

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ОДЕСЬКА ЮРИДИЧНА АКАДЕМІЯ»
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ

**Олеся КОРНІЛОВА
Вячеслав КОТЛУБАЙ
Наталя КАЛМИКОВА
Людмила КУЗНЕЦОВА**

СТВОРЕННЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Навчально-методичний посібник
для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Одеса
Фенікс
2025

УДК 338.124; 658
К 38

*Рекомендовано навчально-методичною радою
Національного університету «Одеська юридична академія»
(протокол № 6 від 29 квітня 2025 р.)*

Автори:

Корнілова Олеся – PhD, доцент, доцент кафедри економіки та менеджменту Національного університету «Одеська юридична академія» (ORCID ID: 0000-0001-5022-7033);

Котлубай Вячеслав – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та менеджменту Національного університету «Одеська юридична академія» (ORCID ID 0000-0002-4560-7063);

Калмикова Наталія – асистент кафедри економіки та менеджменту Національного університету «Одеська юридична академія» (ORCID ID 0009-0008-7329-3533);

Кузнецова Людмила – асистент кафедри економіки та менеджменту Національного університету «Одеська юридична академія» (ORCID ID: 0009-0001-1782-8264).

Рецензенти:

Князєва О. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економічної теорії і економіки підприємства Одеського державного аграрного університету, професор;

Горбаченко С. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри кібербезпеки Національного університету «Одеська юридична академія».

Корнілова О., Котлубай В., Калмикова Н., Кузнецова Л.

К 38 Створення власного бізнесу : навч.-метод. посіб. для здобувачів першого (бакалавр.) рівня вищої освіти [Електронне видання] / О. Корнілова, В. Котлубай, Н. Калмикова, Л. Кузнецова ; Нац. ун-т «Одеська юрид. академія». – Одеса : Фенікс, 2025. – 48 с. – Режим доступу: <https://hdl.handle.net/11300/30430>; DOI: 10.32837/11300.30430

ISBN 978-617-8430-83-2

Навчально-методичний посібник відповідає програмі навчальної дисципліни «Створення власного бізнесу». У посібнику представлено завдання, кейси, тести, питання для обговорення, теми доповідей, питання до заліку, а також список рекомендованої літератури.

Навчально-методичний посібник призначений для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.

УДК 338.124; 658

ISBN 978-617-8430-83-2

© О. Корнілова, В. Котлубай, Н. Калмикова, Л. Кузнецова, 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
ТЕМА 1. ЕКОНОМІЧНА ПРИРОДА БІЗНЕСУ	6
ТЕМА 2. ПОШУК ІДЕЙ, ДОЦІЛЬНІСТЬ І ПОЗИЦІЯ.....	10
В БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ.....	10
ТЕМА 3. ПОРТФОЛІО ОСОБИСТОСТІ ПІДПРИЄМЦЯ І ЙОГО ДІЛОВИХ ЯКОСТЕЙ.....	14
ТЕМА 4. ЕТИКА БІЗНЕСУ	18
ТЕМА 5. ВИБІР СПОСОБУ ВХОДЖЕННЯ У БІЗНЕС.....	22
ТЕМА 6. МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ БІЗНЕСУ.....	26
ТЕМА 7. БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ.....	30
ТЕМА 8. ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ В БІЗНЕСІ	34
ТЕСТОВІ ЗАПИТАННЯ.....	37
ПИТАННЯ ДО ЗАЛІКУ	43
РЕКОМЕНДОВАНИЙ ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ.....	45

ВСТУП

Сьогодення вимагає від бізнесменів не лише сміливості та інноваційного мислення, але й здатності ефективно використовувати сучасні інструменти та технології. Створення власного бізнесу у сучасному світі відкриває безліч можливостей, але також постає перед багатьма викликами. Глобалізація, швидкий розвиток технологій та зміни споживчих уподобань вимагають від майбутніх бізнесменів стратегічного підходу, адаптивності та готовності до постійного навчання.

Успішний бізнес починається з ретельного планування та аналізу ринку, вибору правильної бізнес-ідеї та розробки ефективної стратегії. Важливо не тільки мати унікальний продукт або послугу, але й вміти залучати інвестиції, управляти фінансами, створювати цінні пропозиції для клієнтів та використовувати можливості Інтернету для просування своєї справи. А вивчення сучасних маркетингових стратегій та інструментів дозволяє бізнесу залишатися конкурентоспроможним та приваблювати нових клієнтів. Також важливо розуміти законодавчі та регуляторні аспекти ведення бізнесу, які можуть змінюватися та впливати на діяльність компанії.

Інноваційні стратегії, такі як сталий розвиток та корпоративна соціальна відповідальність, допомагають компаніям не лише досягати фінансового успіху, але й сприяти позитивним змінам у суспільстві. Використання цифрових інструментів для комунікації та співпраці полегшує взаємодію з клієнтами, партнерами та внутрішніми стейкхолдерами.

Крім того, вміння працювати з великими даними та аналізувати ринкові тенденції допомагає підприємцям приймати обґрунтовані рішення. Ефективне управління ресурсами, включаючи людський капітал, є ще одним важливим аспектом, що впливає на успіх бізнесу. Важливо також приділяти увагу розвитку екологічно відповідального бізнесу, що сприятиме не лише підвищенню репутації компанії, але й сталому розвитку суспільства.

Вивчення дисципліни «Створення власного бізнесу» дозволяє здобувачам отримати знання про методи пошуку та оцінки бізнес-ідей, формування бізнес-плану, управління проектами, маркетингові стратегії та фінансовий аналіз. Результатом вивчення є розвиток підприємницьких здібностей, стратегічного мислення, навичок прийняття рішень, а також здатності працювати в умовах невизначеності та ризику.

Метою вивчення дисципліни є формування у здобувачів компетентностей, необхідних для успішного створення та управління власним бізнесом. Навчально-методичний посібник «Створення власного бізнесу» відповідає програмі навчальної дисципліни з однойменною назвою. У ньому представлені завдання, кейси, тести, питання для обговорення, питання для самоперевірки, теми доповідей, питання до заліку, а також список рекомендованої літератури.

Проводиться аудиторне навчання із можливістю застосування електронного навчання і дистанційних освітніх технологій.

Методи, які використовуються під час навчання: лекції, практичні заняття, презентації, самостійна робота, консультації, групові дискусії

Критерії оцінювання знань здобувачів

Оцінка виставляється за національною чотирибальною шкалою: «відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно». При оцінці за основу слід брати повноту і правильність виконання завдань.

1. Оцінка «5» (відмінно) ставиться в тому разі, коли відповідь здобувача правильна, повна, послідовна, логічна; здобувач впевнено володіє фактичним матеріалом з усього курсу, вміє застосовувати його щодо конкретно поставлених завдань.

2. Оцінка «4» (добре) ставиться в тому разі, коли відповідь правильна, послідовна, логічна, але здобувач допускає у викладі окремі незначні пропуски фактичного матеріалу

вміє застосувати його щодо конкретно поставлених завдань.

3. Оцінка «3» (задовільно) ставиться у тому разі, коли здобувач володіє більшою частиною фактичного матеріалу, але викладає його не досить послідовно і логічно, допускає істотні пропуски у відповіді, невірно формулює основні теоретичні положення та причинно-наслідкові зв'язки.

4. Оцінка «2» (незадовільно) ставиться в тому разі, коли здобувач виявляє незнання більшої частини фактичного матеріалу або здобувач відмовляється відповідати на поставлені питання.

Шкала оцінювання: національна та ECTS

100-бальною шкалою	Шкала за ECTS	За національною шкалою	
		Екзамен	залік
90-100	A	Відмінно	зараховано
82-89	B	Добре	
74-81	C		
64-73	D	Задовільно	
60-63	E		
1-59	Fx	Незадовільно	не зараховано
1-34	F		

ТЕМА 1. ЕКОНОМІЧНА ПРИРОДА БІЗНЕСУ

План

1. Бізнес в ринковій економіці.
2. Рушійні сили та ознаки бізнесу.
3. Складові системи бізнесу.
4. Власність як основа бізнесу.

КОРОТКИЙ ОСНОВНИЙ ЗМІСТ

Актуальність теми економічної природи бізнесу обумовлена ключовою його роллю у формуванні сучасної економіки та суспільства. Умови глобалізації, цифровізації та посилення конкуренції вимагають глибшого розуміння принципів функціонування бізнесу як основного драйвера економічного зростання. Вивчення економічної природи бізнесу допомагає розкрити механізми створення вартості, розподілу ресурсів і задоволення потреб суспільства. Також це дозволяє ефективніше розробляти стратегії управління, враховуючи інноваційні підходи та соціально-економічні виклики. У сучасному світі аналіз економічної сутності бізнесу є важливим для забезпечення сталого розвитку та підвищення конкурентоспроможності підприємств.

