

ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ КОМПЛЕКС

ДОНЕЦЬК - 2003

Міністерство освіти і науки України
Донецький національний університет
Економічний факультет
Кафедра економіки підприємства

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ КОМПЛЕКС
З КУРСУ
"ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА"

(для студентів спеціальності "Економіка підприємства"
всіх форм навчання)

Затверджено
на засіданні кафедри
"Економіка підприємства"
Протокол № від
" " 2003р.

Донецьк - 2003

ББК 65.9(2)240

Робоча програма та методичні вказівки до практичних занять і виконання контрольних робіт з курсу "Основи підприємництва" (для студентів спеціальності "Економіка підприємств всіх форм навчання) / Укл.: О.В. Бичкова.- Донецьк: ДонНУ, 2003 - 60с.

Подано основні теми, що вивчаються у курсі "Основи підприємництва", запропоновано робочу програму, методичні вказівки та питання до практичних і семінарських занять, виконання контрольних робіт студентами заочної форми навчання, а також літературу для підготовки до заліку й практичних занять.

Укл.:

О.В. Бичкова, доц.

Від. за випуск: В.В. Краснова, доц.

ВСТУП

Розвиток підприємницької діяльності є суттєвою умовою для розвитку ринкових відносин в Україні. Створення ринкової економіки передбачає необхідність створення правових, господарських умов для заняття підприємництвом у країні, а також надбання найбільш загальних навичок, знань щодо здійснення підприємницької діяльності у громадян. Сутність та зміст підприємницької діяльності - це нова ділянка економічних знань, опанувати яку треба студентам та усіх бажаючим, щоб у майбутньому ефективно й прибутково здійснювати своє підприємництво.

У курсі "Основи підприємництва" вивчаються загальні положення підприємницької діяльності, особисті якості підприємця, організація власного бізнесу та процес керівництва підприємством.

Мета курсу - надати студентам знання щодо основних понять підприємницької діяльності, створення і ведення власного бізнесу. Навчити правильно аналізувати мету, завдання та практику організації підприємницької діяльності; познайомити з масштабами підприємництва; надати основну інформацію про підприємницьку сферу ділових операцій, навчити аналізувати процеси, що проходять у межах підприємництва, їх місце та значення у сучасному суспільстві.

Студенти повинні вивчити:

- основні положення законодавства України про власність, про підприємства, про підприємництво;
- особливості організаційних проблем при створенні нового підприємства або становлення підприємництва у межах діючого;
- зміст та структуру бізнес-плану як загального документу обґрунтування мети нового бізнесу та шляхів її досягнення;
- порядок планування фінансової діяльності підприємництва та створення підприємницького капіталу;
- основні принципи та методи організації менеджменту та маркетингової діяльності на підприємстві;
- загальні положення укладання та оформлення підприємницьких угод та договорів;
- детально вивчити процес створення власного підприємства в Україні.

Структура курсу збудована відповідно до логіки ринкових відносин.

Протягом вивчання курсу "Основи підприємництва" передбачаються:

- методи проведення занять: лекції і семінари;
- форми контролю знань: проміжний контроль - поточні письмові тести та підготовка доповіді (реферату);
- підсумковий контроль: залік.

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН "ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА"

№ теми	Назва теми	Учебний час	
		лекції	семінари
1	Основи теорії підприємництва	4	2
2	Види підприємництва	4	2
3	Організаційні форми підприємництва	4	2
4	Форми партнерських зв'язків у підприємстві	3	2
5	Суб'єкти підприємницької діяльності	4	1
6	Об'єкти підприємницької діяльності	4	1
7	Формування підприємницького капіталу. Фінансове забезпечення підприємництва	3	2
8	Підприємницький маркетинг та менеджмент	3	2
9	Підприємницька угода та договір	3	2
10	Заснування та реєстрація підприємства	4	2
УСЬОГО		36	18

ЗМІСТ КУРСУ "ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА" ЗА ТЕМАМИ

Тема 1. Основи теорії підприємництва

1.1. Підприємництво як ключова сила економічного розвитку.

Підприємництво - ключова сила економічного розвитку. Фактори, що визначають масштаби допуску та сферу прикладення підприємницької діяльності.

Коротка історія розвитку теорії підприємництва. Р.Кантільон, А. Тюрго, Ф. Кене, А. Смит про підприємництво. Внесок Й. Шумпетера та Ф. Хайєка в розвиток теорії підприємництва. Суть підприємництва по Й. Шумпетеру та Ф. Хайєку.

Підприємництво як економічне явище. Ознаки підприємництва, та його функції. Поняття "інтропренерство" (по Г. Піншо) та підприємницьке управління (по Г. Стівенсону).

Класифікація підприємництва та соціально-економічні передумови розвитку підприємництва.

1.2. Підприємець.

Особа підприємця. Основні риси вдачі підприємця. Вміння керівництва своїм підприємством. Наявність співдумців. Умови праці підприємця.

1.3. Підприємництво та ризик. Підприємництво та арбітражування.

Наявність ризику у підприємницькій діяльності. Механізми захисту від ризику. Поняття страхування.

Поняття арбітражування. Відмінність арбітражування від спекуляції. Рівновага ринку та арбітражування. Арбітражування на різних видах ринків.

1.4. Предмет, завдання, схема курсу "Основи підприємництва".

Предмет курсу "Основи підприємництва". Задачі курсу, основна мета курсу. Схема курсу та взаємозв'язок з іншими курсами економіки.

Тема 2. Види підприємництва

2.1. Підприємництво у виробництві.

Виробництво: матеріальне та духовне. Важливість виробничого підприємництва. Виробниче підприємництво та бізнес. Головна частина виробничого підприємництва. Умови ведення виробничого підприємництва. Фактори виробництва. Виробниче підприємництво у широкому та вузькому тлумаченні.

2.2. Підприємництво у посередництві.

Суб'єкти економічних відносин. Інститут посередництва. Посередники. Ефективність посередництва. Найбільш розповсюджені форми посередництва: агентування, брокерство, ділерство, ріелтерство.

Основні економічні поняття властиві наведеним формам посередництва: агенти виробників, агенти по закупівлям, повноважні агенти по збуту, брокер, комісіонер, комітент, делькредере, консигнація, оптова фірма, оптовий дистриб'ютор, дистриб'ютер, торговий дім, ділерство, торговий маклер,

дjobбери, посилторгівці, торговий представник, комівояжер, аукціонна торгівля, біржеве підприємництво, біржа, хеджування, хедж, хеджер, ф'ючерс, ріелтерський бізнес, ріелтер.

Необхідні умови посередницької діяльності.

2.3. Підприємництво у сфері фінансів.

Фінансове підприємництво - складова та невід'ємна частина підприємницької активності.

Суб'єкти фінансового підприємництва: банкіри, фінансисти. Інвестиційні компанії та фонди.

Банківська система: державний та комерційні банки. Різновиди інвестиційних компаній та фондів. Особливості фінансово-кредитного підприємництва.

Аудит - специфічна сфера підприємницької діяльності. Суть аудиту. Мета проведення аудиторської перевірки. Умови за яких необхідна аудиторська перевірка.

Тема 3. Організаційні форми підприємництва

3.1. Три форми організації підприємницької діяльності.

Основні форми організації підприємницької діяльності: одноосібна власність, товариство, корпорація. Характерні риси загальних форм організації підприємництва. Основні недоліки та переваги наведених форм організації.

Правова форма підприємства. Підприємнице право.

Рациональний вибір форми організації підприємницької діяльності.

3.2. Індивідуальні, приватні, колективні підприємства.

Індивідуальне підприємництво. Створення приватних підприємств. Недоліки та переваги приватного підприємства.

Колективне підприємництво. Види колективного підприємництва. Господарчі товариства: повні товариства та командитні товариства. Характеристика повного товариства. Характеристика командитного товариства. Товариство з обмеженою відповідальністю: головні ознаки, переваги та права засновників.

3.3. Акціонерні товариства.

Визначення поняття акціонерне товариство. Основні типи акціонерних товариств. Акція. Контрольний пакет акцій.

Корпорація - акціонерне товариство, що об'єднує діяльність декількох фірм. Загальні форми корпоративної організації підприємницької діяльності. Види корпорацій.

3.4. Об'єднання підприємств.

Поняття об'єднання підприємств. Різноманітність об'єднань. Концерн. Консорціум. Картель. Трест. Господарча асоціація. Соціальна асоціація. Змішана асоціація.

3.5. Змішані специфічні форми підприємництва.

Поєднання загальних форм організації підприємницької діяльності.

Суть холдингової компанії. Особливості заснування та діяльності холдінгу. Специфіка офшорних компаній. Трастові компанії - товариства на довірі.

Тема 4. Форми партнерських зв'язків у підприємництві

4.1. Партнерські зв'язки у підприємництві.

Суть поняття партнерство. Партнерські зв'язки. Різноманітність партнерських зв'язків. Основна мета здійснення підприємницьких дій. Чотири сфери підприємницької діяльності.

4.2. Форми співпраці у виробничій сфері.

Визначення поняття спільне підприємництво. Спільне підприємство - основа спільного підприємництва.

Специфічний характер виробничої кооперації.

Значення поняття лізинг. Різноманітність лізингу - фінансовий, возвратний, оперативний або сервісний, левідж-лізинг, чистий лізинг.

Франчайзінг - розповсюджена форма партнерства. Основні поняття франчайзінгу: франчайзер, франчайзі.

Суть проектного фінансування. Випадки проектного фінансування.

Ліцензування. Основні суб'єкти процесу ліцензування: ліцензіатор та ліцензіат.

Концесія.

Управління по контракту.

Підрядне виробництво.

4.3. Форми співпраці у торгівлі.

Різноманітність угод у торгівлі: звичайна угода, форвардна угода, угода про передачу інформації ноу-хау, операції по продажу товару на термін, угода про встановлення прямих виробничих зв'язків, угоди спот, угоди про експорт, реекспорт, угоди про імпорт.

4.4. Форми співпраці у сфері товарообміну.

Визначення товарообмінних операцій. Поняття, що використовуються у сфері товарообміну: зустрічна торгівля, зустрічні постачання, бартерні угоди, угода офсет, комерційна тріагуляція.

4.5. Форми співпраці у фінансовій сфері.

Найважливіші два види зв'язків: факторинг та комерційний трансферт.

Тема 5. Суб'єкти підприємницької діяльності

5.1. Організатор підприємницької діяльності - підприємець.

Організація підприємницького процесу. Визначення поняття "підприємець" по Й. Шумпетеру. Підприємець як засновник підприємницького процесу. Підприємницька активність. Вплив умов господарювання на підприємницьку діяльність. Наявність партнерів для ефективного ведення бізнесу.

5.2. Найманий працівник - учасник підприємницької діяльності.

Найманий працівник - здійснення трудової діяльності за наймом. Співпадання інтересів підприємця та найманого працівника. Співвідносини підприємця та найманого працівника. Вовлікання найманого робітника у виробничий процес. Система оплати праці: тверда гарантована заробітна платня, відрядна заробітна платня, відрядно-преміальна заробітна платня, тарифна заробітна платня, погодинна заробітна платня. Використання коефіцієнту ефективності у визначенні розміру заробітної платні.

5.3. Значення споживача у підприємницькій діяльності.

Різновиди споживачів товарів та послуг. Взаємовідносини підприємця та споживача: активний суб'єкт - підприємець та пасивна роль споживача. Головна мета підприємця - завоювання споживача. Загальні засоби впливу підприємця на споживача: новизна товару, якість, ціна, доступність товарів, універсальність, упакування, післяпродажне обслуговування, престижність.

5.4. Держава - суб'єкт підприємницької діяльності.

Держава - суб'єкт бізнесу та підприємницької діяльності. Роль держави у підприємницькій діяльності.

Різні ситуації у впливі держави на розвиток підприємницької діяльності: гальмування підприємницької діяльності, сторонній спостерігач, прискорювач підприємництва. Функції держави як прискорювача підприємницької діяльності: підвищення образованності, спеціальні програми підтримки, створення підприємницької інфраструктури.

Тема 6. Об'єкти підприємницької діяльності

6.1. Товар як об'єкт підприємницької діяльності.

Характеристика товару. Властивості товару. Товари, що мають високу споживчу вартість та товари, що мають низьку споживчу вартість. Товари с обмеженою споживчою вартістю та товари с індивідуальною споживчою вартістю.

6.2. Ціна товару.

Поняття ринкова ціна.

Види ринкових цін: стартова, стала, монопольна, демпінгова, ліквідно-розпродажна. Загальні та різні риси найросповсюдженних видів цін.

6.3. Ціна товару та витрати виробництва.

Фактори, що впливають на рівень цін на ринці. Взаємозв'язок ціни товару та витрат виробництва. Зв'язок витрат виробництва з матеріалоємністю, працеемкістю та вартістю основних засобів виробництва, що доводяться на одиницю продукції.

Матеріалоємність товару.

Працеемкість товару.

Вартість основних засобів виробництва на одиницю продукції.

