного характеру) або громадське формування, що не має статусу юридичної особи».

ТЕМА 5.

ПЛАНУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

5.1. Бізнес-планування

5.2. Розроблення бізнес-плану

5.3. Склад основних розділів бізнес-плану

5.4. Основні показники ефективності проекту

5.1. Бізнес-планування

Функції бізнес-планування:

- аналітична;
- прогностична;
- інформаційна;
- мотиваційна;

Принципи бізнес-планування:

- гнучкість;
- багатоваріантність;
- інтерактивність;
- безперервність;
- комунікаційність.

Джерела інформації для розробки бізнес-плану можуть бути:

- нормативно-правова база;
- бухгалтерська і статистична звітність;
- публікації та аналітичні огляди;
- інформація із соціальних мереж, інтернет, рекламні матеріали, матеріали виставок, ярмарків, науково-практичних конференцій;
- відомості про конкурентів, самостійні маркетингові дослідження.

5.2. Розроблення бізнес-плану

Процес розробки бізнес-плану включає такі етапи:

1. *Встановлення генеральної мети планування* - обґрунтування створення нового бізнесу чи напряду діяльності; залучення коштів; залучення інвесторів, партнерів; планування і подальший контроль реалізації.
2. *Визначення цільових користувачів бізнес-плану (залежно від мети).*
3. *Визначення структури бізнес-плану (повна або скорочена).*
4. *Складання основних розділів бізнес-плану:* збирання даних для кожного розділу бізнес-плану, розрахунок планових показників для кожного розділу бізнес-плану.
5. *Експертиза і доопрацювання бізнес-плану;*
6. *Презентація бізнес-плану.*

5.3. Основні розділи бізнес-плану

Резюме — короткий опис розділів бізнес-плану: коротка характеристика підприємства, опис проекту/бізнес-ідеї, чинники успіху проекту (конкурентоспроможність підприємства, його конкретна ринкова ніша, частка ринку, перспективи розвитку підприємства, рівень компетентності персоналу, наявність специфічних ресурсів). У резюме також наводять інформацію про:

- вид (види) послуг чи товару;
- організаційно-правову форму поточного або майбутнього бізнесу;
- майбутніх або існуючих клієнтів;
- кількість залучених співробітників;
- обсяг фінансів, які слід залучити для реалізації бізнес-ідеї;
- загальний прибуток (дохід) за певний період, рентабельність.
- обсяг інвестицій;
- прогностичні показники ефективності проекту;
- обсяг власних коштів;
- терміни кредитування, гарантії повернення;
- основні ризики проекту.

Аналіз галузі та підприємства - поточна ситуація і тенденції розвитку галузі; інформація про підприємство, його діяльність, стан і перспективи розвитку.

Характеристики продукції (послуг): продукція (послуга), яку пропонує підприємство (фізичний опис продукції/послуг), характеристики, сфера її використання, привабливість, конкурентоспроможність продукції/послуг, стадія готовності до виходу на ринок.

Аналіз ринку: визначення і оцінка цільового ринку збуту, потенційних споживачів, оцінка кон'юнктури ринку та рівня конкуренції, оцінка впливу зовнішніх чинників, перспективи ринку і підприємства.

План маркетингу:

- номенклатура та асортимент нової продукції з урахуванням попиту на ринку. На основі результатів аналізу ринку збуту складається прогноз обсягів продажів товару чи послуги (можна скласти по місяцях року). Обов'язково слід враховувати фактор сезонності (якщо такий присутній у конкретному сегменті ринку), частку на ринку з урахуванням конкуренції, виробничі можливості та інші чинники, які можуть мати істотне значення.

- система збуту та реалізації продукції. План збуту містить опис способів продажу товару чи послуги (які способи, канали реалізації буде використано), а саме: власними силами або через посередників; гуртом чи вроздріб; за попередніми замовленнями (телефоном, через сайт, інтернет-магазин) та ін.

- політика ціноутворення. Ціна товару або послуги може визначатися, виходячи з параметрів:

- а) ціна аналогічного товару (послуги) на ринку;
- б) собівартість продукції або послуги + прибуток;
- в) націнка за унікальні якості товару або послуги.