Бізнес у ринковій економіці є важливим двигуном економічного зростання та інновацій. Він передбачає діяльність суб'єктів господарювання, спрямовану на отримання прибутку шляхом виробництва, продажу товарів і надання послуг [3]. Ринкова економіка характеризується конкуренцією, що стимулює підвищення якості продукції та зниження витрат. У такій системі бізнес має свободу вибору стратегій та тактик, реагуючи на попит і пропозицію на ринку. Ефективний бізнес сприяє розвитку економіки, створенню нових робочих місць та покращенню добробуту суспільства.

Рушійні сили бізнесу включають конкуренцію, попит на товари чи послуги, технологічний прогрес, законодавче середовище та соціально-економічні фактори. Конкуренція змушує підприємців покращувати свої продукти і послуги, забезпечуючи якість і зниження цін. Попит на ринку визначає, які товари чи послуги є необхідними для споживачів [26]. Технологічний прогрес сприяє інноваціям та підвищенню ефективності виробництва. Законодавче середовище та соціально-економічні фактори, такі як рівень доходів і культурні вподобання, впливають на стратегії бізнесу та його розвиток.

Система бізнесу складається з низки складових, зокрема підприємства, ринок, конкуренція, споживачі та державне регулювання. Підприємства є основними учасниками бізнесу, які виробляють товари або надають послуги для задоволення потреб споживачів. Ринок визначає попит і пропозицію, на основі чого підприємства розробляють свої стратегії. Конкуренція стимулює підприємства підвищувати якість та ефективність своєї діяльності.

Власність є основою бізнесу, оскільки вона забезпечує ресурси та капітал, необхідні для започаткування і розвитку підприємницької діяльності, а також визначає права і відповідальність власників. Різні форми власності впливають на структуру бізнесу та його ефективність. Існують державна, приватна, колективна і змішана форми власності, кожна з яких має свої переваги та недоліки в умовах сучасної ринкової економіки [10].

Ключовими аспектами успішного ведення бізнесу є стратегічне планування, ефективне управління ресурсами, інноваційний підхід та здатність адаптуватися до змін зовнішнього середовища. У сучасних умовах важливим чинником розвитку бізнесу є цифровізація, яка дозволяє автоматизувати процеси, підвищувати продуктивність та розширювати ринки збуту. Використання інформаційних технологій та аналітики даних дає

змогу підприємствам приймати більш обґрунтовані рішення та покращувати конкурентні позиції.

Крім економічного аспекту, бізнес відіграє важливу соціальну роль. Він забезпечує зайнятість населення, формує професійні навички, сприяє розвитку соціальної інфраструктури та впровадженню корпоративної соціальної відповідальності. Успішні компанії не лише прагнуть до отримання прибутку, а й реалізують програми соціального захисту, екологічні ініціативи та благодійні проекти.

Державне регулювання бізнесу відіграє значну роль у забезпеченні стабільності економіки, створенні сприятливого підприємницького клімату та захисті інтересів усіх учасників ринку. Податкова політика, антимонопольне законодавство, регулювання трудових відносин та підтримка малого і середнього бізнесу є важливими механізмами впливу держави на економічну діяльність. Ефективна взаємодія між державою та бізнесом сприяє збалансованому економічному розвитку та підвищенню рівня життя населення [3].

У сучасному світі значну роль у розвитку бізнесу відіграють міжнародні економічні відносини та глобалізація. Відкриття нових ринків, залучення іноземних інвестицій та співпраця з міжнародними компаніями сприяють економічному зростанню та обміну передовими технологіями [25]. Водночас глобалізація ставить перед бізнесом нові виклики, зокрема зростаючу конкуренцію, необхідність дотримання міжнародних стандартів та адаптацію до різних економічних умов.

Підсумовуючи, економічна природа бізнесу охоплює широкий спектр аспектів, включаючи механізми створення вартості, розподіл ресурсів, управління інноваціями та вплив на соціально-економічний розвиток. Глибоке розуміння цих процесів дозволяє ефективніше керувати підприємницькою діяльністю та розробляти стратегії, що сприяють сталому розвитку бізнесу та суспільства загалом.

ПИТАННЯ ДО ПРАКТИЧНОГО ЗАНЯТТЯ

1. Основні рушійні, які сили впливають на розвиток бізнесу в сучасній економіці.
2. Вплив конкуренції на ефективність діяльності підприємств.
3. Цифровізація розвитку бізнесу
4. Форми власності, які існують у сучасній економіці, їх вплив на підприємницьку діяльність.
5. Механізми державного регулювання бізнесу.

Завдання для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти

Завдання 1. Охарактеризуйте основні складові бізнесу в ринковій економіці (підприємства, ринок, конкуренція, споживачі та державне регулювання). Наведіть приклади впливу кожної з цих складових на діяльність конкретного підприємства.

Завдання 2. Проаналізуйте рушійні сили бізнесу (конкуренція, попит, технологічний прогрес, законодавче середовище, соціально-економічні фактори) та їх вплив на прийняття стратегічних рішень у підприємстві. Наведіть приклади реальних або гіпотетичних ситуацій, де ці рушійні сили відіграли ключову роль.

Завдання 3. Проаналізуйте вплив глобалізації на місцевий бізнес.

3.1. Визначте позитивні та негативні аспекти глобалізації для малого та середнього бізнесу.

3.2. Наведіть приклади, як глобалізація може сприяти розширенню бізнесу та збільшенню конкурентоспроможності.

3.3. Обговоріть потенційні ризики та загрози, що виникають через глобалізацію, та запропонуйте стратегії для їх мінімізації.

Завдання 4. Розгляньте роль інновацій у розвитку бізнесу.

4.1. Визначте основні типи інновацій (продуктові, процесні, маркетингові, організаційні) та їх значення для бізнесу.

4.2. Наведіть приклади успішного впровадження інновацій в різних галузях та їх вплив на ріст і розвиток компаній.

4.3. Обговоріть, які умови сприяють інноваціям у бізнесі та які бар'єри можуть заважати інноваційному розвитку.

Кейс 5. Ви є власником малого підприємства з виробництва органічних продуктів. В умовах ринкової економіки ваш бізнес зіткнувся з високою конкуренцією з боку великих корпорацій. Вам необхідно розробити стратегію для утримання конкурентної переваги. Важливо враховувати такі фактори, як ціноутворення, якість продуктів та маркетинг. Одним з варіантів є розширення асортименту, включаючи нові органічні продукти, які користуються попитом. Ви також можете розглянути можливість співпраці з іншими малими підприємствами для зниження витрат та підвищення ефективності. Розробіть план дій, який включає аналіз ринку, оцінку конкурентів та визначення основних напрямів розвитку бізнесу. Важливо також врахувати потреби та вподобання споживачів, щоб задовольнити їх очікування.

Кейс 6. Ваш бізнес знаходиться на початковій стадії розвитку, і вам потрібно визначити основні рушійні сили, які впливатимуть на його успіх. Ви розглядаєте такі фактори, як технологічний прогрес, попит на ринку, конкуренція та регулювання з боку держави. Технологічний прогрес може допомогти вам впровадити нові продукти або послуги, що підвищить ефективність та конкурентоспроможність. Попит на ринку визначає потреби споживачів і можливості для вашого бізнесу. Конкуренція змушує вас постійно вдосконалювати свій продукт і шукати нові підходи. Регулювання з боку держави також має значний вплив на ваш бізнес, тому важливо враховувати законодавчі вимоги та стандарти. Розробіть план дій, який включає аналіз кожної рушійної сили та визначення способів використання їх на користь вашого бізнесу.

Кейс 7. Ваш бізнес розширюється, і ви плануєте впровадити нові складові системи для підвищення ефективності, що включає управління ресурсами, фінансовий облік, маркетинг та управління персоналом. Ви вирішили автоматизувати частину процесів для зниження витрат і підвищення продуктивності. Наприклад, ви можете використовувати спеціалізоване програмне забезпечення для управління складом і продажами. Фінансовий облік дозволить вам контролювати витрати та доходи, аналізувати прибутковість та планувати бюджет. Маркетинг допоможе залучити нових клієнтів та утримувати існуючих, використовуючи різні канали комунікації. Управління персоналом включає підбір, навчання та мотивацію працівників для досягнення високих результатів. Розробіть план впровадження кожної складової системи, враховуючи потреби та особливості вашого бізнесу.

Кейс 8. Ви плануєте започаткувати новий бізнес у сфері креативних послуг. Одним з важливих питань є вибір форми власності, яка найкраще підходить для вашого бізнесу. Ви розглядаєте варіанти індивідуального підприємництва, партнерства та корпорації. Індивідуальне підприємництво дозволяє вам самостійно контролювати бізнес, але ви несете всю відповідальність за ризики. Партнерство забезпечує розподіл обов'язків і ризиків між партнерами, але може призвести до конфліктів. Корпорація дозволяє залучати інвесторів і обмежує особисту відповідальність, але має складніший процес управління. Розгляньте переваги та недоліки кожного варіанту, враховуючи особливості вашого бізнесу та плани на майбутнє. Прийміть рішення про вибір форми власності та підготуйте план дій для запуску бізнесу.