6.4. Підприємницькі ідеї.

Підприємницькі ідеї - основа здійснення діяльності. Основні напрями інноваційної діяльності підприємця: зміна системи управління виробництвом, зміна партнерських зв'язків та інші. Шляхи реалізації підприємницької ідеї.

Інноваційна ідея.
Інформаційне забезпечення.
Ринок як джерело інформації.
Ефективність партнерських зв'язків.
Життєвий цикл товару.

Тема 7. Формування підприємницького капіталу. Фінансове забезпечення підприємництва

7.1. Капітал та підприємницький капітал.

Основні фактори виробництва. Визначення поняття "капітал".
Ефективність капіталу. Складові поняття капіталу.
Підприємницький капітал, його складові елементи.

7.2. Джерела капіталу. Первісний капітал.

Визначення поняття "первісний капітал". Розмір первісного капіталу.
Поділ капіталу на основний та обіговий. Співвідношення основного та обігового капіталу. Розрахунок потреб у первісному капіталі. Розробка плану інвестицій. Співвідношення витрат та доходів.

Джерела формування підприємницького капіталу: фінансові результати попередньої діяльності, особисті заощадження, позички під проценти, банківські кредити.

7.3. Фінансове забезпечення та планування. Складання бізнес-плану.

Джерела фінансових коштів. Фінансове планування потоку готівкових коштів. Калькуляція витрат. Фінансова звітність. Балансовий звіт. Бюджетний контроль. Аналіз фінансових показників.

Необхідність бізнес-плану для реалізації підприємницької ідеї. Основна мета складання бізнес-плану. Складання трьох самостійних планів: бізнес-план, маркетинговий план, фінансовий план.

Механізм складання бізнес-плану. Основні шість розділів бізнес-плану: ділова концепція, рекламний нарис, діловий розклад, набір цілей, маркетингові дослідження, фінансове резюме.

Схема складання бізнес-плану.

Методика розробки бізнес-плану.

Працівники фірми, що розробляють бізнес-план.

Виявлення економічного ефекту від складання бізнес-плану.

Тема 8. Підприємницький маркетинг та менеджмент

8.1. Підприємницький маркетинг.

Визначення загальної концепції поняття "маркетинг".

Визначення поняття "маркетинг" з різних точок зору: організації виробництва, збутової діяльності та конкуруючих виробників.

Маркетинг як тип організації виробництва і тип господарювання: розмежування двох типів організації виробництва.

Концепція маркетингу у підприємницькій діяльності. Схема дій підприємця в умовах ринку.

Маркетинг у підприємницькій діяльності. Дві маркетингові концепції: "ринок продавця" та "ринок споживача". Схема взаємодії виробника и споживача в умовах "ринку продавця". Схема взаємодії виробника та споживача в умовах "ринку споживача".

Сегментування ринку у підприємницькій діяльності.

8.2. Підприємницький менеджмент.

Менеджмент у підприємницькій діяльності.

Роль менеджера у підприємстві. Функції менеджера: організація процесу виробництва, виробка тактики та стратегії дій на ринці, вибір найбільш ефективних форм і напрямів партнерських зв'язків.

Діяльність менеджера з організації процесу виробництва: управління персоналом, фінансовий менеджмент, управління якістю, управління асортиментом, технологічний менеджмент, стратегічний менеджмент.

Діяльність менеджера по керівництву маркетингом.

Діяльність менеджера по управлінню партнерськими зв'язками. Вплив системи партнерських зв'язків на управління. Система партнерських зв'язків. Менеджер - ланка у системі управління загальним економічним процесом. Зв'язок менеджера з партнерами, або постачальниками і споживачами. Основні завдання менеджера.

Тема 9. Підприємницька угода та договір

9.1. Підприємницька угода.

Визначення поняття "угода".

Односторонні та взаємні (багатосторонні) угоди. Різниця між угодою та передачею товару (майна).

Поняття по вигідні та не вигідні угоди.

Комерційна результативність угоди.

Форми партнерських зв'язків.

9.2. Підприємницький договір.

Загальне поняття про підприємницький договір.

Договірне право.

Різновиди підприємницького договору: засновчий, підприємницький, господарчий.

Складові частини договору: преамбула, загальна частина та заключна частина.

Основні типи договорів, що укладають підприємці у своїй діяльності. Особливості імпresарського контракту.

Підготовка підприємця до укладання договору.

Визначення вигідного цінового показника: складання конкурентного листка. Базові умови поставки: ціни сіф, фоб, каф, фас.

Оферта як форма укладання договору. Поняття твердої та вільної оферти.

Формулювання умов договору. Загальні умови договору: предмет договору, якість товару, ціна товару, форма платежу, термін поставки, упакування та маркування товару, здача-приймка товару, штрафні санкції, форс-мажор, арбітраж, інші умови.

Тема 10. Заснування та реєстрація підприємства.

Характеристика загальних етапів створення підприємства:

- 1 етап - рішення про відкриття малого підприємства;
- 2 етап - збори засновників;
- 3 етап - підготовка засновчих документів;
- 4 етап - підготовча робота;
- 5 етап - підготовка додаткових документів, як що необхідно;
- 6 етап - нотаріальне підтвердження документів;
- 7 етап - банківські процедури;
- 8 етап - реєстраційні установи райвиконкому;
- 9 етап - реєстрація;
- 10 етап - податкова інспекція;
- 11 етап - реєстрація у фондах;
- 12 етап - відкриття рахунку у банку;
- 13 етап - РОВС;
- 14 етап - виготовлення печаток та штампів;
- 15 етап - ліцензування;
- 16 етап - початок праці.

Додаткові необхідні дії для завершення процесу створення власного підприємства.

ПЛАНІ ПРАКТИЧНИХ І СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

Успішне засвоєння курсу "Основи підприємництва" передбачає проведення паралельно з читанням основного лекційного матеріалу також семінарських та практичних занять.

Основна мета цих занять:

- закріплення та поглиблення знань, що студенти отримали на лекціях;
- з'ясування студентами питань, що залишилися неясними під час прослуховування лекцій;
- організація систематичної роботи студентів над навчальною літературою;
- надати студентам навички вирішення конкретних задач.

обов'язковою передумовою успішного вирішення цих задач є домашня самостійна робота студентів.

Під час прийому виконаних завдань викладач перевіряє чи засвоїв студент методику виконання завдання. Нерозуміння методики виконання свідчить про те, що студент працював не самостійно, або не засвоїв матеріал. У

цьому випадку викладач повинен вимагати повторного виконання аналогічного завдання.

Виконання усіх практичних завдань є обов'язковою умовою здачі заліку.

Структура семінарських занять збудовано відповідно до лекційного матеріалу курсу "Основи підприємництва".

Заняття 1

Основи теорії підприємництва. Роль підприємництва у економіці України

Методичні вказівки

Під час вивчення цієї теми важливо студентам вияснити суть основних понять, ознаки успішного підприємця, бізнесмена, менеджера. При цьому слід пам'ятати, що різниця між цими поняттями не відсутність окремих характеристик, а зміна рейтингу їх для окремого поняття. Важливо запам'ятати, що у будь-якій підприємницькій діяльності завжди присутній ризик, який важливо передбачити і запобігати.

Мета заняття

1. Закріпити теоретичні знання по основним термінам.
2. Провести анкетування студентів з метою виявлення здібностей до підприємницької діяльності.
3. Розглянути виробничу ситуацію.

I. Основні терміни

Підприємництво
Вільне підприємництво
Інтрепренерство
Підприємець
Підприємницький ризик
Страхування
Арбітражування
Спекуляція
Ринок
Види ринків

II. Питання до розгляду

1. Порівняльна характеристика ринкової та адміністративно-командної економіки.
2. Визначення терміну підприємництво
3. Переваги вільного підприємництва.
4. Різні аспекти поняття підприємництво.

5. Поява терміну інтропренерство та його співвідношення з поняттям підприємництво.
6. Різні аспекти поняття підприємець.
7. Загальні та відмінні характеристики понять підприємець, бізнесмен, менеджер.
8. Риси вдачі, що притаманні підприємцю, досягнувшому успіху.
9. Портрет підприємця.
10. Мотивація підприємця.

III. Анкетування студентів

За допомогою декількох анкет дати можливість кожному студенту оцінити свої можливості, а виходячи з можливості отримання різних результатів по різних анкетам, удостоверитися, що такі результати є інформацією до роздумів. Кожний студент отримує анкету, відповідає на питання і визначає результати.

Тест 1. Самооцінка (див. додаток 1)

Тест 2. Чи здатні Ви стати підприємцем? Перевірте себе! (див. додаток 2)

IV. Виробнича ситуація

"Зміна поведінки директора підприємства в залежності від форми власності"

Порівняти поведінку директору підприємства з різним правовим статутом (державне, акціонерне товариство, приватне).

Група поділяється на 4 підгрупи. Перша - виконує роль директору державного підприємства, друга - директора підприємства, що перетворене в ЗАТ, коли у керівництва нема контрольного пакету акцій, третя - ЗАТ з контрольним пакетом акцій і четверта - підприємця. Представник кожної підгрупи формулює відповіді на питання (див. додаток 3), потім сопоставити відповіді. Студенти можуть зробити висновок: за якою формою господарювання реально проявляється мотивація до підприємництва.

V. Контрольні питання

1. У чому суть поняття підприємництва як ключової сили економічного розвитку?
2. Наведіть коротку історію розвитку теорії підприємництва.
3. Який внесок Й. Шумпетера та Ф. Хайєка в розвиток теорії підприємництва?
4. Охарактеризуйте підприємництво як економічне явище та наведіть його ознаки.
5. Вміння керівництва своїм підприємством - найбільш важлива риса вдачі підприємця?
6. Місце ризику у підприємницькій діяльності.

7. Які існують механізми захисту від ризику?
8. Поняття страхування та арбітражування, їх роль у підприємстві?
9. Як проходить арбітражування в умові рівноваги ринку?
10. Які існують види ринків?

Заняття 2

Види підприємництва

Методичні вказівки

Вивчивши цю тему студент повинен чітко уявляти можливі напрями діяльності та знати фактори, що впливають на вибір того або іншого виду діяльності. Особу увагу треба приділити вивченню такого виду діяльності як виробниче підприємництво та посередницьке підприємництво.

Важливе значення має вивчення загальних понять, властивих для наведених видів підприємництва, а також взаємозв'язок основних видів діяльності.

Мета заняття

1. Закріпити теоретичні знання можливих видів підприємницької діяльності.
2. Розглянути фактори що впливають на вибір того або іншого виду діяльності.
3. Провести групове обмірковування переліку можливих видів підприємницької діяльності.

I. Основні терміни

Виробництво
Виробниче підприємництво
Фактори виробництва
Суб'єкти економічних відносин
Посередництво
Посередники
Агентування
Брокерство
Дилерство
Ріелтерство
Фінансове підприємництво
Інвестиційні компанії та фонди
Банківська система
Державний та комерційні банки
Аудит

II. Питання до розгляду

1. Розглянути зміст та форми підприємницької діяльності.
2. Зробити схему можливих видів підприємницької діяльності та розглянути зміст кожного.
3. Розглянути важливість виробничого підприємництва.
4. Які існують умови ведення виробничого підприємництва.
5. Що уявляє собою інститут посередництва у Україні.
6. Основні економічні поняття властиві формам посередництва.
7. Обміркувати відмітні риси бізнесу, пов'язаного з наданням послуг.
8. Розглянути загальні форми посередництва.
9. Наведіть механізм підприємництва у фінансовій сфері.
10. У чому суть аудиторської перевірки?

III. Обмірковування можливих варіантів видів підприємництва

Навчальна група розподіляється на команди і кожна робить свій перелік підприємницької діяльності в галузі виробництва товарів вжитку, продукції виробничо-технічного призначення, надання сервісних та ділових послуг, будівельного та інтелектуального бізнесу. Потім порівнюються ці переліки і перемагає та команда яка наводить більше оригінальних видів діяльності.

IV. Контрольні питання

1. Назвіть специфічні функції підприємництва?
2. У чому суть підприємництва у виробництві?
3. Головна частина виробничого підприємництва - що це?
4. Що уявляє собою агентування?
5. Які існують найбільш розповсюджені форми посередництва?
6. Як оцінюється ефективність посередництва?
7. Перелічіть різновиди інвестиційних компаній та фондів.
8. Як здійснюється підприємництво у фінансовій сфері?
9. Чи є суб'єктами фінансового підприємництва банкіри та фінансисти?
10. За яких умов необхідна аудиторська перевірка підприємницької діяльності?

Заняття 3 **Організаційні форми підприємництва**

Методичні вказівки

Студент повинен ознайомитися та закріпити знання теоретичного матеріалу про класифікацію основних форм підприємництва: одноосібна власність, партнерство, корпорація. Закріпити знання законодавчої бази

підприємництва у Україні, особливості різних форм підприємництва і факторів, що визначають вибір форми підприємництва. Студент повинен розібратися у різних формах, вміти обрати найбільш оптимальну форму.