- реклама і просування продукції/послуг. Маркетингова підтримка або план просування товарів (послуг) — це опис програми дій із доведення товарів (послуг) до покупців, а також розрахунок обсягу необхідних для цього фінансових вкладень. Тут висвітлюються такі питання:

- а) як споживачі дізнаються про цю продукцію?
 - б) чи буде реклама товару або послуги?
 - в) яку конкретну інформацію про товар (послугу) і де саме буде розміщено?
 - г) скільки грошей потрібно на просування?
 - д) як саме продавати свій товар чи послугу?
- організація післяпродажного обслуговування клієнтів.

План виробництва — містить опис всіх кроків діяльності від реєстрування бізнесу, відкриття рахунку в банку до запуску виробництва товару чи надання послуг. Зокрема, цей пункт містить інформацію про:

- місце розташування основних виробничих потужностей;
- основні технологічні операції;
- обсяги виробництва;
- кадровий склад;
- необхідне обладнання;
- види та обсяги сировини, матеріалів, комплектувальних виробів, необхідні виробничі та невиробничі приміщення.

Організаційний план: організаційна форма підприємства, власники, менеджери, структура управління, потреба в персоналі, кадрова політика і стратегія

Фінансовий план: розрахунок інвестицій, джерела фінансування; план доходів і витрат, визначення прибутку, аналіз руху грошових коштів. Детальний кошторис витрат має таку розбивку за статтями витрат:

- а) сировина та основні матеріали;
- б) придбання допоміжних витратних матеріалів;
- в) оплата праці;
- г) послуги зв'язку, комунальні послуги;
- д) оплата послуг сторонніх організацій;
- е) основні засоби;

є) оренда приміщень тощо.

Аналіз ризиків (ринкових, маркетингових, виробничих, фінансових).

5.4. Основні показники ефективності проекту

До основних показників ефективності проекту відносять:

1. Чиста приведена вартість (NPV) — це різниця між сумою дисконтованого потоку коштів (доходів) за період реалізації (експлуатації) інвестиційного проекту/програми та сумою дисконтованих інвестиційних витрат, необхідних для реалізації (експлуатації) цього проекту/програми:

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{S_t}{(1+i)^t}$$

де NPV — чиста приведена вартість (net present value);

S — дохід від проекту в році n;

i — ставка дисконту;

n — число років циклу життя проекту.

У випадку дослідження інвестицій, які вимагають лише початкових витрат, а в наступні періоди досягаються доходи, формула часто записується у вигляді:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{S_t}{(1+i)^t} - I_0$$

де NPV — чиста приведена вартість (net present value);

S — дохід від проекту в році n, гр. од.;

i — ставка дисконту;

I — величина початкових витрат проекту, гр. од.;

n — число років циклу життя проекту.

2. Індекс прибутковості (PI) — це показник привабливості проекту чи інвестиції. Він розраховується шляхом ділення поточної вартості майбутніх очікуваних грошових потоків на початкову суму інвестицій у проект. Показник PI показує віддачу однієї грошової одиниці, вкладеної в проект, незалежно від її конкретного використання. Так, значення показника $PI = 1,1$ говорить про те,

що на одну вкладену гривню припадає десять сотих грошової одиниці (копійок) прибутку. Згідно з обмеженнями капіталу та взаємовиключними проектами, слід проводити лише ті проекти з найвищими показниками PI. Значення даного показника можуть бути знайдені для конкретного інвестиційного проекту за формулою

$$PI = \frac{\sum_{t=0}^n \frac{S_t}{(1+k)^t}}{\sum_{t=0}^n \frac{A_t}{(1+k)^t}}$$

,де PI — індекс прибутковості;

S — дохід від проекту в році n, гр. од.;

k — ставка дисконту;

F— величина початкових витрат проекту, гр. од.;

n — число років циклу життя проекту.