Тематика рефератів/доповідей

1. Вплив малого та середнього бізнесу на економіку країни, його переваги та проблеми розвитку.
2. Аналіз основних факторів, що стимулюють розвиток бізнесу.
3. Форми власності в бізнесі та їх вплив на ефективність підприємницької діяльності.
4. Роль інноваційних технологій у підвищенні конкурентоспроможності бізнесу та змінах ринкових умов.
5. Сутність елементів підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки.
6. Механізми державної підтримки малого та середнього бізнесу: міжнародний досвід та українська практика.
7. Етичні принципи в бізнесі та їх вплив на репутацію компанії.
8. Стратегічне планування в бізнесі: методи та інструменти для досягнення довгострокових цілей.
9. Вплив глобалізації на розвиток бізнесу: можливості та виклики для українських підприємств.
10. Цифрова трансформація бізнесу: від традиційного до цифрового підприємництва.

Питання для самоконтролю

1. Які основні економічні функції виконує бізнес у сучасному суспільстві?
2. Як формуються витрати та доходи підприємства, і які фактори на них впливають?
3. Що таке ринкова економіка, і яку роль відіграє бізнес у її функціонуванні?
4. Які ключові принципи лежать в основі ефективного управління бізнесом?
5. Як взаємодіють пропозиція та попит на ринку, і як це впливає на прийняття бізнес-рішень?
6. Які види економічної діяльності здійснюють підприємства, і як вони впливають на національну економіку?
7. Як впливають зміни в податковій політиці на діяльність підприємств?
8. Які основні чинники визначають конкурентоспроможність бізнесу на ринку?
9. Як інновації можуть сприяти підвищенню ефективності підприємства?
10. Як глобалізація впливає на економічну діяльність малих та середніх підприємств?

ТЕМА 2. ПОШУК ІДЕЙ, ДОЦІЛЬНІСТЬ І ПОЗИЦІЯ

В БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩІ

План

1. Вибір бізнес-ідеї в процесі створення власної справи.
2. Формування місії власного бізнесу.
3. Організаційно-правові форми підприємницької діяльності.

КОРОТКИЙ ОСНОВНИЙ ЗМІСТ

Оцінка доцільності ідеї допомагає визначити її потенціал для реалізації та відповідність актуальним потребам ринку. Уміння позиціонувати бізнес у конкурентному середовищі сприяє формуванню унікальної ціннісної пропозиції, що виділяє його серед інших гравців. Також аналіз ризиків і переваг є важливим для ухвалення обґрунтованих рішень. Розуміння бізнес-середовища дозволяє адаптуватися до його змін та використовувати нові можливості [6]. Вивчення цих аспектів сприяє підвищенню стійкості бізнесу, його інноваційності та конкурентоспроможності. Зрештою, це допомагає підприємцям забезпечити довгостроковий успіх та ефективно реагувати на виклики сучасної економіки.

Вибір бізнес-ідеї є першим і важливим кроком у створенні власного бізнесу. Цей процес вимагає розуміння ринку, аналізу потреб споживачів та оцінки власних навичок і ресурсів. Необхідно визначити, яка продукція або послуги будуть затребуваними, та чи зможуть вони задовольнити цей попит ефективніше, ніж конкуренти. Одним із підходів до вибору бізнес-ідеї є вивчення власного досвіду і компетенцій, щоб знайти сферу, де існують переваги. Крім того, важливо оцінити потенційний ризик і можливості ринку, враховуючи економічну ситуацію та майбутні тренди [3]. Успішна бізнес-ідея повинна також бути масштабованою, що дозволить розширювати бізнес у майбутньому.

Місія бізнесу визначає основну мету і напрямок діяльності компанії, відображає її цінності та унікальність. Формування місії допомагає зрозуміти, чому бізнес існує і яка його кінцева мета. Правильно сформульована місія служить орієнтиром для прийняття стратегічних рішень і формування корпоративної культури. Місія повинна бути чіткою, короткою та натхненною, щоб мотивувати команду та залучати клієнтів. Також вона відображає соціальну відповідальність бізнесу, підкреслюючи його внесок у розвиток суспільства. Наприклад, місія компанії може бути спрямована на покращення якості життя людей через інноваційні продукти або послуги.

Організаційно-правова форма підприємницької діяльності визначає правовий статус підприємства, його структуру та правила ведення бізнесу. Вибір форми залежить від багатьох факторів, таких як: розмір бізнесу, кількість засновників, обсяг капіталу та рівень відповідальності [9]. Основними формами є приватне підприємництво, товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ), акціонерне товариство (АТ) та кооператив. Правильний вибір організаційно-правової форми допомагає оптимізувати управління бізнесом і забезпечити його стабільний розвиток.

Додатково, важливими аспектами є фінансове планування та управління ресурсами. Визначення стартового капіталу, прогнозування витрат та доходів, а також аналіз рентабельності дозволяють підприємцю уникнути фінансових ризиків і забезпечити стабільне зростання. Використання сучасних інструментів фінансового аналізу сприяє більш точному оцінюванню майбутніх можливостей та викликів.

Окрім фінансового управління, важливим є також маркетингове планування. Визначення цільової аудиторії, аналіз конкурентів та розробка ефективної маркетингової стратегії допомагають бізнесу закріпитися на ринку та привернути увагу клієнтів. Використання цифрових технологій, соціальних мереж та аналітичних даних дозволяє оптимізувати маркетингові кампанії та підвищити ефективність продажів [13].

Ще одним ключовим фактором успішності бізнесу є управління персоналом. Формування сильної команди, розподіл ролей і обов'язків, а також створення сприятливої корпоративної культури позитивно впливають на продуктивність і загальний успіх компанії [11]. Важливо інвестувати у навчання співробітників, мотивувати їх до професійного зростання та забезпечувати комфортні умови праці.

Таким чином, комплексний підхід до оцінки бізнес-ідеї та її реалізації включає аналіз ринку, стратегічне планування, ефективне управління фінансами, маркетинг і розвиток персоналу. Всі ці складові допомагають створити стабільний, інноваційний і конкурентоспроможний бізнес, що має перспективи довгострокового розвитку та успіху.

ПИТАННЯ ДО ПРАКТИЧНОГО ЗАНЯТТЯ

1. Методи аналізу потенціалу ідеї, врахування потреб ринку та оцінка ризиків.
2. Роль місії у стратегічному плануванні, корпоративній культурі та позиціонуванні бренду.
3. Критерії вибору, вплив на управління підприємством та відповідальність засновників.
4. Основні принципи ефективного використання ресурсів, залучення клієнтів та зростання прибутковості.
5. Створення сильної команди, мотивація співробітників та підвищення їх продуктивності.

Завдання для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти

Завдання 1. Розробіть бізнес-ідею на основі аналізу ринку та потреб споживачів. Опишіть, як ви визначили доцільність цієї ідеї та які чинники вплинули на ваш вибір. Обґрунтуйте, чому ваша ідея має перспективи в сучасному бізнес-середовищі.

Завдання 2. Проведіть SWOT-аналіз бізнес-ідеї, визначте її сильні та слабкі сторони, можливості та загрози. На основі аналізу запропонуйте стратегію позиціонування бізнесу на ринку та обґрунтуйте, як вона допоможе досягти успіху в конкурентному середовищі.

Завдання 3. Розробіть маркетинговий план бізнес-ідеї.

3.1. Включіть цільову аудиторію, стратегії просування, бюджет на маркетинг і план дій для залучення клієнтів.

3.2. Обґрунтуйте вибір методів маркетингових комунікацій та канали, які варто використовувати для просування вашого продукту чи послуги.

Завдання 4. Проведіть фінансовий аналіз для бізнесу на перший рік діяльності.

4.1. Створіть прогноз доходів та витрат, визначте точки беззбитковості та розробіть фінансовий план, який включає бюджетування, оцінку прибутковості та джерела фінансування.

4.2. Проаналізуйте можливі фінансові ризики та запропонуйте стратегії їх мінімізації.

Кейс 5. Ви вирішили започаткувати власний бізнес, але не знаєте, з чого почати. Ви розглядаєте декілька ідей: відкриття кав'ярні, запуск онлайн-магазину одягу або створення фітнес-центру. Щоб визначити найкращий варіант, ви проводите дослідження ринку,

аналізуєте потреби споживачів і вивчаєте конкуренцію. Ви також оцінюєте свої ресурси та здібності, щоб зрозуміти, яку з ідей найреальніше втілити. Після аналізу ви вирішуєте відкрити онлайн-магазин одягу, оскільки в цьому сегменті спостерігається зростання попиту. Ви обираєте постачальників, розробляєте маркетингову стратегію і плануєте бюджет. Важливо також врахувати можливі ризики та визначити способи їх мінімізації. Розробіть детальний план дій для реалізації вашої бізнес-ідеї та приступайте до її втілення.