Мета заняття

1. Закріплення теоретичних знань по формах організації підприємництва.
2. Поглиблення знань законодавчої бази підприємництва в Україні.
3. Проведення тестування студентів з виявлення рівня знань студентів за темою заняття.

I. Основні терміни

Форма організації бізнесу
Одноосібна власність
Товариство
Корпорація
Правова форма підприємства
Підприємницьке право
Індивідуальне підприємництво
Колективне підприємництво
Господарчі товариства
Акціонерні товариства
Акція
Корпорація
Консорціум
Концерн
Синдикат
Об'єднання підприємців
Змішані специфічні форми підприємництва
Холдинг
Офшорна компанія
Трастова компанія

II. Питання до розгляду

1. Чим зумовлено існування трьох форм організації бізнесу?
2. У США на одноосібну власність доводиться більш ніж 3/4 усіх існуючих підприємств, у той час як доходи їх складають менше 1/10 від усіх отриманих. Корпорації ж, що складають усього лише менш ніж 1/5 від загальної кількості, отримують 9/10 усіх доходів. У чому причина такого положення?
3. Які умови необхідні для ведення бізнесу у одноосібній власності, у чому переваги та недоліки одноосібної власності?
4. Назвати основні недоліки та переваги партнерства.

5. Які форми організації бізнесу можливо віднести до специфічних та змішаних?
6. Чи справедливі твердження:
 - а) офшорна компанія створюється для праці за кордоном;
 - б) трастовим компаніям можуть бути передані права управління майном та цінними паперами інших компаній;
 - в) транснаціональна корпорація має свої філії в усіх регіонах країни.
7. Як здійснюється створення приватних підприємств?
8. Розглянути загальну схему дії акціонерної компанії.
9. Які існують об'єднання підприємств?
10. Перелічити недоліки та переваги приватного підприємства.

III. Тестування студентів

За допомогою 2 тестів студентам і викладачу надається можливість з'ясувати рівень засвоєння матеріалу по темі заняття. До опрацювання надаються тести з двох напрямків засвоєння матеріалу:

Тест 1. Вибір форми підприємництва (див. додаток 4);

Тест 2. Організаційні проблеми підприємництва (див. додаток 5).

Кожен студент отримує тести, вибирає правильні відповіді та здає викладачу, який потім оцінює правильність відповідей студентів і виставляє оцінки.

IV. Контрольні питання

1. У чому суть поняття форма організації підприємництва?
2. Які існують основні та змішані форми організації бізнесу? Перелічити їх особисті риси.
3. Поняття одноосібної власності та партнерства.
4. Як визначається пасивна або активна роль учасників партнерства в управлінні фірмою?
5. Перелічити особисті риси основних форм організації підприємництва.
6. У чому полягають принципові відміни змішаних форм організації підприємництва: траст, офшор, френчайзінг?
7. Які існують загальні принципи успіху змішаних форм підприємництва?
8. У чому полягає суть поняття транснаціональна корпорація?
9. Що таке філія?
10. Коли існує необхідність створення франчайзінгових компаній?

Заняття 4

Форми партнерських зв'язків у підприємництві

Методичні вказівки

Вивчивши цю тему студент повинен чітко розрізняти форми партнерських зв'язків у найбільш поширених сферах партнерства, розуміти різницю між ними. Також необхідно засвоїти розповсюджені види угод у наведених сферах співробітництва, їх загальні риси та характерні відміни.

Мета заняття

1. Закріплення теоретичних знань по характеристиці найбільш розповсюдженим формам партнерських зв'язків, як необхідної умови організації та реалізації нормального підприємницького процесу.
2. Студент повинен чітко розуміти різницю між окремими видами угод.

I. Основні терміни

Партнерство
Партнерські зв'язки
Сфери підприємницької діяльності
Форми співпраці
Спільне підприємництво
Лізинг
Франчайзінг
Проектне фінансування
Ліцензування
Підрядне виробництво
Угода
Товарообмінні операції
Факторинг
Комерційний трансферт

II. Питання до розгляду

1. Найбільш розповсюджені форми партнерських зв'язків.
2. Навести схему підприємницьких дій.
3. Як створюють спільні підприємства?
4. Що уявляє собою протокол про наміри.
5. Основні напрями розвитку кооперації
6. По якій схемі встановлюється орендна платня?
7. Навести усю різноманітні види лізингу.
8. У яких випадках застосовується проектне фінансування.
9. Як здійснюється процес ліцензування.

10. Навести основні види угод у торгівлі.

III. Контрольні питання

1. Які бувають угоди?
2. З чого складаються пайові внески?
3. У чому суть виробничої кооперації?
4. Розкрити суть лізингу.
5. Які основні поняття властиві процесу франчайзінг?
6. Що уявляє собою бартер?
7. Які бувають зустрічні поставки?
8. Розкрити суть поняття експорт та імпорт.
9. Хто або що виступає у ролі фактор-фірми у факторингу.
10. Які бувають трансферти.

Заняття 5

Суб'єкти та об'єкти підприємницької діяльності

Методичні вказівки

Після вивчення цієї теми студент повинен чітко розуміти різницю між суб'єктами та об'єктами підприємницької діяльності. Як відомо, суб'єкти підприємництва - це підприємці, наймані працівники, держава (або усі хто безпосередньо здійснює або контролює процес підприємництва), а об'єкти - товар, підприємницькі ідеї (або усе, на що спрямовується підприємницька діяльність).

Мета заняття

1. Закріпити та поглибити теоретичні знання.
2. Більш детально звернути увагу на об'єкти підприємницької діяльності і, насамперед, на розробку підприємницьких ідей.
3. Набути навичок по розробці ідеї по створенню нового або удосконаленню наявного товару на ринці.

I. Основні терміни

Підприємець
Підприємницька активність
Найманий працівник
Оплата праці
Споживач
Держава
Товар
Ціна товару

Ринкова ціна
Витрати виробництва
Підприємницькі ідеї
Інноваційна ідея
Інформаційне забезпечення
Ринок як джерело інформації
Ефективність партнерських зв'язків
Життєвий цикл товару

II. Питання до розгляду

1. Чи правомірно рахувати, що підприємець - головна фігура підприємницького процесу?
2. Чому існує декілька суб'єктів підприємництва?
3. Яку роль грає держава як суб'єкт підприємництва?
4. Як здійснюється вовлікання найманого робітника у виробничий процес?
5. Обміркувати різні ситуації у впливі держави на розвиток підприємницької діяльності.
6. Товар як об'єкт підприємницької діяльності.
7. Які можуть бути види ринкових цін?
8. Перелічіть фактори, що впливають на рівень цін на ринці.
9. Чи справедливе твердження, що підприємницькі ідеї - основа здійснення підприємницької діяльності.
10. Якими шляхами реалізуються підприємницькі ідеї?

III. Практичне застосування різних методів розробки підприємницьких ідей

Перед обміркуванням різних методів розробки підприємницьких ідей треба повторити найбільш розповсюджені: метод цільового обміркування, "мозкова атака", метод питань, розробка матриці удосконалення товару.

Навчальна група поділяється на 4 підгрупи-команди. Перша команда розробляє ідею про виробництво будь-якого продукту, наприклад клею, макаронних виробів, меблів методом цільового обміркування, для цього призначається один ведучий наради. 2-3 студентам з цієї команди дається завдання по відводу наради у бік від ідеї, що обмірковується, 1-2 студентам (експертам) дається завдання по оцінюванню дій ведучого - чи зумів він організувати нараду, чи визначити конкретні мети та завдання, зумів чи ведучий тактовно припинити розмови "не за темою" й підбити підсумки.

Друга команда розробляє ідею по розробці виробництва будь-якого продукту методом "мозкової атаки". Для цього також необхідно призначити ведучого, 2-3 студентам роздаються картки з завданнями проголосити неймовірні ідеї, відвести нараду у бік та 1-2 експерти повинні дати оцінку дій ведучого, звернувши увагу на те, чи зумів ведучий створити умови

зацікавленості учасників наради, як він відносився до фантастичних ідей та як він припинив обговорення.

Третя команда застосовує метод питань для розробки своєї ідеї. Для цього треба мати перелік питань й група розробляє колективну відповідь на ці питання та таким чином опрацьовується ідея про удосконалення наявного та розробці нового товару.

Окрім експертів у командах і другі команди дають оцінку дій ведучих.

Можливо також таким чином дати завдання по розробці питань для інвентаризації "слабких місць" і розробці та заповненню матриці удосконалення товару.

IV. Контрольні питання

1. Як здійснюється організація підприємницького процесу?
2. У чому вплив умов господарювання на підприємницьку діяльність?
3. Коли співпадають інтереси підприємця та найманого працівника?
4. Значення споживача у підприємницькій діяльності?
5. Функції держави як прискорювача підприємницької діяльності?
6. Властивості товару, що це?
7. У чому полягає взаємозв'язок ціни товару та витрат виробництва?
8. Навести основні напрями інноваційної діяльності підприємця.
9. Якими загальними засобами впливає підприємець на споживача?
10. Основні методи розробки підприємницьких ідей?

Заняття 6

Формування підприємницького капіталу. Фінансове забезпечення підприємництва

Методичні вказівки

Засвоївши цю тему, студент закріплює теоретичні знання по визначенню потреб у грошових ресурсах на стадії створення та становлення підприємства, різних джерел їх формування, визначення прибутку як результуючого показника у різних організаційних формах підприємництва. Студенти повинні з'ясувати важливість складання бізнес-плану для успішного підприємництва та обґрунтування потреб у фінансових ресурсах.

Мета завдання

1. Закріплення теоретичних знань, категорій та методики визначення потреб у грошових ресурсах на стадії становлення підприємництва.
2. Важлива мета заняття - закріплення знань по формуванню різних груп витрат виробництва, способів переходу від витрат на увесь обсяг виробництва до калькулювання собівартості.

3. Студентам треба з'ясувати важливість бізнес-плану для успішного підприємництва та навчитися розробляти загальні розділи бізнес-плану, не дивлячись на різницю між розділами бізнес-плану у різних сферах діяльності.
4. Набути практичні навички складання бізнес-плану.

I. Основні терміни

Капітал
Підприємницький капітал
Ефективність капіталу
Джерела капіталу
Первісний капітал
Основний капітал
Обіговий капітал
План інвестицій
Бізнес-план
Калькуляція витрат
Фінансова звітність
Балансовий звіт
Бюджетний контроль
Аналіз фінансових показників
Маркетинговий план
Фінансовий план

II. Питання до розгляду

1. Перелічіть основні фактори виробництва
2. Назвіть складові елементи підприємницького капіталу.
3. Як визначається співвідношення основного та обігового капіталу?
4. Визначення розміру первісного капіталу.
5. Які існують джерела формування підприємницького капіталу.

III. Ділова гра "Розробка бізнес-плану"

Група поділяється на команди, що попередньо отримують завдання й вдома готують свій варіант бізнес-плану. На занятті кожна команда винесе на обговорення свій варіант бізнес-плану. Журі, у склад якого, окрім викладача, входять представники кожної команди, оцінює кожний документ

Загальна інформація про проведення ділової гри у додатку 6.

IV. Контрольні питання

1. Суть поняття капітал.
2. Що таке первісний капітал?

3. Чи може бути джерелом первісного капіталу фінансові результати попередньої діяльності?
4. Яким чином здійснюється розрахунок потреб у первісному капіталі?
5. Для чого визначається співвідношення витрат та доходів?
6. Для чого існує необхідність бізнес-плану?
7. Наведіть механізм складання бізнес-плану.
8. З яких розділів складається бізнес-план?
9. Хто з працівників фірми може бути задіяний у складанні бізнес-плану?
10. Як виявляється ефект від складання бізнес-плану?

Заняття 7

Підприємницький маркетинг та менеджмент

Методичні вказівки

Після вивчення цієї теми студент повинен закріпити свої знання по маркетингу та менеджменту і практичні навички їх різнохарактерного використання в залежності від конкретних умов, конкретного товару.

Студент повинен пам'ятати, що, не дивлячись на те, що вважається, що проведення маркетингових досліджень підприємцями України не потрібне, але практика говорить про те що банкрутують саме ті підприємці, які проігнорували потребу таких досліджень. Тому знання по маркетингу є необхідною умовою живучості підприємства.

Якщо підприємець не зумів організувати та керувати своїм підприємством, то навіть сама хороша ідея буде не реалізованою. Саме тому оволодіння секретами управління є умовою успішної діяльності по реалізації будь-якої комерційної ідеї. Підприємцю треба чітко розуміти з чого треба починати, як управляючому, які застосовувати методи управління. Вивчивши цю тему студенти також звернуть увагу на основні питання курсу менеджменту.

Мета заняття

1. Закріпити теоретичні знання важливих понять із курсу маркетингу та менеджменту.
2. Практичне закріплення навичок різнохарактерного використання маркетингу та менеджменту в залежності від напрямів підприємницької діяльності.
3. Проведення тестування студентів з метою вияву рівня знань із теми заняття.