3. Період окупності (PP) — це час, який потрібен для того, щоб сума надходжень від реалізації проекту відшкодувала суму витрат на його впровадження. Період окупності звичайно вимірюється в роках або місяцях.

$$PP = \frac{IC}{CF}$$

,де PP (Pay-Back Period) – період окупності, років;

IC (Invest Capital) – початкові інвестиційні витрати на проект;

CF (Cash Flow) – середньорічний позитивний грошовий потік, що генерується інвестиційним проектом.

4. Точка беззбитковості (BEP) — це обсяг діяльності, за якого дохід від реалізації продукції (робіт, послуг) дорівнює сукупним витратам підприємства, тобто це обсяг продажу, за якого підприємство не має ні прибутку, ні збитку (точка нульового прибутку, або нульових збитків).

$Q = FC / (P - AVC)$, де Q — точка беззбитковості (обсяг продажів); FC— сума постійних витрат; P- ціна за одиницю продукції; AVC- змінні витрати на одиницю продукції.

Приклад. У компанії "Елегант", що випускає косметичну продукцію, постійні витрати складають 6000 грн, Ціна одиниці товару дорівнює 200 грн, А

змінні витрати складають 120 грн на одиницю. Чому дорівнює точка беззбитковості у фізичних одиницях?

$$Q = 6000 / (200 - 120) = 6000 / 80 = 75 \text{ одиниць}$$

ТЕМА 6.

РЕСУРСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

6.1. Матеріальні ресурси

6.2. Нематеріальні ресурси

6.3. Трудові ресурси

6.4. Фінансові ресурси

6.5. Інвестиції в підприємницькій діяльності

6.1. Матеріальні ресурси

Матеріальні ресурси - засоби та предмети праці, що використовуються у підприємницькій діяльності. Види матеріальних ресурсів:

- основні засоби,
- матеріально-сировинні ресурси.

Основні засоби - це матеріальні засоби, які використовуються у процесі виробництва впродовж тривалого часу (більше 1 року) і вартість яких поступово зменшується у зв'язку з фізичним і моральним зносом.

Згідно з Національним положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби», визначено **основні засоби** як матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх у процесі виробництва або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік).

Види основних засобів за функціональним призначенням:

- будівлі,
- споруди,
- машини та обладнання,
- передавальні пристрої транспортні засоби,
- інструменти,
- виробничий інвентар,

- господарський інвентар.

Матеріально-сировинні ресурси - це частина оборотних засобів підприємства, які повністю споживаються в процесі виробництва, при цьому повністю переносять свою вартість на готову продукцію і змінюють або втрачають свої споживчі властивості.

Склад матеріально-сировинних ресурсів:

- ✓ сировина,
- ✓ матеріали,
- ✓ комплектуючі,
- ✓ напівфабрикати,
- ✓ пальне,
- ✓ енергетичні ресурси,
- ✓ товарні запаси.

6.2. Нематеріальні ресурси

Нематеріальні ресурси - частина ресурсів підприємства, у яких відсутня матеріальна основа отримання доходу та невизначений розмір майбутнього прибутку від їх використання.

Основні види нематеріальних ресурсів:

- об'єкти промислової власності — винаходи, промислові зразки, корисні моделі, знаки для товарів і послуг;
- об'єкти авторського та суміжних прав - комп'ютерні програми, бази даних, твори у галузі науки, літератури та мистецтва;
- нетрадиційні об'єкти нематеріальних ресурсів — ноу-хау, комерційна таємниця, гудвіл.

6.3. Трудові ресурси

Категорії персоналу:

- керівники,
- фахівці,
- службовці,
- робітники.

Форми оплати праці у підприємстві: погодинна і відрядна та їх системи.

Зарплата за **погодинною формою** нараховується за урочний час згідно з тарифною ставкою (погодинною, денною, місячною), з урахуванням кваліфікації працівника, характеру робіт.

Системи погодинної форми оплати праці:

- пряма погодинна,
- погодинно-преміальна.

При **прямій погодинній оплаті праці** заробіток працівника розраховується як добуток погодинної тарифної ставки відповідного розряду на кількість відпрацьованих годин.