Кейс 6. Ви заснували нову компанію у сфері ІТ та вирішили, що необхідно визначити місію вашого бізнесу. Місія повинна відображати основні цінності та цілі компанії, а також служити орієнтиром для прийняття стратегічних рішень. Ви проводите обговорення з командою і визначаєте, що є основними цінностями вашої компанії? Яка місія?

Кейс 7. Ви вирішили започаткувати новий бізнес у сфері технологій. У вас є кілька партнерів, з якими ви плануєте працювати. Вам потрібно обрати найбільш підходящу форму власності для вашої компанії: індивідуальне підприємництво, партнерство чи корпорацію. Кожна форма має свої переваги та недоліки. Індивідуальне підприємництво дозволяє вам самостійно приймати рішення, але ви несете повну відповідальність за всі ризики. Партнерство забезпечує розподіл обов'язків і ризиків між партнерами, але можуть виникнути конфлікти. Корпорація дозволяє залучити більше інвестицій і обмежує особисту відповідальність, але має складніший процес управління. Вам потрібно зважити всі фактори і зробити вибір на користь оптимальної форми власності.

Кейс 8. Ваш бізнес у сфері електронної комерції стикається з новими викликами та можливостями через зміни в технологічному середовищі. Зростання популярності мобільних пристроїв і соціальних мереж створює нові канали для залучення клієнтів і підвищення продажів. Однак конкуренція також зростає, і вам потрібно адаптуватися до нових умов. Що необхідно зробити?

Тематика рефератів/доповідей

1. Методи пошуку бізнес-ідей: аналіз сучасних підходів і інструментів:
2. Оцінка доцільності бізнес-ідей: критерії та методи:
3. Розгляд критеріїв оцінки життєздатності бізнес-ідей (включаючи аналіз ринкового попиту, конкурентного середовища, фінансових можливостей та ризиків).
4. Стратегії позиціонування бізнесу на ринку: теорія та практика.
5. Вплив інновацій на пошук ідей та позиціонування бізнесу.
6. Аналіз успішних бізнес-ідей: кейси та приклади з практики.
7. Роль ринкових досліджень у процесі пошуку та оцінки бізнес-ідей.
8. Вплив соціальних і економічних факторів на розвиток підприємницьких ідей:
9. Значення бізнес-інкубаторів та акселераторів для розвитку стартапів.
10. Використання SWOT-аналізу для розробки бізнес-стратегії, оцінка внутрішніх і зовнішніх факторів, що впливають на успіх підприємства

Питання для самоконтролю

1. Які основні методи пошуку бізнес-ідей ви знаєте, і які з них вважаєте найбільш ефективними для сучасного ринку?
2. Як оцінити доцільність реалізації бізнес-ідеї? Які критерії та інструменти можна використовувати для цього аналізу?
3. Які ключові фактори визначають позицію бізнесу в конкурентному середовищі?
4. Які стратегічні підходи можна використовувати для зміцнення позиції бізнесу на ринку?

5. Як врахування зовнішніх та внутрішніх факторів впливає на прийняття бізнес-рішень при реалізації нових ідей?
6. Які основні етапи реалізації бізнес-ідеї від початкової концепції до виходу на ринок?
7. Як залучення клієнтів та побудова клієнтської бази впливають на успіх нової бізнес-ідеї?
8. Які роль відіграє SWOT-аналіз у визначенні життєздатності бізнес-ідеї та розробці стратегії її реалізації?
9. Як оцінити фінансові ризики та можливості при розробці бізнес-ідеї?
10. Які маркетингові стратегії можна застосувати для ефективного просування нових бізнес-ідей?

ТЕМА 3. ПОРТФОЛІО ОСОБИСТОСТІ ПІДПРИЄМЦЯ І ЙОГО ДІЛОВИХ ЯКОСТЕЙ

План

1. Основні особистісні характеристики лідера в бізнесі.
2. Специфічні атрибути лідера-бізнесмена.
3. Ключові елементи іміджу бізнесмена-лідера.

КОРОТКИЙ ОСНОВНИЙ ЗМІСТ

Лідери в бізнесі повинні мати низку особистісних характеристик, які допомагають їм ефективно керувати компанією та мотивувати команду. Перш за все, це впевненість у собі – здатність приймати рішення та брати на себе відповідальність за результати. Комунікативні навички також є важливими, адже лідери повинні ефективно передавати свої думки і ідеї як внутрішнім, так і зовнішнім стейкхолдерам. Емпатія дозволяє лідерам розуміти потреби та емоції своїх співробітників, створюючи здорове робоче середовище. Цілеспрямованість допомагає лідерам ставити амбітні цілі та наполегливо рухатися до їх досягнення, незважаючи на труднощі. Креативність дає змогу знаходити нестандартні рішення для бізнес-завдань і адаптуватися до змін та інші особистісні характеристики.

Лідери-бізнесмени володіють специфічними атрибутами, які відрізняють їх від інших видів лідерів, зокрема це:

- стратегічне мислення, яке дозволяє їм бачити загальну картину та планувати майбутній розвиток компанії;
- аналітичні здібності дають змогу глибоко розуміти ринкові тенденції та фінансові показники;
- підприємницький дух сприяє пошуку нових можливостей і готовності ризикувати заради успіху.
- рішучість і здатність приймати швидкі рішення особливо важливі в динамічних ринкових умовах;
- навички управління змінами допомагають лідерам впроваджувати нові процеси і адаптувати компанію до постійно змінюваних умов [15].

Імідж бізнесмена-лідера складається з низки елементів, які допомагають формувати позитивне сприйняття серед співробітників, партнерів та клієнтів. Професіоналізм – це здатність демонструвати високу компетенцію у своїй галузі та дотримуватися етичних норм. Доброчесність і чесність дозволяють лідерам будувати довірливі стосунки з усіма стейкхолдерами. Публічна присутність – активна участь у галузевих подіях, виступи на конференціях і медіаактивність сприяють підвищенню впізнаваності бренду. Соціальна відповідальність – участь у благодійних акціях і екологічних ініціативах допомагають зміцнювати репутацію компанії. Стиль лідера, включаючи манеру одягатися та взаємодію з іншими, також відіграє важливу роль у формуванні позитивного іміджу.

Окрім вищезазначених якостей, важливу роль відіграє здатність лідера до самоосвіти та розвитку. Сучасний бізнес-лідер повинен постійно вдосконалювати свої навички, бути в курсі новітніх тенденцій у своїй сфері та розширювати власний кругозір. Відвідування професійних тренінгів, читання спеціалізованої літератури, обмін досвідом із колегами та наставництво – усе це сприяє особистісному та професійному зростанню.

Також важливим аспектом є вміння лідера формувати та підтримувати корпоративну культуру [29]. Саме лідер задає тон і цінності, якими керується вся компанія. Від того, наскільки ефективно він комунікує місію та візію підприємства, залежить залученість співробітників та рівень їхньої мотивації. Створення сприятливого робочого середовища, в

якому цінується ініціатива, командна робота та інноваційний підхід, є важливим завданням сучасного керівника.

Ще однією невід'ємною складовою успіху лідера є емоційний інтелект. Уміння керувати власними емоціями та розуміти емоції інших допомагає уникати конфліктів, ефективно вирішувати складні ситуації та підтримувати здоровий мікроклімат у колективі [28]. Високий рівень емоційного інтелекту дозволяє лідерам бути більш гнучкими, адаптивними та стійкими до стресу.

Значущим фактором є також здатність до делегування обов'язків. Надмірне прагнення контролювати всі процеси може призвести до перевантаження керівника та зниження ефективності роботи всієї команди. Успішний лідер розуміє, що делегування дозволяє співробітникам проявляти ініціативу, розвивати свої навички та відчувати відповідальність за результати.

Не менш важливою є прозорість у прийнятті рішень. Чітке обґрунтування своїх дій та стратегій, відкритий діалог із командою та партнерами сприяють зміцненню довіри та підвищенню лояльності до компанії. Вміння чітко формулювати завдання, прислухатися до зворотного зв'язку та бути готовим до змін є важливими рисами ефективного лідера.

Бізнес-лідерство – це комплексне поєднання особистісних якостей, професійних навичок та стратегічного мислення [22]. Успішні лідери не лише досягають високих результатів у бізнесі, але й формують позитивний імідж, надихають свою команду та створюють довгострокову цінність для суспільства. Вміння бути гнучким, відкритим до нових знань, емоційно інтелектуальним і стратегічно мислячим є ключовими чинниками ефективного керівництва у сучасному світі.