I. Основні терміни

Маркетинг

Підприємницький маркетинг

Маркетинг у підприємницькій діяльності
Маркетингові концепції
Сегментування ринку
Менеджмент
Підприємницький менеджмент
Менеджмент у підприємницькій діяльності
Менеджер
Функції менеджера

II. Питання до розгляду

1. Розкрити специфіку поняття "маркетинг" у підприємницькій діяльності.
2. Розглянути маркетинг як тип організації виробництва та тип господарювання.
3. У чому полягає концепція маркетингу у підприємницькій діяльності?
4. Навести схему дій підприємця в умовах ринку.
5. Навести дві загальні концепції маркетингу.
6. Розкрити роль менеджера в підприємстві.
7. У чому полягають функції менеджера?
8. Розкрити основні завдання менеджера.

III. Тестування студентів

За допомогою тесту "Маркетинг у підприємстві" (див. додаток 7) студентам та викладачу надається можливість визначити рівень засвоєння матеріалу по темі заняття. Кожен студент отримує тест, відповідає на питання, а потім викладач визначає оцінку з тестування.

III. Контрольні питання

1. З яких точок зору розглядається поняття "маркетинг"?
2. Яка роль менеджменту у підприємницькій діяльності?
3. У чому полягає роль менеджера у підприємстві?
4. З яких складових визначається діяльність менеджера з організації виробництва?
5. Як здійснює менеджер керівництво маркетингом?
6. Чи підтримує менеджер зв'язок з партнерами по бізнесу?
7. У чому полягає система партнерських зв'язків?
8. Як менеджер керує партнерськими зв'язками?
9. Розкрити суть поняття фінансовий менеджмент?
10. Розкрити суть поняття технологічний менеджмент?

Заняття 8

Підприємницька угода та договір

Методичні вказівки

Після вивчення матеріалу студенти повинні засвоїти основні теоретичні поняття про підприємницькі угоди та договори. Окрема увагу треба приділити укладанню різних видів договорів, а також підготовці до укладання договору.

Мета заняття

1. Розглянути основні теоретичні поняття за темою заняття.
2. Засвоїти теоретичні знання з практики укладання угод та укладання договорів.
3. Розглянути процедуру укладання договору, умови поставок, складові частини договору та базові умови поставок.

I. Основні терміни

Угода
Підприємницька угода
Результативність угоди
Договір
Підприємницький договір
Договірне право
Засновчий договір
Підприємницький договір
Господарчий договір
Умови поставки
Ціни сіф, фоб, каф, фас
Оферта

II. Питання до розгляду

1. Розкрити суть поняття угода.
2. Скільки сторін можуть укласти угоду?
3. У чому полягає різниця між угодою та передачею товару (майна)?
4. Яку угоду називають вигідною та навпаки?
5. Комерційна результативність угоди.
6. Розкрити суть поняття "договірне право".
7. Яких різновидів бувають договори?
8. Розкрити суть оферти.
9. Перелічити особливості імпресарського контракту.
10. Загальні умови договору.

III.Контрольні питання

1. Які існують форми партнерських зв'язків?
2. Перелічити різновиди підприємницьких договорів.
3. Як визначають результативність угоди?
4. Що таке підприємницький договір?
5. Що відображається у загальній частині договору?
6. З яких частин складається договір?
7. Перелічити Загальні умови договору.
8. У чому полягає різниця між твердою та вільною офертою?
9. Назвати основні типи договорів.
10. Як визначаються ціни у договорі?

Заняття 9

Заснування та реєстрація підприємства

Методичні вказівки

В результаті вивчення цієї теми студент повинен засвоїти зміст засновчих документів, засвоїти порядок реєстрації нового підприємства в усіх державних установах у відповідності до діючого законодавства, уміти самостійно сформулювати увесь пакет документів, необхідний для створення підприємства.

Але підприємницькою діяльністю можливо займатися і у рамках діючого підприємства. Тому студенти повинні знати і особливості дій під час придбання підприємства, фактори, що націлені на поширення діючого підприємства, а також суть та особливості злиття та поглинання.

Мета заняття

1. Розглянути загальні етапи створення підприємства в Україні.
2. На прикладі конкретної ситуації описання реально діючого та збанкрутілого малого підприємства дати аналіз помилок, зроблених підприємцем, переконатися у тому, що людина, що вирішила створити власне діло повинна не тільки його юридично оформити, та й вміти управляти їм, знати технологію виробництва, обладнання, визначити потрібні ресурси, знайти постачальників, організувати процес виробництва та збуту продукції, правильно визначити цінову політику.

I. Розглянути загальні етапи створення підприємства:

- 1 етап - рішення про відкриття малого підприємства;
- 2 етап - збори засновників;
- 3 етап - підготовка засновницьких документів;
- 4 етап - підготовча робота;
- 5 етап - підготовка додаткових документів, як що необхідно;

- 6 етап - нотаріальне підтвердження документів;
- 7 етап - банківські процедури;
- 8 етап - реєстраційні установи райвиконкому;
- 9 етап - реєстрація;
- 10 етап - податкова інспекція;
- 11 етап - реєстрація у фондах;
- 12 етап - відкриття рахунку у банку;
- 13 етап - РОВС;
- 14 етап - виготовлення печаток та штампів;
- 15 етап - ліцензування;
- 16 етап - початок праці.

II. Ситуація "Створення та крах малого підприємства"

Група поділяється на дві команди, кожна знайомиться з виробничою ситуацією й готує відповіді на питання. Потім відбувається обміркування результатів.

Описання ситуації та питання наведені у додатку 8.

Розглянути відповіді на наведені питання та проаналізувати помилки підприємців у наведеній ситуації.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ ТА ТЕМАТИКА РЕФЕРАТІВ

1. Особливості виробництва у різних сферах економіки.
2. Господарчий механізм виробництва.
3. Суть підприємництва. Історія розвитку теорії підприємництва.
4. Основні прикмети підприємницької діяльності.
5. Ринковий механізм а підприємництва: взаємодія та взаємообумовленість.
6. Суб'єкти та об'єкти підприємницької діяльності.
7. Основні якості особи підприємця.
8. Основні функції бізнесу й взаємозв'язок між ними (модель бізнесу).
9. Мікро- та макроекономічне середовище підприємництва. Взаємодія бізнесу і середовища.
10. Основні організаційні форми бізнесу.
11. Індивідуальне підприємництво: цілі, відповідальність, юридичні вимоги до організації, недоліки та переваги.
12. Особливості організації партнерських підприємств.
13. Акціонерні компанії: класифікація, види обмежень відповідальності акціонерів.
14. Засоби досягнення зростання у підприємницькій діяльності.
15. Аналіз можливостей, ресурсів та ризиків у бізнесі.
16. Мета та завдання підприємництва. Спонукальні причини створення комерційних підприємств. Роль прибутку. Завдання акціонера та менеджера.
17. Суть стратегічного планування.

18. Менеджмент: генеральний та на рівні підрозділу. Функції менеджменту.
19. Поняття "організація", етапи створення організації, методи розподілення обов'язків між підрозділами.
20. Типи організаційних структур. Принципи створення організації.
21. Джерела фінансових коштів. Акції, облігації. Ринок цінних паперів.
22. Вплив маркетингу на бізнес. Функції маркетингу.
23. Рішення, що приймаються у межах товарної політики. Товарна стратегія.
24. Стадії розробки нових товарів. Значення маркування товарів.
25. Життєвий цикл товару; характеристика загальних етапів життєвого циклу товару.
26. Значення ціноутворення у бізнесі. Різновиди цінової політики.
27. Виробництво. Типи виробничих систем. Управління процесом виробництва. Контроль якості.
28. Фінансове планування і звітність.
29. Підприємницький ризик.
30. Юридичні аспекти підприємництва. Економічний захист підприємця.

ЗАВДАННЯ ДО КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

У відповідності до плану студенти заочної та прискореної форми навчання виконують контрольну роботу з курсу "Основи підприємництва".

Метою контрольної роботи є поглиблене вивчення теоретичних основ підприємницької діяльності, окремих її видів, напрямів, складових елементів, а також надбання практичних навичок створення власного підприємства та здійснення діяльності.

При написанні контрольної роботи необхідно теоретичні положення та інформацію, запозичену з навчальної і наукової літератури, обов'язково ілюструвати статистичними даними, проблемами здійснення відповідної діяльності. Доцільно використовувати статистичну інформацію про розвиток підприємницької діяльності, наводити практику діяльності окремих приватних підприємств за місцем проживання студента.

Контрольна робота повинна містити аргументований виклад питань, що відповідають окремому варіанту. Варіант контрольної роботи обирається за порядковим номером студента у журналі студентської групи. Виклад матеріалу здійснюється за планом і кожне питання плану виділяється за текстом. При написанні роботи необхідно робити посилання на використання джерела, що подаються у кінці роботи.

Питання контрольної роботи

Варіант	Питання
1	1. Підприємництво - ключова сила економічного розвитку. 2. Індивідуальне підприємництво. Недоліки та переваги приватного підприємства. 3. Різноманітність угод у торгівлі. 4. Джерела капіталу. Первісний капітал.
2	1. Коротка історія розвитку теорії підприємництва. 2. Колективне підприємництво, його види. 3. Форми співпраці у сфері товарообміну. 4. Джерела фінансових коштів.
3	1. Ознаки підприємництва, та його функції. 2. Господарчі товариства: повні товариства та командитні товариства, товариство з обмеженою відповідальністю. 3. Форми співпраці у фінансовій сфері. 4. Фінансова звітність. Бюджетний контроль. Аналіз фінансових показників.
4	1. Особа підприємця. Основні риси вдачі підприємця. 2. Акціонерні товариства. 3. Організація підприємницького процесу. 4. Необхідність складання бізнес-плану для реалізації підприємницької ідеї.
5	1. Наявність ризику у підприємницькій діяльності. Поняття страхування. 2. Корпорація. Види корпорацій. 3. Визначення поняття підприємець, як засновника підприємницького процесу. 4. Механізм складання бізнес-плану. Основні шість розділів бізнес-плану.
6	1. Поняття арбітражування. Арбітражування на різних видах ринків. 2. Об'єднання підприємців. Різноманітність об'єднань. 3. Підприємницька активність. 4. Підприємницький маркетинг.
7	1. Предмет, задачі, основна мета курсу "Основи підприємництва". 2. Змішані специфічні форми підприємництва. 3. Найманий працівник - учасник підприємницької діяльності. 4. Схема дій підприємця в умовах ринку.
8	1. Види підприємництва. 2. Суть холдингової компанії. Особливості заснування та діяльності холдингу. 3. Система оплати праці. 4. Дві маркетингові концепції: "ринок продавця" та "ринок споживача".
9	1. Підприємництво у виробництві. 2. Специфіка офшорних компаній. Трастові компанії - товариства на довірі. 3. Значення споживача у підприємницькій діяльності. 4. Менеджмент у підприємницькій діяльності.
10	1. Умови ведення виробничого підприємництва. 2. Суть поняття партнерство. 3. Взаємовідносини підприємця та споживача. 4. Роль менеджера у підприємстві.
11	1. Підприємництво у посередництві. 2. Партнерські зв'язки. Різноманітність партнерських зв'язків. 3. Держава - суб'єкт бізнесу та підприємницької діяльності. 4. Підприємницька угода.

12	1. Інститут посередництва. Посередники. Ефективність посередництва. 2. Чотири сфери підприємницької діяльності. 3. Товар як об'єкт підприємницької діяльності. 4. Комерційна результативність угоди.
13	1. Найбільш розповсюджені форми посередництва. 2. Форми співпраці у виробничій сфері. 3. Ціна товару. Види ринкових цін. 4. Підприємницький договір.
14	1. Фінансове підприємництво. 2. Визначення поняття спільне підприємництво. 3. Матеріалоемність товару. 4. Договірне право.
15	1. Інвестиційні компанії та фонди. Різновиди інвестиційних компаній та фондів. 2. Специфічний характер виробничої кооперації. 3. Працєємкість товару. 4. Складові частини договору.
16	1. Особливості фінансово-кредитного підприємництва. Банківська система: державний та комерційні банки. 2. Значення поняття лізинг. 3. Вартість основних засобів виробництва на одиницю продукції. 4. Основні типи договорів.
17	1. Аудит - специфічна сфера підприємницької діяльності. 2. Франчайзінг - розповсюджена форма партнерства. 3. Підприємницькі ідеї. 4. Оферта як форма укладання договору. Поняття твердої та вільної оферти.
18	1. Основні форми організації підприємницької діяльності 2. Суть проектного фінансування. Випадки проектного фінансування. 3. Основні напрями інноваційної діяльності підприємця. Інноваційна ідея. 4. Формулювання умов договору. Загальні умови договору.
19	1. Характерні риси загальних форм організації підприємництва. Основні недоліки та переваги наведених форм організації. 2. Ліцензування. Основні суб'єкти процесу ліцензування. 3. Капітал та підприємницький капітал. 4. Складові частини договору.
20	1. Правова форма підприємства. Підприємницьке право. 2. Форми співпраці у торгівлі. 3. Підприємницький капітал, його складові елементи. 4. Основні типи договорів.