Погодинно-преміальна система оплати праці – це поєднання простої погодинної оплати з премією, яка виплачується за кількісні, якісні досягнення в роботі. Преміювання може бути за високі якість роботи, продуктивність праці, досягнутий приріст товарообороту, дотримання строків, економію ресурсів, уникнення товарних відходів, безаварійну роботу тощо.

При **відрядній формі оплати праці** оплата проводиться за нормами та розцінками, виходячи з розряду робіт, що виконуються. Основними умовами застосування відрядної форми оплати праці є наявність кількісних показників роботи, а також потреба стимулювання зростання випуску (продажу) продукції (послуг).

Основні системи відрядної форми оплати праці:

- пряма відрядна,
- відрядно-преміальна,
- відрядно-прогресивна.

При **прямій відрядній системі** заробіток працівників залежить від кількості проданих товарів (обсягу виконаних робіт) та встановлених розцінок або норм виробітку. Розмір заробітку працівника розраховується шляхом множення кількості одиниць реалізованої продукції (роботи, послуг) на розцінку за одиницю реалізованої продукції.

Відрядно-преміальна система – система оплати праці, за якою працівник отримує не тільки відрядний заробіток, але і премію. Премія встановлюється за досягнення визначених показників: виконання плану виробництва продукції, належної якості продукції або економії матеріальних та інших видів ресурсів.

Відрядно-прогресивна оплата праці передбачає оплату робіт: у межах норми – за звичайними відрядними розцінками, а понаднормованих робіт – за підвищеними розцінками. Заробіток визначається шляхом множення відрядних розцінок на виконану роботу в межах норми, плюс підвищені розцінки, помножені на наднормативний обсяг робіт.

6.4. Фінансові ресурси

Фінансові ресурси підприємства - це грошові доходи та надходження, що перебувають у розпорядженні підприємства і призначені для виконання певних фінансових зобов'язань та здійснення підприємницької діяльності.

Види фінансових ресурсів:

1. *Власні фінансові ресурси.* Первісне формування власних фінансових ресурсів відбувається в момент становлення підприємства, коли формується статутний капітал. Його джерелами в залежності від організаційно-правових форм господарювання виступають: акціонерний капітал, пайові внески членів кооперативів, галузеві фінансові ресурси (при збереженні галузевих структур), довгостроковий кредит, бюджетні засоби. Величина статутного фонду показує розмір тих коштів - основних і оборотних, - які інвестовані в процес виробництва. Джерелом формування власних фінансових ресурсів є прибуток та амортизаційний фонд.

2. *Позичені кошти* - це ті, що одержує підприємство на визначений термін, за плату й на умовах повернення. Формуються вони, переважно, за рахунок коротко- і довгострокових кредитів банків.

3. *Залучені кошти* - це кошти, які не належать підприємствам, але внаслідок діючої системи розрахунків постійно перебувають в їх обігу. Формуються вони за рахунок усіх видів кредиторської заборгованості підприємства.

6.5. Інвестиції в підприємницькій діяльності

Інвестиції - всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті чого створюється прибуток (дохід) або досягається соціальний ефект. Такими цінностями можуть бути:

- кошти, цільові банківські вклади, паї, акції та інші цінні папери;
- рухоме та нерухоме майно (будинки, споруди, устаткування та інші матеріальні цінності);
- майнові права, що впливають з авторського права, досвід та інші інтелектуальні цінності;
- сукупність технічних, комерційних та інших знань, оформлених у вигляді технічної документації, навичок та виробничого досвіду, необхідних для організації того чи іншого виду виробництва, але незапатентованих ("ноу-

хау”);

- права користування землею, водою, ресурсами, будинками, спорудами, обладнанням, а також інші майнові права;
- інші цінності.

Інвестиції у відтворення основних засобів і на приріст матеріально-виробничих запасів здійснюються у формі капітальних вкладень.

Інвестиції класифікують:

1. *за об'єктами вкладень:*

- реальні - вкладення коштів (майна) у реальні активи – матеріальні та нематеріальні (інновації);
- фінансові - це вкладення коштів у фінансові інструменти (активи), переважно цінні папери.