ПИТАННЯ ДО ПРАКТИЧНОГО ЗАНЯТТЯ

1. Основні особистісні якості, які необхідні для ефективного бізнес-лідерства.
2. Стратегічне мислення та успіх компанії.
3. Корпоративна культура у формуванні сильної команди.
4. Емоційний інтелект у лідерстві та як його розвивати.
5. Прозорість у прийнятті рішень та її вплив на довіру та лояльність співробітників.

Завдання для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти

Завдання 1. Складіть портфоліо успішного підприємця, включивши такі розділи: особисті якості, професійні навички, досягнення та ключові результати в бізнесі. Оцініть, які з цих якостей найбільше впливають на успіх в підприємницькій діяльності і чому.

Завдання 2. Проведіть аналіз ділових якостей підприємця, таких як лідерство, комунікативні навички, стратегічне мислення і адаптивність. Визначте, як кожна з цих якостей допомагає підприємцю досягати бізнес-цілей. Наведіть приклади реальних ситуацій (з посиланнями), де ці якості були вирішальними.

Завдання 3. Розробіть рекомендації для молодих підприємців щодо покращення їхніх особистих та професійних якостей.

3.1. Визначте ключові якості, необхідні для успішного підприємництва, такі як цілеспрямованість, впевненість, гнучкість та інноваційність.

3.2. Обґрунтуйте, чому саме ці якості є критично важливими для розвитку бізнесу.

3.3. Запропонуйте конкретні дії та стратегії, які допоможуть розвинути та покращити ці якості.

Завдання 4. Проведіть оцінку впливу професійного розвитку на успіх підприємця.

4.1. Опишіть основні види професійного розвитку, включаючи навчання, менторство, мережеві можливості та участь у галузевих подіях.

4.2. Проаналізуйте, як кожен з цих видів впливає на розвиток ділових якостей підприємця та його здатність досягати бізнес-цілей.

4.3. Наведіть приклади підприємців, які досягли успіху завдяки активному професійному розвитку та навчанні.

Кейс 5. Ви керуєте командою маркетологів у рекламній агенції. Нещодавно агенція втратила великого клієнта, і команда відчуває розчарування. Ваше завдання - мотивувати команду до нових досягнень. Розробіть план дій, який включає підтримку колег, встановлення нових цілей і стимулювання креативних ідей. Як ви продемонструєте свої лідерські якості у цьому процесі? Опишіть, які саме особистісні характеристики вам потрібні для успішного виконання цього завдання і чому вони важливі.

Кейс 6. Ви заснували стартап у сфері екологічних технологій. Щоб залучити фінансування, потрібно провести зустріч з потенційними інвесторами. На зустрічі ви повинні продемонструвати стратегічне бачення та здатність до прийняття обґрунтованих рішень. Як ви будете відповідати на їхні запитання, демонструючи при цьому впевненість і компетентність? Які специфічні атрибути вам потрібно підкреслити, щоб зацікавити інвесторів і отримати підтримку?

Кейс 7. Ви керівник компанії з виробництва органічних продуктів. Ваше завдання - посилити свій імідж бізнесмена-лідера. Які кроки ви зробите для покращення своєї професійної репутації та впровадження корпоративної соціальної відповідальності? Як ви будете комунікувати свої досягнення та цінності з зовнішніми і внутрішніми стейкхолдерами? Розробіть план дій, що включає участь у галузевих заходах, комунікаційні стратегії та соціальні ініціативи.

Кейс 8. Ви почали новий бізнес у сфері здорового харчування і вирішили визначити місію вашої компанії. Як ви збираєтеся формувати місію, яка відображатиме ваші основні цінності та цілі? Які аспекти важливо врахувати під час розробки місії? Як місія допоможе вам у прийнятті стратегічних рішень і побудові корпоративної культури? Опишіть процес створення місії та її впровадження в діяльність компанії.

Тематика рефератів/доповідей

1. Основні особистісні якості успішного підприємця:
2. Вплив комунікативних навичок на бізнес успіх підприємця.
3. Вивчення важливості стратегічного планування, передбачення ринкових змін та прийняття довгострокових рішень у бізнесі.
4. Адаптивність як ключова якість сучасного підприємця.
5. Аналіз компонентів портфоліо підприємця.
6. Роль лідерства у формуванні корпоративної культури та досягненні бізнес-цілей.
7. Екологічна відповідальність підприємця та її вплив на репутацію бізнесу.
8. Інноваційність як фактор конкурентоспроможності підприємства.
9. Психологічні аспекти підприємництва: стрес-менеджмент та подолання невдач.
10. Соціальна відповідальність бізнесу: вплив на суспільство та економіку.

Питання для самоконтролю

1. Які особистісні якості є найбільш важливими для успішного підприємця і чому?
2. Які професійні навички слід включити до портфоліо підприємця і як вони впливають на його бізнес?

3. Як досягнення та ключові результати підприємця можуть покращити його портфоліо?
4. Які елементи повинні бути представлені в портфоліо підприємця для залучення інвесторів і партнерів?
5. Як підприємцю оцінити власні ділові якості і що можна зробити для їх покращення?
6. Як комунікативні навички підприємця впливають на його здатність залучати інвесторів і укласти вигідні угоди?
7. Які стратегії саморозвитку можуть допомогти підприємцю покращити свої професійні навички та особистісні якості?
8. Як адаптивність допомагає підприємцю справлятися з невизначеністю та змінами на ринку?
9. Яким чином соціальні ініціативи та участь у громадських проектах можуть покращити імідж підприємця і його бізнесу?
10. Як підприємцю визначити та використовувати свої сильні сторони для досягнення успіху у бізнесі?

ТЕМА 4. ЕТИКА БІЗНЕСУ

План

1. Етика - основа сучасного бізнесу.
2. Бізнес-етика організацій.
3. Сучасний службовий етикет.
4. Етичні норми ділового спілкування.

КОРОТКИЙ ОСНОВНИЙ ЗМІСТ

Етика є фундаментальною основою сучасного бізнесу та визначає стандарти поведінки та взаємовідносин між компаніями, співробітниками, клієнтами та суспільством у цілому. Етичний бізнес веде до підвищення довіри до компаній, що сприяє довгостроковим і взаємовигідним партнерським стосункам. Організації, які дотримуються етичних норм, частіше досягають успіху, оскільки вони залучають більше клієнтів, інвесторів і талановитих працівників [19]. Етичні принципи, такі як чесність, прозорість, відповідальність і соціальна справедливість, є важливими для формування позитивного іміджу бізнесу та зміцнення його позицій на ринку.

Бізнес-етика організацій охоплює широкий спектр поведінкових норм і принципів, які регулюють діяльність компаній, що включає в себе дотримання законодавства, захист прав працівників, екологічну відповідальність та доброчесні практики у відносинах з клієнтами та партнерами. Важливим аспектом бізнес-етики є прозорість у фінансовій звітності та чесне ведення бізнесу без хабарництва і корупції. Організації, які активно впроваджують етичні стандарти, не тільки дотримуються законодавства, але й створюють культуру доброчесності та довіри всередині компанії, сприяючи підвищенню лояльності співробітників та позитивному впливу на суспільство.

Сучасний службовий етикет включає правила поведінки та взаємовідносин у професійному середовищі та регулює такі аспекти спілкування як: дрес-код, використання електронної пошти та соціальних мереж, дотримання особистих меж, конфіденційності. Важливими складовими службового етикету є вміння слухати, повага до колег та клієнтів, пунктуальність та відповідальність. Правила службового етикету сприяють створенню сприятливого робочого середовища, де кожен працівник відчуває комфорт і може ефективно виконувати свої обов'язки. Дотримання службового етикету є ознакою професіоналізму і підвищує репутацію як окремого працівника, так і всієї організації [7].

Етичні норми ділового спілкування визначають правила взаємодії між колегами, партнерами та клієнтами. Вони включають принципи взаємоповаги, чесності, відкритості та професіоналізму. Важливо підтримувати конструктивний діалог, уникати конфліктних ситуацій та проявляти емпатію до співрозмовників. Комунікація повинна бути прозорою та зрозумілою, щоб уникнути непорозумінь та забезпечити ефективну співпрацю. Дотримання етичних норм у діловому спілкуванні сприяє зміцненню ділових стосунків, підвищує ефективність командної роботи та створює позитивний імідж компанії. Таким чином, етичні норми є важливим інструментом успішного ведення бізнесу.

Важливу роль відіграє корпоративна соціальна відповідальність, яка передбачає активну участь компанії у соціальних та екологічних ініціативах. Відповідальний бізнес не лише виконує свої обов'язки перед акціонерами, але й дбає про добробут суспільства, підтримує освітні програми, екологічні проекти та благодійні ініціативи. Компанії, які реалізують соціально відповідальні програми, отримують вищу лояльність клієнтів та співробітників, що сприяє їхній конкурентоспроможності на ринку.