ПИТАННЯ ДО ЗАЛІКУ

1. Підприємництво - ключова сила економічного розвитку.
2. Коротка історія розвитку теорії підприємництва.
3. Ознаки підприємництва, та його функції.
4. Особа підприємця. Основні риси вдачі підприємця.
5. Наявність ризику у підприємницькій діяльності. Поняття страхування.
6. Поняття арбітражування. Арбітражування на різних видах ринків.
7. Предмет, задачі, основна мета курсу "Основи підприємництва".
8. Види підприємництва.
9. Підприємництво у виробництві.

10. Умови ведення виробничого підприємництва.
11. Підприємництво у посередництві.
12. Інститут посередництва. Посередники. Ефективність посередництва.
13. Найбільш розповсюджені форми посередництва.
14. Фінансове підприємництво.
15. Інвестиційні компанії та фонди. Різновиди інвестиційних компаній та фондів.
16. Особливості фінансово-кредитного підприємництва. Банківська система: державний та комерційні банки.
17. Аудит - специфічна сфера підприємницької діяльності.
18. Основні форми організації підприємницької діяльності
19. Характерні риси загальних форм організації підприємництва. Основні недоліки та переваги наведених форм організації.
20. Правова форма підприємства. Підприємницьке право.
21. Індивідуальне підприємництво. Недоліки та переваги приватного підприємства.
22. Колективне підприємництво, його види.
23. Господарчі товариства: повні товариства та командитні товариства, товариство з обмеженою відповідальністю.
24. Акціонерні товариства.
25. Корпорація. Види корпорацій.
26. Об'єднання підприємців. Різноманітність об'єднань.
27. Змішані специфічні форми підприємництва.
28. Суть холдингової компанії. Особливості заснування та діяльності холдингу.
29. Специфіка офшорних компаній. Трастові компанії - товариства на довірі.
30. Суть поняття партнерство.
31. Партнерські зв'язки. Різноманітність партнерських зв'язків.
32. Чотири сфери підприємницької діяльності.
33. Форми співпраці у виробничій сфері.
34. Визначення поняття спільне підприємництво.
35. Специфічний характер виробничої кооперації.
36. Значення поняття лізинг.
37. Франчайзінг - розповсюджена форма партнерства.
38. Суть проектного фінансування. Випадки проектного фінансування.
39. Ліцензування. Основні суб'єкти процесу ліцензування.
40. Форми співпраці у торгівлі.
41. Різноманітність угод у торгівлі.
42. Форми співпраці у сфері товарообміну.
43. Форми співпраці у фінансовій сфері.
44. Організація підприємницького процесу.
45. Визначення поняття підприємець, як засновника підприємницького процесу.
46. Підприємницька активність.
47. Найманий працівник - учасник підприємницької діяльності.
48. Система оплати праці.
49. Значення споживача у підприємницькій діяльності.

50. Взаємовідносини підприємця та споживача.
51. Держава - суб'єкт бізнесу та підприємницької діяльності.
52. Товар як об'єкт підприємницької діяльності.
53. Ціна товару. Види ринкових цін.
54. Матеріалоемність товару.
55. Працеемкість товару.
56. Вартість основних засобів виробництва на одиницю продукції.
57. Підприємницькі ідеї.
58. Основні напрями інноваційної діяльності підприємця. Інноваційна ідея.
59. Капітал та підприємницький капітал.
60. Підприємницький капітал, його складові елементи.
61. Джерела капіталу. Первісний капітал.
62. Джерела фінансових коштів.
63. Фінансова звітність. Бюджетний контроль. Аналіз фінансових показників.
64. Необхідність складання бізнес-плану для реалізації підприємницької ідеї.
65. Механізм складання бізнес-плану. Основні шість розділів бізнес-плану.
66. Підприємницький маркетинг.
67. Схема дій підприємця в умовах ринку.
68. Дві маркетингові концепції: "ринок продавця" та "ринок споживача".
69. Менеджмент у підприємницькій діяльності.
70. Роль менеджера у підприємстві.
71. Підприємницька угода.
72. Комерційна результативність угоди.
73. Підприємницький договір.
74. Договірне право.
75. Складові частини договору.
76. Основні типи договорів.
77. Оферта як форма укладання договору. Поняття твердої та вільної оферти.
78. Формулювання умов договору. Загальні умови договору.
79. Заснування та реєстрація підприємства.
80. Характеристика загальних етапів створення підприємства.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Агеев А. И. Предпринимательство: проблемы собственности и культуры. - М.: Наука, 1991.
2. Бусыгин А.В. Предпринимательство. Основной курс: Учебник для вузов. - М.: ИНФРА-М, 1997.
3. Вонпер Г. Что и как нужно делать, чтобы стать предпринимателем. - М.: Экономика, 1991.
4. Долан Э. Дж., Линдсей Д. Рынок: микроэкономическая модель/ Пер. с англ. В. Лукашевича и др. Под общ. ред. Б. Лисовика и В. Лукашевича. - С.-Пб., 1992
5. Жизнин С., Крупнов В. Как стать бизнесменом. - Минск: Предприниматель, 1990.
6. Зигель Э., Шульц Л., Форд Б., Карни Д. Пособие Эрнст энд Янг по составлению бизнес-плана. - М.: Прогресс, 1995.
7. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ./ Общ. ред и вступ. ст. Е.М. Пеньковой. - М.: Прогресс, 1990.
8. Круглов М.И. Стратегическое управление компанией. Учебник для вузов. - М.: Русская Деловая Литература, 1998.
9. Кретов С.И. предпринимательство: сущность, директивы и перспективы. - М.: Знание, 1992.
10. Макконнел К.Р., Брю С.А. Экономика: Принципы, проблемы и политика. В 2 т.: Пер. с англ. Т.1. - Баку: "Азербайджан", 1992.
11. Основы предпринимательского дела. Благородный бизнес / Под рук. и ред. Ю.М. Осипова. - М.: Ассоциация "Гуманитарное знание", 1992.
12. Райзберг Б.А. Рыночная экономика: Учебное пособие. - М., ТОО "Редакция журнала "Деловая жизнь", 1995.
13. Романов А.Н., Лукасевич И.Я. Оценка коммерческой деятельности предпринимательства: опыт зарубежных корпораций. - М.: Финансы и статистика, 1993.
14. Самоукин А.И., Шишов А.Л. Теория и практика бизнеса. - М.: Русская Деловая Литература, 1997.
15. Смирнов А.Л., Юрий С.И. Совместное предпринимательство. Банковские и финансовые вопросы. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1992.
16. Татеиси К. Вечный дух предпринимательства. Практическая философия предпринимательства. - М.: Московский бизнес, 1990.
17. Шумпетер Й. Теория экономического развития. - М.: Прогресс, 1982.
18. Форд Г. Моя жизнь. Мои достижения. - М.: Финансы и статистика, 1989.
19. Хизриг Р., Майкл П. Предпринимательство, или как вести собственное дело и добиться успеха. Пер. с англ./ Общ. ред. В.С. Загаши. - М.: Фирма "Прогресс-универс": Прогресс, 1992.
20. Хоскинг А. Курс предпринимательства. - М.: Международные отношения, 1993.

21. Экономика предприятия: Учебник для вузов/ В.Я. Горфинкель, Е.М. Купряков, В.П. Прасолова и др.; Под ред. проф. В.Я. Горфинкеля, проф. Е.М. Купрякова. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1996.

22. Экономикс: Англо-русский словарь-справочник/ Э. Дж. Долан, Б.И. Домненко. - М.: Лазурь, 1994.

23. Закон Украины "О предприятиях в Украине" от 27 марта 1993 г. №887 (с последующими изменениями и дополнениями).

24. Закон Украины "О хозяйственных обществах" от 19 сентября 1991 г. № 1576 (с последующими дополнениями и изменениями).

25. Указ Президента Украины "О холдинговых компаниях, создаваемых в процессе корпоратизации и приватизации" от 11 мая 1994 г. № 197.

Тест "Самооцінка"

Уважно читаючи тест опитного листу наважтесь об'єктивно оцінити ступень свого погодження з кожним пунктом по одинадцятибальній системі (0, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10). Нуль показує повне непогодження, 10 - навпаки, інші значення між 0 і 10. Результати оцінок занесіть у відповідні клітинки реєстраційного бланку.

Опитний лист

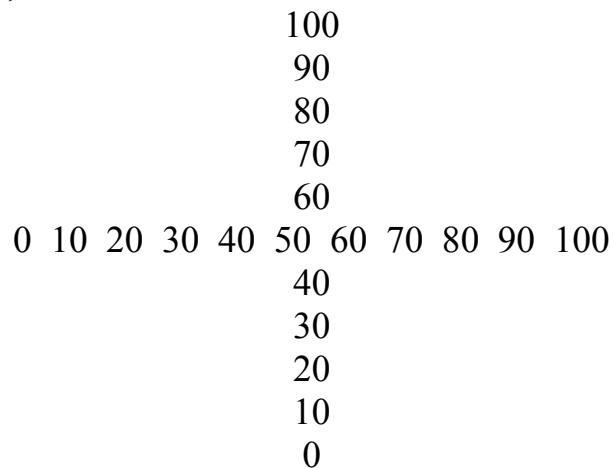
1. Те, що люди вважають моєю вдачею, насправді є результатом моїх власних зусиль.
2. В тяжких обставинах я вважаю, що треба почекати поки все вирішиться саме собою.
3. Я не можу підтримувати дружні відносини з тим, кого не можу терпіти.
4. Те, що люди вважають судбобою, нічого не значить для мене, я сам собі визначаю шлях.
5. Здійснення моїх намірів залежить від того, пощастить мені або не пощастить.
6. У вузькому колі я дозволяю собі говорити про інтимні (особисті) боки життя знайомих людей.
7. Віддаю перевагу діям, а не очікуванню розпоряджень, сприятливих обставин, допомоги.
8. Не бачу можливим планувати далеко уперед, тому що багато залежить від того, як складуться обставини.
9. Усіх правил, які я проголошую для інших, я додержуюсь.
10. Я відчуваю, що від мене особисто більш, ніж від інших, рівних мені по рангу людей, залежить виконання багатьох завдань.
11. Я вірю у вдачу.
12. У своїй праці я використовую метод превентивного (застережного) послаблення обмежень.
13. Я надаю перевагу мати у якості своїх керівників таких, які дозволяють самостійно визначати, як виконувати роботу.
14. Підвищення службового або матеріального положення більш залежить від вдалого складання обставин, ніж від зусиль самої людини.
15. Я сприймаю критичні зауваження у свою адресу з радістю.
16. Я поводжу себе однаково з людьми і без людей.

Реєстраційний бланк

							СО	КР
Р	1	4	7	10	13			
О	2	5	8	11	14			
Д	3	6	9	12	15	16		

CO(P) = 1, 4, 7, 10, 13
 CO(O) = 1, 5, 8, 11, 14
 CO(D) = 3, 6, 9, 12, 15, 16

KP(P) = CO(P) · 2
 KP(O) = CO(O) · 2
 KP(D) = 150 - CO(D) · 2



Обробку даних самооцінки проведіть по формулам, розташованим унизу реєстраційного бланку. Результати нанесіть на коло таким чином:

- кінцеві результати (KP) за шкалою P ("ризик") откладіть на горизонтальній шкалі кола;
- кінцеві результати по шкалі O ("обачливість") откладіть по вертикальній шкалі кола;
- проведіть перпендикуляри точка їх перехрещення і буде ваша координата. Можливо, що координати можуть бути розташовані у будь-якому з чотирьох секторів, в центрі кола або на будь-якій з ліній.

А тепер невелике роз'яснення: як що ваша координата розташована у правому нижньому секторі, то у вашому розумінні поведінки присутні елементи, які на побутовій мові називають авантюрними. Наукове тлумачення - здатність приймати рішення і діяти при дефіциті інформації та ресурсів. Причому ця здатність тем більш виражена, чим віддаленіш від центру кола розташовується ваша точка.

Як що координата розташована у правому верхньому секторі, що означає, що ви раціоналіст - у нашій поведінці поєднується віра у свої сили з розуміння, що не усе залежить від вас, ваших зусиль та вашої наполегливості. Також, як і в першому випадку раціональні якості проявляються тим більше, чим віддаленіш від центру розташована ваша координата.

Розташування вашої точки у лівому верхньому секторі - свідчить про приналежність людини до групи фаталістів, тобто людей, більш віруючих у зовнішні сили (випадковості та сприятливі обставини), чим у свої власні можливості.

Розташування точки у лівому нижньому секторі, свідчить про інфантилізм людини: він не вірить ні у свої сили, ні у можливості інших обставин.