2. *за термінами вкладень:*

- короткострокові – це інвестиції на період до одного року;
- середньострокові;
- довгострокові – це інвестиції, на період більше одного року;

3. *за метою інвестування:*

- прямі - це господарська операція, яка передбачає внесення коштів або майна в статутний капітал (фонд) юридичної особи в обмін на корпоративні права, емітовані такою юридичною особою;
- портфельні - це господарська операція, яка передбачає придбання цінних паперів, деривативів та інших фінансових активів за грошові кошти на фондовому ринку.;

4. *за сферою вкладень:*

- виробничі;
- невиробничі;

5. *за формами власності на інвестиційні ресурси:*

- приватні здійснюють фізичні особи, а також юридичні особи з приватним капіталом;
- державні здійснюють державні та місцеві органи влади, державні підприємства з бюджетних фондів;
- іноземні - інвестиції фізичних та юридичних осіб іноземних держав;
- змішані - спільні інвестиції суб'єктів певної держави та іноземних держав;

6. *за регіонами:*

- всередині країни;

- за кордоном;
- 7. за ризиками:
 - агресивні;
 - помірні;
 - консервативні.

РОЗДІЛ 7

ЕФЕКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

7.1. Результати підприємницької діяльності

7.2. Показники ефективності використання основних засобів

7.3. Показники ефективності використання трудових ресурсів

7.4. Рентабельність

7.5. Шляхи підвищення ефективності підприємницької діяльності

7.1. Результати підприємницької діяльності

Дохід від реалізації продукції (товарів, послуг) є загальним доходом (виручкою) від реалізації продукції, товарів, робіт або послуг без вирахування наданих знижок, повернення раніше проданих товарів та непрямих податків і зборів (податку на додану вартість, акцизного збору тощо). Він обліковується у цінах продажу.

Витрати – це вартість ресурсів (трудових, матеріальних, нематеріальних, фінансових), використаних підприємством у процесі здійснення виробничо-торговельної діяльності.

Собівартість продукції (робіт, послуг) – це виражена в грошовій формі сукупність витрат на виробництво і реалізацію продукції. В торговельних підприємствах і підприємствах громадського харчування собівартість, зазвичай, виражається *вартістю товарів за ціною їх придбання*.

Прибуток — це частина чистого доходу, створеного у сфері виробництва і як такого, що отримав свою специфічну форму на стадії реалізації. Його розраховують як *різницю між доходом (виручкою) від реалізації продукції, робіт і послуг та сумою усіх витрат* торговельного підприємства. Тобто загальна модель формування будь-якого показника прибутку має такий вигляд

$$\text{Прибуток} = \text{Доходи} - \text{Витрати.}$$

Таким чином, прибуток відображає рівень господарювання, ступінь використання виробничих ресурсів, обсяг, якість реалізованих товарів і послуг

тощо.

7.2. Показники ефективності використання основних засобів

Віддача основних засобів показує, скільки гривень виробленої, реалізованої продукції (товарообороту, доходу) припадає на кожну гривню, вкладену в основні засоби.

Віддача основних засобів (ВЗ) розраховується за формулою

$$ВЗ = Q / З_{ср}$$

де Q – вироблена або реалізована продукція, товари (товарооборот, дохід),
З_{ср} - середньорічна вартість основних засобів.

Місткість основних засобів (МЗ) є зворотним показником до віддачі

$$МЗ = З_{ср} / Q .$$

Місткість основних засобів показує, скільки гривень основних засобів вкладено в кожну гривню реалізованої (виробленої) продукції (товарообороту, доходу).

7.3. Показники ефективності використання трудових ресурсів

Продуктивність праці – це спроможність працівника виробляти певну кількість продукції або надавати певний обсяг послуг за одиницю часу.

Рівень продуктивності праці/виробіток (W) характеризується обсягом виготовленої продукції, чи наданих послуг (g), виготовленою чи наданими одним працівником за одиницю часу (Т_п – затрати праці), або затратами часу на виробництво одиниці продукції, надання певного обсягу послуги (t)

$$W = g / T_{п}$$

Трудомісткість продукції, послуг (працемісткість, трудоємність) розраховується за формулою

$$t = T_{п} / g$$

Особливістю виміру продуктивності праці в торгівлі є використання показника обсягу товарообороту – ТО (виручки від реалізації, доходу) – як загального результативного показника

Продуктивність праці вимірюється як у натуральних, так і у вартісних показниках.