Також значення має етика лідерства, адже керівники задають тон і культуру в компанії. Етичний лідер демонструє чесність, відкритість і справедливість у прийнятті рішень, що мотивує працівників дотримуватись високих стандартів поведінки [12]. Надійні

та моральні керівники сприяють зміцненню командного духу, підвищенню продуктивності та формуванню довгострокових ділових відносин.

Підприємства, які впроваджують етичні принципи у всі аспекти своєї діяльності, забезпечують собі стійкий розвиток та позитивний імідж на ринку. Створення культури етики потребує системного підходу, включаючи навчання персоналу, запровадження внутрішніх кодексів поведінки та постійний моніторинг дотримання етичних норм.

ПИТАННЯ ДО ПРАКТИЧНОГО ЗАНЯТТЯ

1. Вплив етичної поведінки компанії на довіру клієнтів, інвесторів і співробітників.
2. Роль прозорості та доброчесності у фінансовій звітності для забезпечення сталого розвитку бізнесу.
3. Вплив корпоративної соціальної відповідальності на конкурентоспроможність компанії.
4. Значення службового етикету у створенні комфортного робочого середовища та підвищенні продуктивності команди.
5. Етика лідерства та її вплив на корпоративну культуру та ефективність управління.

Завдання для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти

Завдання 1. Поясніть роль етики в сучасному бізнесі. Виберіть одну компанію і проаналізуйте, як дотримання етичних принципів вплинуло на її репутацію і успіх. Вкажіть конкретні приклади дій компанії, що демонструють її етичну поведінку, та оцініть їх результати.

Завдання 2. Проведіть дослідження основних етичних проблем, з якими стикаються сучасні організації. Охарактеризуйте одну з таких проблем, наприклад, корупцію або недобросовісну конкуренцію. Запропонуйте шляхи вирішення цієї проблеми, підкріплюючи свої пропозиції реальними або гіпотетичними прикладами. Наведіть конкретні приклади.

Завдання 3. Проаналізуйте етичні дилеми, з якими стикаються міжнародні компанії при веденні бізнесу в різних країнах.

3.1. Виберіть одну міжнародну компанію і дослідіть її стратегії ведення бізнесу в різних культурах і правових середовищах.

3.2. Розгляньте випадки, коли компанія стикалася з етичними дилемами, пов'язаними з корупцією, різними стандартами праці або екологічними питаннями.

3.3. Наведіть конкретні приклади таких дилем і опишіть, як компанія вирішувала ці проблеми, враховуючи етичні принципи та корпоративну соціальну відповідальність.

Завдання 4. Розгляньте вплив етичного лідерства на корпоративну культуру та успіх організації.

4.1. Визначте, що таке етичне лідерство і які його основні характеристики.

4.2. Оберіть компанію, відому своєю етичною корпоративною культурою, і дослідіть роль лідерів у формуванні та підтримці цієї культури.

4.3. Опишіть, як етичне лідерство впливає на мотивацію працівників, довіру клієнтів та загальний успіх бізнесу. Наведіть конкретні приклади з практики обраної компанії.

Кейс 5. Компанія займається виробництвом екологічно чистих продуктів. Вони стикаються з дилемою: використовувати дешевші матеріали, які можуть бути шкідливими для довкілля, або дорожчі, але екологічно чисті матеріали.

Обговоріть, які етичні принципи повинні керувати рішенням компанії. Як це рішення вплине на репутацію компанії та її довгостроковий успіх? Розробіть план дій, який допоможе компанії дотримуватися етичних стандартів, зберігаючи при цьому конкурентоспроможність.

Кейс 6. Велика корпорація виявила, що один з її постачальників використовує дитячу працю. Компанія має довгостроковий контракт з цим постачальником і розірвання контракту може призвести до значних фінансових втрат.

Необхідно розробити план дій для корпорації, враховуючи етичні норми та можливі наслідки для бізнесу. Як компанія може забезпечити етичність своїх постачальників у майбутньому? Запропонуйте шляхи контролю постачальників і усунення етичних проблем.

Кейс 7. Новий співробітник компанії, яка займається розвитком технологій не дотримується дрес-коду та часто запізнюється на зустрічі. Це викликає невдоволення серед колег і впливає на робочий процес.

Обговоріть, як керівництво компанії повинно вирішити цю ситуацію, зберігаючи професійні відносини та підтримуючи корпоративну культуру. Які заходи можна вжити для покращення службового етикету? Розробіть стратегію впровадження корпоративних стандартів.

Кейс 8. Під час переговорів між компаніями представник однієї з компаній використовує агресивний тон та особисті нападки, що створило напружену атмосферу і загрожує зривом угоди.

Необхідно розробити стратегію для врегулювання конфлікту та відновлення конструктивного діалогу. Які етичні норми повинні дотримуватися під час ділового спілкування? Як вирішити ситуацію, щоб обидві сторони залишилися задоволеними результатом переговорів?

Тематика рефератів/доповідей

1. Вплив дотримання етичних норм на репутацію компанії, залучення клієнтів і інвесторів.
2. Аналіз різних етичних дилем, з якими стикаються підприємства, та шляхи їх вирішення.
3. Роль корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) у бізнес-етиці.
4. Етичні норми у взаємовідносинах з партнерами та клієнтами.
5. Значення етичного лідерства (приклади етичних лідерів та їх вплив на корпоративну культуру і результати компанії).
6. Етика в міжнародному бізнесі: виклики та рішення.
7. Вплив етичних стандартів на внутрішню корпоративну культуру.
8. Етичні аспекти управління персоналом.
9. Етичні проблеми в рекламній діяльності.
10. Вплив етичної поведінки на фінансову стабільність та успіх компанії.

Питання для самоконтролю

1. Які основні принципи етики бізнесу і чому вони важливі для підприємств?
2. Як дотримання етичних норм впливає на репутацію компанії та її взаємовідносини з клієнтами та партнерами?
3. Які етичні дилеми можуть виникати у підприємницькій діяльності та як їх можна вирішити?

4. Що таке корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) і як вона пов'язана з етикою бізнесу?
5. Як етичне лідерство впливає на корпоративну культуру та успіх бізнесу?
6. Які приклади корпоративних етичних кодексів ви знаєте і як вони впливають на поведінку співробітників?
7. Як можна виміряти ефективність впровадження етичних практик у компанії?
8. Які етичні принципи слід враховувати при вирішенні конфліктів між працівниками і керівництвом?
9. Як участь компанії в благодійних та соціальних проектах може вплинути на її імідж та взаємини з суспільством?
10. Як забезпечити дотримання етичних норм у багатонаціональній компанії з різними культурними стандартами?

ТЕМА 5. ВИБІР СПОСОБУ ВХОДЖЕННЯ У БІЗНЕС

План

1. Відкриття нового бізнесу.
2. Придбання діючого бізнесу.
3. Придбання франшизи.

КОРОТКИЙ ОСНОВНИЙ ЗМІСТ

Відкриття нового бізнесу – це багатогранний процес, який охоплює ідею, планування, аналіз, організацію та реалізацію. Першим кроком є ідентифікація відповідного бізнесу, що відповідає вашим інтересам, компетенціям та фінансовим можливостям. Це крок, який вимагає глибокого розуміння ринку, потенційних клієнтів і власних можливостей. В основі бізнесу лежить ідея, яка має вирішувати конкретну проблему або задовольняти потреби клієнтів. Важливо дослідити ринок, щоб зрозуміти, чи є попит на ваш продукт або послугу.

Наступним етапом є створення бізнес-плану, тобто документу, який детально описує бізнес-ідею, цільову аудиторію, конкурентів, фінансові прогнози, маркетингову стратегію і план розвитку. Бізнес-план допомагає визначити, які ресурси потрібні, та оцінити ризики.

Важливо зареєструвати бізнес у відповідності до законодавства (вибір форми власності, оформлення необхідних ліцензій і дозволів) [36].

Одним із ключових аспектів відкриття нового бізнесу є фінансування, яке може бути забезпечене за рахунок власних коштів, інвесторів або банківських кредитів.

Успішний бізнес також залежить від правильно підібраної маркетингової стратегії. Залучення клієнтів, побудова бренду та забезпечення якісного сервісу допомагають завоювати довіру споживачів. Крім того, важливо адаптуватися до змін на ринку та технологічних інновацій.

Необхідно також формувати ефективну команду, яка поділяє цінності бізнесу і має відповідні компетенції. Управління бізнесом включає фінансовий контроль, управління персоналом і розвиток стратегії.

Ризики завжди є невід'ємною частиною підприємництва. Тому потрібно бути готовим до труднощів і постійно вдосконалювати свої знання та навички. Відкриття бізнесу – це не тільки шанс реалізувати свої мрії, але й можливість створити цінність для суспільства, отримати фінансову незалежність і зробити свій внесок у розвиток економіки.