Подивимось на значення шкали Д ("довіра"). Кінцевий результат по цій шкалі свідчить про довіру, яку може заслужити людина у співвідношеннях з іншими. Зпіраючись на отримані результати, подальший аналіз проведіть самі.

Тест "Чи здатні Ви стати підприємцем? Перевірте себе!"

Наведений нижче перелік питань допоможе Вам оцінити себе як потенційного підприємця (обведіть вибрані відповіді на відповідні питання).

1. Ваш вік:
А) до 30 років?
В) 31-40;
С) 41-50;
Д) більш 50 років.
2. Ви:
А) жонаті;
В) не жонаті;
С) розведені.
3. Ви:
А) старша дитина;
В) середня дитина;
С) молодша дитина;
Д) єдина дитина.
4. Чи займалися ваші батьки приватним підприємництвом?
А) займалися обидва;
В) займався один із них;
С) не займалися.
5. Як ви можете охарактеризувати своє дитинство?
А) як проведене у великих злиднях;
В) сім'я була малозабезпеченою;
С) сім'я була достатньо забезпеченою;
Д) каталися як сир у маслі.
6. Яка у Вас освіта?
А) середньо-спеціальна;
В) вища;
С) ступень магістру;
Д) ступень кандидату наук.
7. Скільки місць роботи змінили:
А) 3 і більш;
В) 2;
С) 1;
Д) жодного.
8. Коли отримали свою першу роботу:
А) у віці до 15 років;
В) у віці від 15 до 18 років;
С) у віці від 18 до 21 року;
Д) у віці після 21 року.
9. Яка причина створення власного бізнесу:
А) я хочу заробити гроші;

- В) я хочу сам керувати своєю судьбою;
 С) мені боляче дивитися як хтось невміло керує власним бізнесом.
10. Яка фраза більш чітко описує ваше відношення до роботи?
 А) я змогу працювати стільки, скільки потрібно;
 В) я змогу працювати довгий час, але коли відчуваю, що це достатньо - я припиняю працю;
 С) тяжка праця не для мене.
11. Ви переважно:
 А) оптиміст;
 В) песиміст;
 С) не знаю.
12. Ви зштовхнулися з важкою проблемою. Яким принципом буде визначатися Ваша поведінка під час її вирішення;
 А) відмовлюся від її рішення;
 В) попрошу допомоги;
 С) буду вирішувати самостійно.
13. Ви граєте у карти з друзями. Більш усього у цій грі Вас цікавить:
 А) перемога;
 В) гарна гра;
 С) можливість гарно провести час.
14. Що ви міркуєте про можливу невдачу:
 А) страх перед невдачею паралізує мене;
 В) невдача - джерело набуття досвіду;
 С) можливість невдачі примушує мене працювати більш інтенсивно;
 Д) "повний уперед!"
15. Яка фраза більш точно визначає Вас:
 А) мене необхідно підбадьорювати;
 В) якщо мене допоможуть почати діло, я зможу його продовжити;
 С) я сам починаю і сам все закінчу.
16. Яке парі Ви укладете скоріш всього?
 А) ставка на іподромі;
 В) ставка у грі, у якій Ви приймаєте участь;
 С) я ніколи не заключаю парі.

Підрахування результатів

Питання	Варіанти відповідей			
	А	В	С	Д
1	2	3	4	5
1	8	10	2	10
2	10	3	2	
3	10	0	0	5
4	10	6	2	
5	2	10	4	0
6	4	10	8	4

1	2	3	4	5
7	10	8	2	0
8	10	8	4	0
9	4	8	10	
10	10	4	0	
11	10	0	4	
12	0	2	10	
13	10	8	0	
14	0	8	10	2
15	0	2	10	
16	2	10	0	

Загальний итог

135-155 - природжений підприємець

110-134 - неординарний підприємець

90-109 - потенційний підприємець

Цей тест дозволяє Вам поглянути на себе з боку, перед прийняттям рішення про відкриття власного бізнесу. При цьому треба пам'ятати, що великі бали, ще не вміння вести бізнес.

Виробнича ситуація "Зміна поведінки директора підприємства в залежності від форми власності"

Інформація для 1 команди.

Ви директор державного підприємства України.

1. Як Ви будите вирішувати проблему "що виробляти та скільки виробляти"?
2. Як Ви будите визначати споживачів Вашої продукції?
 - А) в умовах, коли Ваша продукція має попит;
 - Б) ви виробляєте продукцію виробничо-технічного призначення по індивідуальним замовленням;
3. Яким чином Ви будите вирішувати питання забезпечення виробництва необхідними матеріальними ресурсами?
 - А) основні Ваші постачальники знаходяться у ближньому зарубіжжі;
 - Б) постачальників можливо знайти в Україні, але їх потрібно шукати;
 - В) які ваші взаємовідносини з державні установи по забезпеченню матеріальними ресурсами.
4. Яким чином Ви будите вирішувати проблеми підвищення зарплати працівникам:
 - А) будете підсилювати контроль за нормами трудової дисципліни, орієнтуючи колектив на те, що заробітна платня повинна бути зароблена;
 - Б) розробляти та впроваджувати систему оплати праці, які забезпечували б зв'язування розміру зарплати та результатів праці;
 - В) як не організовувати, то й не заперечувати проти організації страйків;
 - Г) охарактеризуйте інтереси керівництва підприємства та робітників в умовах прихованого безробіття (відпусток без утримання, неповна робоча неділя та інше) при спробі державного контролю за фондом оплати праці;
5. Яким підходам до вирішення проблем виробничого потенціалу, обладнання, технології Ви надаєте перевагу:
 - А) приділяти постійну увагу придбання та засвоєнню нової техніки, технології, спрямовуючи значну частку у Фонд накопичення;
 - Б) прибуток спрямовувати переважно у Фонд споживання, посиляючись на гіперінфляцію та розрив між середнім заробітком та "споживчим кошиком";
 - В) потребувати від державних установ дотацій, централізованих капвкладень та іншого.
6. Якій політиці у галузі ціноутворення Ви надаєте перевагу:
 - А) підвищувати ціни до рівня світових цін (а інколи й вище), використовувати витратний механізм (чим більш витрат - тим вище ціна) - виходячи з монопольного положення вашого підприємства;

- Б) шукати шляхи зниження витрат для забезпечення зниження цін у відповідності з дією закону попиту та пропозиції;
В) у яких випадках ви будите вимагати державного регулювання цін?
7. Як Ви будите відноситися до проблем самостійності, відповідальності, централізації та децентралізації?
 8. Яке Ваше відношення до державних установ ?
 9. У чому зацікавлені працівники міністерств?
 10. Сформулювати мету, стратегію, тактику державного підприємства у сучасних умовах.

Інформація для 2 команди.

Ви - директор колишнього державного підприємства, що створило закрите акціонерне товариство.

У відповідності до уставу та положення акціонерного товариства Ви маєте 10 акцій (усього випущено 3000 акцій).

1. Яким чином Ви та Ваша команда буде вирішувати основні проблеми, не маючи контрольного пакету акцій?
2. Ви надаєте перевагу заходам що дають ефект у короткостроковому або довгостроковому періоді?
3. Як будете вирішувати проблему розподілення прибутку на Фонд споживання та Фонд накопичення?
4. Яке відношення у Вас до проблеми підвищення ефективності виробництва за рахунок наведення порядку у використанні матеріальних ресурсів, використанні обладнання, підвищення трудової дисципліни, зв'язування заробітку з кінцевими результатами?
5. У якій мірі Ви будете нести економічну відповідальність за результати роботи підприємства?
6. Чи стануть Ваші працівники ініціаторами нововведень?
7. Чи сформується у членів колективу почуття власника?
8. Сформулювати мету, стратегію, тактику закритого АТ в умовах, коли контрольний пакет акцій знаходиться у державних установ?

Інформація для 3 команди

Ви - директор колишнього державного підприємства, що створило закрите акціонерне товариство.

Не дивлячись на проведену роз'яснювальну роботу, іноді члени трудового колективу не схотіли стати акціонерами і Ви отримали можливість сконцентрувати у своїх руках контрольний пакет акцій (приблизно 50% акцій - ваші).

1. Яким чином Ви та Ваша команда будуть вирішувати основні проблеми маючи контрольний пакет акцій?

2. Ви надаєте перевагу заходам, що дають ефект у короткостроковому або довгостроковому періоді?
3. Як будити вирішувати проблему поділення прибутку на Фонд споживання та Фонд накопичення?
4. Яке відношення у Вас буде до проблеми підвищення ефективності виробництва за рахунок наведення порядку у використанні матеріальних ресурсів, використанні обладнання, підвищення трудової дисципліни, зв'язування заробітку з кінцевими результатами?
5. Чи будити шукати шляхи підвищення обсягів виробництва?
6. У якій мірі Ви будете нести економічну відповідальність за контроль роботи підприємства?
7. Чи будити Ви самі шукати та підтримувати ініціативу працівників у сфері нової техніки, технології та виробництва.
8. Якому стилю управління (адміністративний, демократичний, невтручання) Ви надаєте перевагу?

Інформація для 4 групи
Ви - підприємець.

1. Коли Ви розпочнете займатися виробничою діяльністю?
2. Як Ви будити вирішувати проблему "що виробляти та скільки виробляти"?
3. Як будити визначати споживачів Вашої продукції?
4. Яким чином Ви будити вирішувати питання забезпечення виробництва необхідними ресурсами?
5. Яким чином Ви будити вирішувати проблеми оплати праці працівників?
6. Які підходи до вирішення проблем виробничого потенціалу, обладнання, технології Ви будити використовувати?
7. Якій політиці у галузі ціноутворення Ви надаєте перевагу?

Тест "Вибір форми підприємництва"

1. Вибрати характерні риси партнерської форми підприємницької діяльності:
А) власником є одна особа;
Б) повна відповідальність кожного, свобода та оперативність дій;
В) уставний капітал поділений на пайові частини;
Г) високий рівень довіри до кожного.
2. Вибрати основні риси акціонерного товариства:
А) партнери несуть необмежену відповідальність по зобов'язанням підприємства;
Б) є юридичною особою;
В) майно товариства відокремлене від майна акціонерів;
Г) одноосібна власність;
Д) уставний капітал поділений на рівні частки.
3. Вибрати характерні риси одноосібної власності:
А) уставний капітал розподілений на пайові частини?
Б) власник є менеджером;
В) власником є одна особа;
Г) повна самотійність, незалежність та оперативність дій;
Д) розподілення відповідальності;
Е) особиста необмежена відповідальність за борги.
4. Виплати, які отримують власники акцій від прибутку корпорації, називають:
А) заробіток;
Б) рента;
В) дивіденти;
Г) проценти.
5. "Щоб відкрити нову фірму, я повинен використовувати значну частину заощаджень та отримати кредит у банку. Я несу відповідальність за усі борги. Але я сам буду власником і сам буду приймати рішення". Яке підприємство створить ця людина?
А) корпорацію;
Б) товариство з обмеженою відповідальністю;
В) приватну фірму;
Г) кооператив.
6. Власність на облігації компанії свідчить про те, що їх власник:
А) субсидується державою;
Б) купує акції на фондовій біржі;
В) є кредитором корпорації;
Г) є директором компанії.
7. Чи можна казати:
А) прості іменні акції;
Б) прості привільовані акції;

- В) привільовані акції на пред'явника.
8. Чи можна казати:
- А) привільовані іменні акції;
 - Б) привільовані акції на пред'явника;
 - В) привільовані прості акції.
9. Вибрати ознаки, що характеризують не привільовані акції:
- А) власник має право голосу;
 - Б) розмір дивідендів залежить від результатів діяльності;
 - В) розмір дивідендів встановлюється раніш;
 - Г) власник не має права брати участь у керівництві.
10. Вибрати ознаки, що характеризують привільовану іменну акцію:
- А) власник має право голосу;
 - Б) акція може вільно передаватися власником іншій особі;
 - В) розмір дивідендів встановлюється раніш;
 - Г) передача акції іншій особі потребує спеціального оформлення (реєстрація прізвища, ім'я, по-батькові нового власника).
11. Вибрати ознаки, що характеризують іменну просту акцію:
- А) власник має право голосу;
 - Б) розмір дивідендів встановлюється раніш;
 - В) акція може вільно передаватися іншому.
12. Вибрати ознаки, що характеризують іменну акцію:
- А) акція може бути вільно передана іншій особі;
 - Б) під час придбання акції фіксуються відомості про власника;
 - В) власник має право голосу.
13. Вибрати ознаки, що характеризують акції на пред'явника:
- А) акція може вільно передаватися іншій особі;
 - Б) під час придбання акції фіксуються відомості про власника;
 - В) дивіденди залежать від результатів діяльності фірми.
14. Вибрати ознаки, що характеризують просту акцію:
- А) власник має право голосу;
 - Б) розмір дивідендів встановлюється раніш;
 - В) розмір дивідендів залежить від результатів діяльності фірми;
 - Г) власник не може приймати участь в керівництві.
15. Вибрати пере ваги простої акції:
- А) право приймати участь в керівництві ;
 - Б) треба вести особливий облік обігу акцій;
 - В) можливість контролю за рухом акцій;
 - Г) гарантованість розміру дивідендів.
16. Вибрати недоліки простої акції:
- А) невизначеність отримання доходів;
 - Б) можливість контролю за рухом акцій;
 - В) не має право голосу.
17. Вибрати переваги привільованої акції:
- А) гарантованість доходу;
 - Б) першочерговість розрахунків з власником у випадку банкрутства;

- В) можливість контролю за рухом акцій.
18. Вибрати недоліки привілейованої акції:
- А) можливість контролю за рухом акцій;
 - Б) неможливість вплинути на результати діяльності фірми;
 - В) гарантованість доходу.
19. Вибрати недоліки іменної акції:
- А) можливість контролю за рухом акцій;
 - Б) додаткові витрати на реєстрацію руху акцій;
 - В) акція не може вільно передаватися іншій особі;
 - Г) незалежність у розпорядженні акціями;
20. Вибрати переваги іменної акції:
- А) можливість контролю за тим, хто та кілько придбає акцій корпорації;
 - Б) додаткові витрати на реєстрацію руху акцій;
 - В) неможливість вплинути на результати діяльності фірми.
21. Вибрати за рахунок чого відбувається збільшення засновчого капіталу АТ:
- А) збільшення номінальної вартості акцій;
 - Б) випуск нових акцій;
 - В) обмін облігацій на акції.