7.4. Рентабельність

Рентабельність власного капіталу (англ. return on equity (ROE)) — фінансовий коефіцієнт, що характеризує ефективність використання власного капіталу. Показує, яка віддача (норма прибутку) на вкладений власний капітал.

Розраховується як відношення чистого прибутку компанії до середньої величини акціонерного капіталу. Виражаються у відсотках.

Простими словами: коефіцієнт ROE - це річний прибуток компанії, після вирахування всіх податків, зборів та інших обов'язкових витрат поділений на вартість всіх вкладених в неї коштів засновників без позикових коштів.

Рентабельність виробництва продукції визначають за формулою

$$\text{Рентабельність продукції} = \text{Прибуток} / \text{Собівартість} * 100.$$

Цей показник дає можливість визначити, яка продукція більш прибуткова, тобто вигідніша для виробництва.

Рентабельність продажу відображає частку певного виду прибутку у виручці від продажу товарів, робіт, послуг. Залежно від того, який вид прибутку (валовий, операційний чи чистий) використовується у розрахунку, визначають рентабельність продажу по валовому прибутку (gross profit margin), операційну рентабельність (return on sales, ROS) або рентабельність по чистому прибутку (net profit margin).

Рентабельність продажу є одним із основних показників ефективності діяльності оптового торговельного підприємства. Він показує, скільки прибутку або чистого прибутку, припадає на гривню доходу чи виручки від реалізації, товарообороту. Вимірюється у відсотках.

$$R_{\text{п}} = \text{П} / \text{Дох} * 100 \% .$$

Вважається, що чим вище рівень рентабельності, тим краще. Визначення рентабельності дозволяє виявити невикористані резерви підвищення прибутковості торгівлі та поліпшення якості обслуговування.

Приклад. Яка рентабельність продажу канцелярських товарів, якщо витрати на їх закупівлю і перевезення становлять 17,3 тис. грн, а прибуток - 2,5 тис. грн?

$$R_{\text{п}} = 2,5 / 17,3 * 100 = 14,57 \% .$$

7.5. Шляхи підвищення ефективності підприємницької діяльності

Шляхи підвищення ефективності підприємницької діяльності:

- зниження витрат,

- оптимізація процесів,
- підвищення рівня організації та управління виробництвом,
- підвищення техніко-технологічного рівня,
- впровадження інноваційних технологій.

ТЕМА 8.

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ТА ДІЛОВА ЕТИКА

8.1. Соціальна відповідальність бізнесу та ділова етика

8.2. Складові соціальної відповідальності

8.3. Ділова етика підприємця як система норм і правил моральної поведінки в діловому середовищі

8.1. Соціальна відповідальність бізнесу та ділова етика

Соціальна відповідальність бізнесу як добровільна ініціатив підприємства (підприємця) щодо відповідальності за вплив його рішень і діяльності на суспільство і довкілля через прозору та етичну поведінку, яка сприяє сталому розвитку, здоров'ю і добробуту суспільства.

Основні вимоги до соціальної відповідальності бізнесу:

- врахування очікувань зацікавлених сторін;
- відповідність чинному законодавству і узгодженість з міжнародними нормами поведінки;
- інтегрованість у діяльність підприємства.

8.2. Складові соціальної відповідальності

Основні аргументи на користь соціальної відповідальності:

1) соціальні дії фірм поліпшують життя місцевого співтовариства або усувають необхідність державної участі, тому в перспективі вони можуть стимулювати прибуток, оскільки у споживачів, постачальників і місцевого співтовариства формується більш привабливий імідж компанії;

2) оскільки бізнес має у своєму розпорядженні значні людські та фінансові ресурси, то може передавати їхню частину на соціальні потреби;

3) підприємець є членом суспільства, тому норми моралі також повинні управляти його поведінкою.