Натомість, придбання діючого бізнесу може бути вигідним варіантом для тих, хто хоче уникнути ризиків, пов'язаних з запуском нового підприємства. Першим кроком є ідентифікація відповідного бізнесу, що відповідає вашим інтересам, компетенціям та фінансовим можливостям. Далі слідує процес оцінки бізнесу, який включає фінансовий аудит, перевірку юридичних документів, аналіз ринкових позицій та конкурентів [19]. Важливо визначити причини продажу бізнесу та переконатися, що немає прихованих проблем або боргів. Після цього слід провести переговори щодо ціни та умов придбання, укласти угоду та здійснити юридичне оформлення. Придбання діючого бізнесу також вимагає інтеграції в нову організацію, адаптації до існуючої корпоративної культури та планування подальшого розвитку.

Придбання франшизи надає можливість започаткувати бізнес під відомим брендом із вже встановленою бізнес-моделлю. Варто зазначити, що цей процес включає вибір франшизи, яка відповідає інтересам та фінансовим можливостям. Важливо ретельно вивчити умови франчайзингової угоди, включаючи початкові та поточні платежі, права і обов'язки сторін, підтримку з боку франчайзера. Придбання франшизи вимагає підписання угоди та дотримання стандартів і процедур, встановлених франчайзером. Варто зауважити, що цей варіант має кілька переваг, таких як: використання впізнаваного бренду, підтримка

маркетингових та операційних процесів, доступ до навчання та консалтингу. Однак, слід враховувати і обмеження, такі як: необхідність дотримання стандартів франчайзера та обмежений контроль над деякими аспектами бізнесу [35]. Придбання франшизи також вимагає початкового капіталу для оплати ліцензійного збору, обладнання та запуску бізнесу.

Вибір між відкриттям нового бізнесу, придбанням діючого бізнесу або франшизи залежить від багатьох факторів, включаючи особисті цілі, ризики, фінансові можливості та готовність до певного рівня контролю над бізнесом. Кожен з цих варіантів має свої переваги та недоліки, і важливо ретельно зважити всі аспекти перед прийняттям рішення.

ПИТАННЯ ДО ПРАКТИЧНОГО ЗАНЯТТЯ

1. Основні виклики та переваги відкриття нового бізнесу в сучасних умовах.
2. Ризики, які можуть виникнути при придбанні діючого бізнесу, і як їх можна мінімізувати.
3. Умови франшизи, які впливають на рівень свободи підприємця у прийнятті рішень.
4. Фінансові та операційні аспекти, які слід враховувати при виборі між відкриттям бізнесу, купівлею компанії та придбанням франшизи.
5. Оцінка ринкових перспектив та конкурентні переваги кожного з варіантів започаткування бізнесу.

Завдання для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти

Завдання 1. Оберіть одну з трьох стратегій входження у бізнес: відкриття нового бізнесу, придбання діючого бізнесу або франшизи. Опишіть переваги та недоліки обраної стратегії, проаналізуйте ризики та можливості. На прикладі конкретного бізнесу поясніть, чому ця стратегія є оптимальною для нього.

Завдання 2. Проведіть SWOT-аналіз для трьох стратегій входження у бізнес: відкриття нового бізнесу, придбання діючого бізнесу та придбання франшизи. Визначте сильні та слабкі сторони, можливості та загрози кожної стратегії. Зробіть висновок про те, яка стратегія є найбільш прийнятною в умовах сучасного ринку та обґрунтуйте свій вибір на прикладі реального або уявного бізнесу.

Завдання 3. Оцініть вплив зовнішніх і внутрішніх факторів на успішність новоствореного бізнесу.

3.1. Визначте основні зовнішні фактори (економічні, політичні, соціальні, технологічні), які можуть вплинути на діяльність нового бізнесу.

3.2. Охарактеризуйте внутрішні фактори (ресурси, управлінські рішення, корпоративна культура) і їхній вплив на функціонування бізнесу.

3.3. Проведіть аналіз конкретної компанії, оцініть, які фактори були вирішальними для її успіху або невдачі.

3.4. Запропонуйте стратегії, які допоможуть новим підприємцям ефективно справлятися з зовнішніми і внутрішніми викликами.

Завдання 4. Розробіть детальний план залучення інвестицій для старту нового бізнесу.

4.1. Визначте основні джерела фінансування (банківські кредити, венчурний капітал, краудфандинг) та обґрунтуйте вибір найбільш підходящих для вашого бізнесу.

4.2. Оцініть потенційні ризики та вигоди кожного джерела фінансування.

4.3. Опишіть кроки, необхідні для залучення інвестицій: підготовка бізнес-плану, презентація інвесторам, переговори.

4.4. Наведіть приклад успішної компанії, яка зуміла залучити інвестиції, і проаналізуйте, які фактори сприяли їх успіху

Кейс 5. Марія вирішила відкрити власну кав'ярню у центрі міста. Вона провела аналіз ринку і виявила, що в районі існує попит на кав'ярні з оригінальними напоями та здоровими перекусами. Марія має початковий капітал, але їй потрібно знайти приміщення, розробити меню і найняти персонал. Вона також стикається з питаннями щодо оформлення необхідних дозволів і ліцензій. Марія хоче створити унікальну атмосферу, яка б приваблювала клієнтів. Як їй ефективно розпочати бізнес і які першочергові кроки вона повинна зробити? Які ризики можуть виникнути та як їх мінімізувати?

Кейс 6. Олександр хоче придбати діючий ресторан, який власник вирішив продати через вихід на пенсію. Ресторан має стабільний потік клієнтів і хорошу репутацію, але потребує оновлення інтер'єру та модернізації кухонного обладнання. Олександр повинен оцінити фінансовий стан ресторану, провести аудит та визначити реальну вартість бізнесу. Він також планує внести зміни у меню і маркетингову стратегію, щоб залучити більше молоді аудиторії. Як Олександру провести аналіз діючого бізнесу і прийняти обґрунтоване рішення щодо його придбання? Які кроки він має зробити для успішної інтеграції нових ідей?

Кейс 7. Анна розглядає можливість придбання франшизи відомої мережі фітнес-центрів. Вона приваблена тим, що франшиза надає підтримку у маркетингу, навчанні персоналу та управлінні бізнесом. Анна повинна вивчити умови франчайзингової угоди, включаючи роялті, початкові інвестиції та поточні витрати. Вона також має оцінити ринок і знайти відповідне місце для нового фітнес-центру. Як Анні оцінити всі переваги та ризики придбання франшизи? Які кроки їй потрібно зробити для успішного запуску фітнес-центру за франшизою?

Тематика рефератів/доповідей

1. Відкриття нового бізнесу: переваги та виклики.
2. Придбання діючого бізнесу як стратегія входження на ринок.
3. Франчайзинг: можливості та ризики.
4. Порівняльний аналіз стратегій входження у бізнес: створення, придбання чи франшиза.
5. Вибір оптимальної стратегії входження у бізнес в умовах сучасного ринку.
6. Роль маркетингових досліджень при запуску нового бізнесу.
7. Аналіз фінансових аспектів придбання діючого бізнесу.
8. Юридичні аспекти та регулювання франчайзингових відносин.
9. Стратегії росту та розширення бізнесу: відкриття нових філій, придбання конкурентів, вихід на нові ринки.
10. Інноваційні підходи до розвитку бізнесу: технологічні стартапи та підприємництво в умовах цифрової економіки

Питання для самоконтролю

1. Які основні переваги та недоліки відкриття нового бізнесу порівняно з придбанням діючого бізнесу чи франшизи?
2. Які ключові фактори слід враховувати при виборі стратегії входження в бізнес?
3. Як ризики та можливості відрізняються між відкриттям нового бізнесу, придбанням діючого бізнесу та придбанням франшизи?
4. Які критерії можна використовувати для оцінки доцільності придбання діючого бізнесу?

5. Як вибір способу входження в бізнес може вплинути на довгостроковий успіх та розвиток підприємства?
6. Як оцінити ринковий попит на новий бізнес і які методи можна використовувати для цього аналізу?
7. Які основні ризики пов'язані з придбанням франшизи і як їх можна мінімізувати?
8. Які етапи потрібно пройти для успішного запуску нового бізнесу і як планувати ці етапи?
9. Як впливають макроекономічні фактори на вибір стратегії входження в бізнес?
10. Які переваги та виклики пов'язані з управлінням придбаним бізнесом у порівнянні з новоствореним бізнесом?

ТЕМА 6. МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ БІЗНЕСУ

План

1. Основні поняття маркетингу.
2. Методи дослідження ринку.
3. Маркетинговий комплекс.
4. Аналіз можливостей і результатів.