Тест "Організаційні проблеми підприємництва"

1. З нижчепереліченого вибрати переваги об'єднання:
 - А) розширення капіталу;
 - Б) отримання "менеджерського таланту" іншою компанією;
 - В) ускладнення організаційної структури;
 - Г) розвиток конкуренції;
 - Д) розширення ринків збуту.
2. З нижчепереліченого вибрати недоліки об'єднання:
 - А) обмеження ринків збуту;
 - Б) ускладнення керівництва;
 - Д) винищення конкуренції;
 - Е) можливе винищення відносин, що склалися між працівниками.
3. Чи можна ставити "=" між поняттями:
 - А) холдінг-компанія та картель;
 - Б) картель та вертикальне об'єднання;
 - В) картель та горизонтальне об'єднання;
 - Г) синдикат та холдинг-компанія;
 - Д) синдикат та вертикальне об'єднання;
 - Е) синдикат та вертикальне об'єднання в зворотному напрямі;
 - І) синдикат та вертикальне об'єднання в прямому напрямі.
4. Чи можна поставити "=" між поняттями:
 - А) консорціум та холдінг-компанія;
 - Б) консорціум та вертикальне об'єднання;
 - В) консорціум та горизонтальне об'єднання;
 - Г) концерн та холдінг-компанія;
 - Д) концерн та "материнська компанія".
5. З наведеного переліку вибрати фактори, що стимулюють розширення бізнесу:
 - А) фінансові обмеження;
 - Б) ефект масштабу;
 - В) обмежені розміри ринку;
 - Г) зниження довгострокових середніх витрат;
 - Д) підвищення економічної безпеки.
6. З наведеного переліку вибрати фактори, що припиняють зростання фірми:
 - А) підвищення економічної безпеки;
 - Б) фінансові обмеження;
 - В) амбіції підприємця;
 - Г) ефект масштабу;
 - Д) незначні амбіційні спрямування менеджерів;
 - Е) обмежені розміри ринку.
7. Суть франчайзінгу полягає:

А) фірма, що має високий імідж на ринці, передає не відомій споживачам фірмі право на діяльність по своїй технології і під своїм торгівельним знаком та отримує за це певний дохід;

Б) фірма проводить комплекс робіт по виконанню попередніх досліджень, підготовці техніко-економічного обґрунтування, комплекту проектних документів по організації виробництва іншою фірмою;

В) опрацьовується загальна політика ціноутворення.

8. Чи можливо поставити знак "=" між поняттями:

А) франчайза та картель;

Б) франчайза та об'єднання;

В) франчайза та синдикат;

Г) франчайза та вертикальна інтеграція;

Д) франчайза та консорціум;

Е) франчайза та концерн;

Ж) франчайзер та холдинг- компанія.

Ділова гра "Розробка бізнес-плану"

Ви вирішили створити мале підприємство з метою виготовлення друкованих дитячих ігор. Вам необхідно розробити бізнес-план.

Етапи виконання завдання.

1. Визначити для себе головну мету створення підприємства, заради чого ви створюєте "своє діло".

2. Ви зробили макет гри "Футбол" і визначили, що для її виготовлення необхідно:

- а) придбати папір;
- б) знайти поліграфічне підприємство, яке на вигідних умовах надрукує ігрове поле по багатоколірній технології;
- в) знайти постачальників целофанових пакетів (великих для ігрового поля та маленького для фішок та м'яча);
- г) знайти постачальників фішок та м'яча;
- д) придбати прилад для запаковування відкритого краю пакету після вкладання у нього ігрового поля.

3. З самого початку разом з вами було 2 людини. Один з них Ігор, був вашим кращим товаришем і ви з ним рисували макет та розробляли правила гри. Але він не мав ніякого первісного капіталу. З другим "компаньйоном" - Віктором ви познайомилися по справам бізнесу нещодавно. Для вас він має інтерес як людина, що має інформацію про постачальників. Тому він займався встановленням господарчих зв'язків з постачальниками. Вам необхідно визначити їх статут (співзасновник або найманий працівник).

4. Знайти інвестора, який би надав кредит, тоді ви маєте капітал необхідний тільки для реєстрації та відкриття МП.

5. Вам необхідно запросити бухгалтера, т. я. з вас трьох ніхто бухгалтерський облік не знає.

6. Ви вирішили, що для комплектування гри набрати працівників не доцільно, а комплектування виконаєте з допомогою родичів, кожен вдома поділивши партію на 3 частини.

7. Вам вдалося отримати кредит 5 тис. г.о. на 4 місяці, та 5 тис. г.о. на 3 місяці.

Контрольні запитання

1. Які проблеми ви випустили з погляду?
2. Розробить бізнес-план з врахуванням додаткової інформації.

Додаткова інформація

1. Чисельність населення м. Єнськ	237,6 тис.чол.
2. Структура населення:	
а) доросле	80%
б) діти (до 16 років)	20%
з них хлопчики від 5 до 12 років	15% від б)
3. Від кількості хлопчиків у віці 5-12 років	
20% у одній сім'ї, і покупають 1 гру	
4. Можливо, що лише 50% хлопчиків	
потенційні покупці, захочуть мати гру.	
5. Чиста вага паперу на 1 гру	20 грамів
Розкрійний коефіцієнт з рулону	1,5
Вартість 1 тони	400 г.о.
Посередницькі послуги (до вартості паперу)	10%
Транспортно-заготовчі витрати	15%
6. Фішек (комплект)	0,8 г.о.
Транспортні витрати	20%
7. Вартість одного пакету	0,05 г.о.
Транспортні витрати	40%
8. Послуги по виготовленню поля	
тираж до 10000	1,8 г.о.
тираж от 10000 до 20000	1,6 г.о.
9. Прилад для закатування краю пакету	460 г.о.
10.Заробіток працівників за 1 гру	0,75 г.о.
11.Місячний заробіток АУП (4 чоловіка: директор, 2 зама, гол. бухгалтер - 4·150)	600 г.о.
12.Витрати на підготовку та організацію виробництва	14214 дней
13.Командировочні витрати	
по забезпеченню	2000 г.о.
по збуту	6000 г.о.
14.Витрати по відкриттю підприємства	1400 г.о.
15.Процент по кредитам	80%
16.Процент гаранту (від суми кредиту)	10%
17.Оренда приміщення (у місяць)	1500 г.о.

Тест "Маркетинг у підприємстві"

1. Як класифікується товар в залежності від відношення покупців?
 - А) товар проміжного споживання, товар кінцевого споживання;
 - Б) стандартизований, диференцований, фірмовий товар;
 - В) традиційний товар, модифікація товару, товар ринкової новизни, піонерний товар;
 - Г) товар кожного денного попиту, попереднього вибору, особливого попиту, пасивного попиту;
 - Д) товарна номенклатура та асортимент.
2. Як класифікується товар в залежності від споживчих звичок?
 - А) товарна номенклатура та асортимент;
 - Б) стандартизований, диференційований, фірмовий товар;
 - В) товар кожного денного попиту, попереднього вибору, особливого та пасивного попиту;
 - Г) традиційний, модифікований товар, товар ринкової новизни, піонерний.
3. Як класифікується товар в залежності від рівня агрегування товарів:
 - А) товарна номенклатура та асортимент;
 - Б) стандартизований, диференційований, фірмовий товар;
 - В) товар кожного денного попиту, попереднього вибору, особливого та пасивного попиту;
 - Г) традиційний, модифікований товар, товар ринкової новизни, піонерний.
4. Як класифікується товар в залежності від сфери використання:
 - А) споживчі товари та товари виробничо-технічного призначення;
 - Б) товари проміжного та кінцевого споживання;
 - В) товар кожного денного попиту, попереднього вибору, особливого та пасивного попиту;
 - Г) традиційний, модифікований товар, товар ринкової новизни, піонерний.
5. За якою ознакою ви будите здійснювати сегментацію ринку по елементному меблю:
 - А) аматори;
 - Б) сім'ї з високим рівнем доходів;
 - В) молоді сім'ї;
 - Г) сім'ї з середнім рівнем доходів;
 - Д) кількість знов побудованих квартир, дач.
6. За якою ознакою ви будите здійснювати сегментацію ринку гарнітурів м'яких меблів з велюровим покриттям:
 - А) професіонали;
 - Б) аматори;
 - В) сім'ї з високим рівнем доходів;

- Г) молоді сім'ї;
- Д) сім'ї з середнім рівнем доходів;
- Е) кількість знов побудованих квартир, дач.

7. За якою ознаками ви будити здійснювати сегментація ринку шпалерного клею:

- А) питома вага дітей, що займається дитячим мистецтвом;
- Б) кількість збудованих квартир, дач;
- В) професіонали;
- Г) аматори;
- Д) аматори, що застосовують від випадку до випадку;
- Е) нові сім'ї;
- Ж) раніш збудовані приміщення, де буде ремонт.

8. За якою ознакою ви будити здійснювати сегментацію ринку силікатного клею:

- А) аматори;
- Б) сім'ї з високим рівнем доходів;
- В) молоді сім'ї;
- Г) професіонали;
- Д) сім'ї, що використовують натуральні, а не синтетичні речовини.

9. За якою ознакою ви будити здійснювати сегментацію ринку клеючого олівця для дитячого мистецтва:

- А) аматори;
- Б) сім'ї з високим рівнем доходів;
- В) молоді сім'ї;
- Г) діти дошкільного та молодшого шкільного віку;
- Д) професіонали.

10. Вкажіть правильну послідовність стадій життєвого циклу товарів:

- А) розробка товару, вихід на ринок, зрілість, зростання, насичення, занепад;
- Б) розробка товару, вихід на ринок, етап росту товару, зрілість його, насичення, занепад;
- В) розробка ідеї, вихід на ринок, насичення, зростання, зрілість, занепад;
- Г) вихід на ринок, розробка ідеї, зрілість, занепад;
- Д) вихід на ринок, розробка ідеї, зрілість, занепад, насичення, зростання;

11. Вкажіть, по якій формулі треба розраховувати ємність ринку:

- А) $E = НП + \epsilon - U - O$;
- Б) $E = O_n + НП + \epsilon + U + O_k$;
- В) $E = O_n + НП - \epsilon + U - O_k$;
- Г) $E = НП - \epsilon + U - O$.

12. Який тип маркетингу ви бути використовувати при негативному попиті:

- А) конверсійний;
- Б) стимулюючий;

- В) розвиваючий;
- Г) ремаркетинг;
- Д) синхромаркетинг;
- Е) підтримуючий;
- Ж) демаркетинг;
- З) протидіючий.

13. Ви вирішили зайнятися вирощуванням нутрії, вичинюванням смушок та виготовленням хутрових виробів. За якою ознакою ви будите сегментувати ринок СНД:

- А) географічному;
- Б) демографічному;
- В) рівню доходів;
- Г) психографічному.

14. Який тип маркетингу ви будите використовувати при ірраціональному попиті:

- А) конверсійний;
- Б) стимулюючий;
- В) розвиваючий;
- Г) ремаркетинг;
- Д) синхромаркетинг;
- Е) підтримуючий;
- Ж) демаркетинг;
- З) протидіючий.

15. Ви вирішили зайнятися вирощуванням нутрії, вичинюванням смушок та виготовленням хутрових виробів. За якою ознакою ви будите сегментувати ринок Донецької області:

- А) географічному;
- Б) демографічному;
- В) рівню доходів;
- Г) психографічному.