1) економічна — відповідальність за економічні результати діяльності; екологічна — відповідальність за вплив на стан довкілля;

2) соціальна — відповідальність за вирішення соціальних проблем.

8.3. Ділова етика підприємця як система норм і правил моральної поведінки в діловому середовищі

Характерні ознаки ділової етики підприємця:

- вміння спілкуватися;
- повага чужої думки;
- стримування емоцій;
- визнання власної неправоти.

У різних напрямках професійної діяльності сучасних підприємців розробляються і впроваджуються спеціальні етичні інституції, що є відповідальними за розробку регулюючих спеціальних професійних кодексів (від лат. Codex – книга), де сформульовано основні принципи та правила ділової поведінки.

Професійні етичні кодекси – зібрання моральних норм, що в будь-якій професійній діяльності передбачають передусім об'єктивність, конфіденційність, строге виконання професійного обов'язку, запобігання конфліктам у професійному спілкуванні, піклування про якість роботи та інші.

Сучасні норми ділової етики:

1. Будь чесним та правдивим.
2. Поважай право приватної власності.
3. Будь вірним своєму слову.
4. Поважай людину – людське життя, людську гідність, права людини.
5. Будь цілеспрямованим, але в прагненні досягти мети не переходь межі дозволеного.
6. Живи відповідно достатку, завжди враховуй свої можливості.

Додаток

Зразки тестових завдань для вступу в магістратуру

Під час іспиту кожен предметний тест єдиного фахового вступного випробування міститиме 140 завдань. За кожен правильну відповідь учасник тестування ЄФВВ зможе отримати 1 бал, тобто максимальна кількість становитиме 140 балів. На виконання предметного тесту абітурієнту буде відведено 180 хвилин. Усі завдання предметних тестів ЄФВВ відповідають програмам, затвердженим МОН України.

Для вступу на будь-яку спеціальність (незалежно від форми навчання - очна чи заочна, бюджетна чи контрактна) потрібно скласти єдиний вступний іспит.

Ознайомитися із демонстраційними варіантами тестів єдиного вступного іспиту 2023 р. можна за посиланням **URL: <https://zno.osvita.ua/master/upravlinnja/543/>**

Онлайн-формат виконання прикладів завдань тесту допоможе вступникам не лише ознайомитися зі структурою, типами завдань та правильними відповідями, а й дозволить навчитись правильно розподіляти час на виконання завдань тесту.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ

1. Господарський кодекс України 16 січня 2003 року № 436-IV // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, № 18, № 19-20, № 21-22, ст.144 зі змінами та доповненнями URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>
2. Карпюк Г.І. Основи підприємництва: Навчальний посібник для здобувачів професійної (професійно-технічної) освіти. 106 с. URL.: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/pto/2021/04/19/Osnovy%20pidpryyemnytstva.pdf>
3. Купалова Г.І. Економіка торговельного підприємства: підручник. - К.: Компринт, 2023. - 301 с.
4. Підприємництво: навч. посіб. / Г. І. Купалова, Т. М. Артюх, М. М. Бердар та ін. за заг. ред. Г. І. Купалової. – 2-ге вид., доп. і переробл. – К.: ВПЦ "Київський університет", 2023. – 376 с.
5. Мінімальні розміри статутних капіталів господарських товариств. URL.: <https://services.dtkk.ua/catalogues/indexes/10>
6. Програма предметного тесту з управління та адміністрування єдиного фахового вступного випробування для вступу на навчання для здобування ступеня магістра, затверджена Наказом Міністерства освіти та науки України від 11.02.2022 р. № 157. URL: <file:///C:/Users/User/Downloads/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%B0%20%D0%84%D0%A4%D0%92%D0%86%202023.pdf>

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

**З ПІДГОТОВКИ ДО ЄДИНОГО ВСТУПНОГО
ФАХОВОГО ВИПРОБУВАННЯ ГАЛУЗІ ЗНАНЬ
07 “УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ”**

РОЗДІЛ “ПІДПРИЄМНИЦТВО”

Упорядники
Купалова Галина Іванівна
Гончаренко Наталія Володимирівна