16. Ви вирішили виробляти меблі. До якого виду товару її відносять:

- А) товар особистого попиту;
- Б) товар кожного дня;
- В) товар попереднього вибору;
- Г) товар особистого попиту.

17. Назвіть який тип з перелічених попитів задовольняє виробника:

- А) повноцінний;
- Б) надмірний;
- В) нераціональний;
- Г) прихований;
- Д) нерегулярний.

18. Чи є сенс починати виробництво товару, по якому ємність ринку за попитом наближається або менше ємності ринку цього товару за пропозицією:

- А) так;
- Б) ні.

19. Який тип маркетингу ви будити використовувати за умов відсутності попиту:

- А) конверсійний;
- Б) стимулюючий;
- В) розвиваючий;
- Г) ремаркетинг;
- Д) синхромаркетинг;
- Е) підтримуючий;
- Ж) демаркетинг;
- З) протидіючий.

20. Який ринок відповідає положенню, коли попит переважає пропозицію:

- А) ринок покупця;
- Б) ринок цінних паперів;
- В) ринок продавця;
- Г) ринок товару;
- Д) ринок праці.

21. Який тип ринку відповідає положенню, коли пропозиція перевищує попит:

- А) ринок покупця;
- Б) ринок цінних паперів;
- В) ринок продавця;
- Г) ринок товару;
- Д) ринок праці.

22. Який ринок характерний для дефіцитної економіки:

- А) ринок покупця;
- Б) ринок цінних паперів;
- В) ринок продавця;
- Г) ринок товару;
- Д) ринок виробника.

23. Чи завжди виріб = товару:

- А) так;
- Б) тільки у дефіцитній економіці;
- В) ніколи;
- Г) при ринковій рівновазі.

24. Який тип маркетингу ви будити використовувати при попиті, що формується:

- А) конверсійний;
- Б) стимулюючий;
- В) розвиваючий;
- Г) ремаркетинг;
- Д) синхромаркетинг;
- Е) підтримуючий;
- Ж) демаркетинг;
- З) протидіючий.

25. Що розуміють під товаром:

- А) продукт розробки ідеї та виробництва;
 - Б) продукт, що не має попиту на ринці;
 - В) продукт, що має попит на ринці;
 - Г) продукт, що задовільняє нову потребу людини.
26. Який тип маркетингу ви будите застосовувати при повному попиті:
- А) конверсійний;
 - Б) стимулюючий;
 - В) розвиваючий;
 - Г) ремаркетинг;
 - Д) синхромаркетинг;
 - Е) підтримуючий;
 - Ж) демаркетинг;
 - З) протидіючий.
27. Що розуміють під виробом:
- А) продукт розробки ідеї та виробництва;
 - Б) продукт, що не має попиту на ринці;
 - В) продукт, що має попит на ринці;
28. У чому різниця між товаром та послугою:
- А) відсутня матеріальна форма;
 - Б) не є товаром;
 - В) нема різниці.
29. Якій ознаці сегментації ринку ви надаєте перевагу, як що ваша фірма виготовлює товари проміжного споживання (прокатні стани, коксові батареї, шахтне обладнання):
- А) демографічному;
 - Б) географічному;
 - В) психографічному;
 - Г) весомість замовника.
30. Якій ознаці сегментації ринку ви надаєте перевагу, як що ваша фірма виготовлює особливо модне модельне взуття:
- А) демографічному;
 - Б) географічному;
 - В) психографічному;
 - Г) рівень доходів.
31. Було встановлено, що для товару фірми краще використовувати цільовий сегмент ринку. для якого товару проводилося дослідження:
- А) сіль;
 - Б) зубна паста;
 - В) макаронні вироби у виді азбуки;
 - Г) меблевий гарнітур.
32. Ви створили мале підприємство по виготовленню спагеті, що фасується у ящики по 10 кг. Який вид маркетингу ви будите використовувати:
- А) недефініційований (масовий) маркетинг;
 - Б) дефініційований маркетинг;
 - В) концентрований маркетинг.

33. Ви створили мале підприємство по виготовленню клею канторського з різною фасовкою - для ручної праці, для технічних потреб. Який вид маркетингу ви будите використовувати:

- А) недефінциований (масовий) маркетинг;
- Б) дефінциований маркетинг;
- В) концентрований маркетинг.

34. Ви вирішили виробляти макаронні вироби, до якого виду товару вони відносяться:

- А) товар особистого попиту;
- Б) товар щоденного попиту;
- В) товар попереднього вибору;
- Г) товар особистого попиту.

35. Ви вирішили виробляти меблі з дубу у стилі "Ретро". До якого виду товару вони відносяться:

- А) товар щоденного попиту;
- Б) товар особистого попиту;
- В) товар попереднього вибору;
- Г) товар особистого попиту.

36. Який тп маркетингу використовують при коливанні попиту:

- А) конверсійний;
- Б) стимулюючий;
- В) розвиваючий;
- Г) ремаркетинг;
- Д) синхромаркетинг;
- Е) підтримуючий;
- Ж) демаркетинг;
- З) протидіючий.

37. Який тип маркетингу використовують при надмірному попиті:

- А) конверсійний;
- Б) стимулюючий;
- В) розвиваючий;
- Г) ремаркетинг;
- Д) синхромаркетинг;
- Е) підтримуючий;
- Ж) демаркетинг;
- З) протидіючий.

38. Який тип маркетингу використовують при попиті, що зменшується:

- А) конверсійний;
- Б) стимулюючий;
- В) розвиваючий;
- Г) ремаркетинг;
- Д) синхромаркетинг;
- Е) підтримуючий;
- Ж) демаркетинг;
- З) протидіючий.

39. Який елемент у системі "фірмовий стиль" є основним:

- А) фірмовий колір;
- Б) логотип;
- В) фірмові константи;
- Г) товарний знак;
- Д) фірмовий комплект шрифтів.

40. Який з елементів фірмового стилю входить юридична адреса фірми:

- А) товарний;
- Б) фірмовий блок;
- Г) логотип;
- Д) фірмові константи.

Ситуація "Створення та крах малого підприємства"

У двох товарищів, Олега та Ігоря визріла ідея створення власного діла - малого підприємства по виготовленню дитячих ігор. Ініціатива походила від Ігоря, тому що він працював в установі, яка займалася виготовленням ігор та він по службі мав справу з інформацією по основному технологічному процесу, а також по постачальниками необхідних матеріалів та комплектуючих. Разом вони розробили правила гри, зробили макет гравого поля, але для відкриття та організації виробництва потрібен був первісний капітал, якого не було у Ігоря. Олег мав необхідну суму грошей і тому в усіх документах він виступає як засновник, з правом розпорядження отриманим прибутком, а Ігор виступав як найманий працівник.

Також на початковому етапі до них приєднався Віктор, який раніш мав справу з копіювальною технікою та продажем книжок. Паралельно з рішенням організаційних питань створення малого підприємства, якими переважно займався Колег, Ігор з Віктором провели попередні переговори з постачальниками паперу, пакетів, фішок. Найбільш важким виявилось питання договору з видавництвом про багатокольоровий друк гравого поля, тому переговорами займався і Олег.

Але ось з усіма постачальниками погоджені договори на постачання матеріальних ресурсів або виконання робіт, та необхідно отримати кредити, так як усі вимагають передоплату.

С певними ускладненнями, але вдалося отримати с інтервалом у два тижні у двох банках кредит на 3 місяці. Вирішенням "кредитної проблеми" займалися практично утрюх і для Ігоря з Віктором не було секретом, що, як видно з економічних розрахунків по погашенню кредиту, після реалізації запланованої кількості ігор, будуть погашені кредити та отриманий прибуток у 40 тис.г.о. У той час за взаємною угодою щомісячна заробітна плата у кожного складала 300 г.о. З отриманням кредиту з'явилася можливість реально працювати з постачальниками.

Тоді ж поїхали за папером, та хоча папір пропонували гіршої якості і більш тонкий, що не дозволяло виконати двохсторонній друк, але папір отримали та передали друкарні.

На початку січня спочатку Ігор, а потім підключився Олег, займалися включення в завдання та опрацюванням технології друку гравого поля разом з працівниками друкарні. Але, перешкоду у друкуванні подавали і у початку лютого найбільш тяжка та працездатна (на думку організаторів) операція по виготовленню гравого поля була виконана і усі 400000 листів були перевезені у Енськ та складовані у орендованому складі.

Здалося, що найсложніше позаду, а зараз швидко скомплектують два листи, вложать їх у целофановий пакет, виберуть потрібні фішки та й усе. Але виявилось, що досі пакетів нема, а фішки йдуть з серйозним браком, т.ч. стала відбуватися незрозумілі речі. З самого початку постачальниками фішок

займався Віктор та запевняв Олега з Ігорем, що там збоїв не буде, так як у цих установах працюють його друзі і навіть родичі. Ще у грудні були сплачені пакети й фішки, навіть по чековій книжці, з оформленням фіктивних накладних на прийому здачу на відповідальне зберігання постачальнику. Але вже у перших числах січня постачальник пакетів вимушував збільшити ціну відповідно з договором спочатку на 50% - з цим погодилися, а потім ще на 50% - намагалися відмовитися.

Отже, коли Віктор поїхав у лютому за пакетами, то постачальник вимагав збільшення ціни та будь-то після скандалу йому вдалося отримати лише половину пакетів. Притому, так як це було 100000 шт, то, як відомо, пачки він не перевіряв по кількості та розмірам пакетів.

З фішками також були ускладнення - то через 10 днів після зплати отримаєте усе, потім усе зривався терміни поставки, більш того виявилось, що необхідно виготовляти на іншому підприємстві нові прес-форми. Словом - одні проблеми.

А час спливав, приходив час сплати кредиту. Олег найшов дешеву робочу силу і почали комплектувати граве поле. Таким чином за тиждень до терміну сплати першого кредиту стан був такий:

1. Мали граве поле на 200000 ігор та пакети для упакування гравого поля 100000 шт., а з урахуванням невідповідності розмірів - 80000 шт. Правда, нестандартні пакети почали використати для упакування фішок.
2. З великими ускладненнями вдалося отримати фішок на 2000 ігор.
3. Виявилось, що комплектувати ігри не так просто багато розірвалося, розкрадалося, так як постійних бригад не було, притягли школярів і склад бригад щоденно змінювався. За місяць праці було зібрано лише 1500 ігор.
4. Припущення, що з реалізацією гри не буде проблем, не підтвердилось. У Енську займатися реалізацією було не вигідно, тому почали шукати сторонніх покупців. Почалися роз'їзди по області, у Харків, Київ, Москву. При цьому квітки покупали не в касі, а з значними переплатами та вимагали покриття цих витрат, хоча перевірити ці суми було не можливо. Результативність відряджень була нульова. У відрядження виїхали по попередній домовленості по телефону, але потрібно обмірковувати деталі. З відрядження повідомляли про позитивне вирішення питання і тільки після повертання у Енськ, виявлялося, що питання не вирішене.
5. На розрахунковому рахунку практично не осталося коштів, достатніх для виплати оренди приміщення, процентів за кредит.
6. Зарплата (яка була однаковою у всіх, хоча по штатному розкладу Олег був директором, а Ігор та Віктор були замами (по виробництву, та по забезпеченню і збуту), протягом трьох місяців не виплачувалася, так як кредитів не вистачало на виплату зарплати та відрахувань. Але без грошей вони не були, так як Олег знімав гроші з рахунка та розпоряджався.

7. Але головне у квітні Ігор та Віктор відкрили своє підприємство також профілю, кинувши Олега з кредитом у 100 тис г.о.

Питання для обговорення

1. Чи був крах підприємства випадковим або запрограмованим? Обґрунтуйте свою точку зору.
2. Які помилки (з позиції керівництва) припустив Олег у самому початку?
3. Виявити явні та приховані наміри Ігоря та Віктора.
4. Перерахувати дії МП, де було порушення законів.
5. Що було недопрацьоване з позицій підприємництва?
6. Як, з вашої точки зору, треба була поступати Олегу?

З М І С Т

Вступ	3
Тематичний план "Основи підприємництва"	4
Зміст курсу основи підприємництва за темами	5
Плани практичних і семінарських занять	11
Завдання для самостійної роботи студентів та тематика рефератів	27
Завдання до контрольної роботи	28
Питання до заліку	30
Список рекомендованої літератури	32
Додаток 1	34
Додаток 2	36
Додаток 3	39
Додаток 4	42
Додаток 5	45
Додаток 6	47
Додаток 7	49
Додаток 8	56

Навчальне видання

Навчально-методичний комплекс з курсу "Основи підприємництва" (для студентів спеціальності "Економіка підприємства" всіх форм навчання)

Бичкова Ольга Володимирівна

Редактор

Підп. до друку . Формат . Папір офсет. Друк. офсет. Ум.- друк. арк .
Обл.- видав. арк . Тираж прим. Замовлен № .
Донецький національний університет, 83055, Донецьк -55, Університетська,24

Лабораторія комп'ютерних технологій, 83055, Донецьк-55, Університетська,24.