КОРОТКИЙ ОСНОВНИЙ ЗМІСТ

Маркетинг — це діяльність, спрямована на задоволення потреб і бажань споживачів через створення та просування продуктів або послуг. Його головна мета — забезпечення взаємної вигоди для компанії та клієнтів, сприяючи розвитку довгострокових відносин. Основними інструментами маркетингу є аналіз ринку, розробка стратегій, ціноутворення, реклама та комунікація. Ефективний маркетинг базується на розумінні цільової аудиторії, використанні інноваційних підходів та адаптації до змін середовища. Звідси і основними поняттями маркетингу є:

- потреби – це базові відчуття відсутності чогось необхідного для життя;
- бажання – конкретні форми, які приймають потреби під впливом культури та індивідуальних особливостей;
- попит – це бажання людей придбати конкретні продукти або послуги, підкріплене платоспроможністю [18].

Продуктом маркетингу є будь-яке благо, яке може задовольнити потреби і бажання споживачів. Цінність та якість є важливими характеристиками продукту, які впливають на його здатність задовольнити споживчі очікування. Обмін та угоди – це процеси, через які здійснюється передача продукту від продавця до покупця. Ринок – це сукупність потенційних покупців, які мають потребу у конкретному продукті і готові обміняти свої ресурси на його отримання.

Дослідження ринку є важливими для розуміння потреб споживачів і визначення ефективних маркетингових стратегій. Основні методи дослідження ринку включають спостереження, опитування, експеримент та аналіз вторинних даних.

Маркетинговий комплекс, або маркетинг-мікс, складається з чотирьох основних елементів: продукту, ціни, місця та просування.

Звідси, продукт – це те, що компанія пропонує на ринку, і він повинен відповідати потребам та бажанням споживачів. Ціна – це вартість продукту, яку споживач готовий заплатити, і вона повинна відображати цінність продукту, сприйнятливую ринком [31]. Місце включає канали розповсюдження, через які продукт потрапляє до кінцевого споживача, забезпечуючи зручність і доступність. Просування включає всі заходи, спрямовані на інформування, переконання і нагадування споживачам про продукт, зокрема рекламу, стимулювання збуту, зв'язки з громадськістю та особистий продаж. Кожен з цих елементів відіграє важливу роль у формуванні успішної маркетингової стратегії.

Аналіз можливостей і результатів є важливим етапом у маркетинговій діяльності, який дозволяє оцінити ефективність стратегій і тактик. SWOT-аналіз – це один з найпоширеніших методів, який включає оцінку сильних і слабких сторін, можливостей та загроз бізнесу. Аналіз конкурентів допомагає зрозуміти позицію компанії на ринку відносно інших гравців, визначити конкурентні переваги та слабкі місця. Аналіз споживачів включає вивчення їхніх потреб, уподобань, поведінки і задоволення від продукту. Аналіз ринку загалом дозволяє оцінити макроекономічні фактори, ринкові тенденції та зміни у зовнішньому середовищі, які можуть вплинути на діяльність компанії. Використання цих методів аналізу дозволяє підприємствам приймати обґрунтовані рішення, адаптуватися до змін і успішно конкурувати на ринку [30].

Крім традиційних підходів, сучасний маркетинг активно використовує цифрові технології, такі як соціальні мережі, контент-маркетинг, пошукова оптимізація та персоналізація пропозицій. Такі інструменти дозволяють досягати цільової аудиторії ефективніше та будувати довгострокові відносини з клієнтами. Важливою складовою маркетингової стратегії також є брендинг – створення унікального образу компанії або продукту, що допомагає завоювати лояльність споживачів.

ПИТАННЯ ДО ПРАКТИЧНОГО ЗАНЯТТЯ

1. Сучасні технології, які впливають на ефективність маркетингових стратегій.
2. Методи маркетингового дослідження, які є найбільш ефективними для різних ринків.
3. Маркетинг-мікс та адаптація до змін у поведінці споживачів.
4. Фактори, які визначають успішний брендинг та його вплив на довгострокову лояльність клієнтів.
5. Конкуренція та ринкові тренди, які впливають на вибір маркетингових стратегій компаніями.

Завдання для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти

Завдання 1. Оберіть реальний бізнес і проведіть дослідження ринку. Використовуючи методи спостереження та опитування, зберіть дані про потреби та уподобання споживачів цього бізнесу. Підготуйте звіт, в якому опишіть результати дослідження, виявлені тенденції та рекомендації для покращення маркетингової стратегії бізнесу.

Завдання 2. Проведіть SWOT-аналіз обраного бізнесу. Визначте сильні і слабкі сторони, можливості і загрози для бізнесу на основі зібраних даних та аналізу ринку. Підготуйте презентацію, у якій надайте рекомендації для розвитку бізнесу з урахуванням результатів SWOT-аналізу, а також запропонуйте стратегії для досягнення конкурентних переваг.

Завдання 3. Розробіть план впровадження нової продукції на ринок для обраного бізнесу.

3.1. Визначте основні етапи впровадження, починаючи від дослідження ринку і до післяпродажного обслуговування.

3.2. Охарактеризуйте цільову аудиторію нової продукції, використовуючи дані про демографічні, психографічні та поведінкові характеристики споживачів.

3.3. Опишіть стратегії позиціонування та комунікації з потенційними клієнтами, використовуючи різні маркетингові канали.

3.4. Підготуйте прогноз продажів на перші шість місяців після запуску продукції та обґрунтуйте свої очікування, базуючись на проведеному аналізі ринку.

Завдання 4. Проаналізуйте ефективність рекламної кампанії обраного бізнесу та розробіть рекомендації для її покращення.

4.1. Зберіть дані про поточну рекламну кампанію, включаючи бюджети, використовувані канали комунікації, типи рекламних матеріалів та цільову аудиторію.

4.2. Проведіть аналіз результатів кампанії за допомогою ключових показників ефективності (KPI), таких як охоплення аудиторії, рівень взаємодії, конверсії та ROI.

4.3. Визначте основні сильні та слабкі сторони кампанії, а також можливості для її оптимізації.

4.4. Запропонуйте конкретні дії для покращення ефективності рекламної кампанії,

такі як зміна таргетингу, використання нових рекламних форматів або покращення контенту.

Кейс 5. Ви вирішили відкрити інтернет-магазин з продажу ексклюзивних аксесуарів ручної роботи. Ви знаєте, що для успішного бізнесу важливо розуміти основні поняття маркетингу, такі як цільова аудиторія, позиціонування та унікальна торгова пропозиція (УТП). Необхідно також провести аналіз ринку, щоб визначити, хто є потенційними клієнтами і чого вони очікують від продукту. Також необхідно розробити УТП, що підкреслює унікальність аксесуарів. Як правильно застосувати ці основні поняття маркетингу для успішного запуску свого бізнесу? Які кроки необхідно зробити, щоб привернути увагу цільової аудиторії та створити конкурентоспроможний бренд?

Кейс 6. Ви плануєте відкрити новий ресторан у центрі міста і хочете провести дослідження ринку, щоб зрозуміти потреби та вподобання потенційних клієнтів. Ви вирішуєте використовувати різні методи дослідження ринку, такі як опитування, фокус-групи та аналіз конкурентів. Вам необхідно зібрати дані про популярні страви, цінові категорії та очікуваний рівень обслуговування. Як Вам ефективно застосувати результати дослідження для розробки концепції ресторану і маркетингової стратегії? Які методи дослідження ринку виявилися найкориснішими для Вашого бізнесу?

Кейс 7. Ви керуєте невеликим бізнесом з виробництва натуральної косметики і хочете розробити ефективну маркетингову стратегію. Вирішуєте застосувати концепцію маркетингового комплексу (4P): продукт, ціна, місце та просування. Аналізуєте, які продукти користуються попитом, встановлюєте конкурентні ціни, обираєте канали збуту та розробляєте план просування. Як можна оптимізувати маркетинговий комплекс для підвищення продажів і задоволення потреб клієнтів? Які з елементів маркетингового комплексу вимагають особливої уваги для Вашого бізнесу?

Кейс 8. Ви працюєте маркетологом у компанії з виробництва спортивного обладнання. Отримуєте завдання провести аналіз можливостей і результатів минулої маркетингової кампанії для нового продукту. Збираєте дані про продажі, відгуки клієнтів та ефективність рекламних каналів. Використовуєте методи SWOT-аналізу для оцінки сильних і слабких сторін, можливостей і загроз. Як Вам можна використовувати результати аналізу для покращення майбутніх маркетингових стратегій? Які ключові висновки слід зробити для підвищення ефективності маркетингових кампаній у майбутньому?

Тематика рефератів/доповідей

1. Методи дослідження ринку: теорія та практика.
2. Аналіз конкурентного середовища: підходи та інструменти.
3. Вивчення поведінки споживачів: методи та результати.
4. Маркетингові дослідження для запуску нових продуктів.
5. Використання великих даних у маркетингових дослідженнях.
6. Ефективність рекламних кампаній: методи оцінки та практичні приклади.
7. Маркетинг у соціальних мережах: стратегії та результати.
8. Сегментація ринку: методи та практичні приклади.
9. Етика у маркетингових дослідженнях.
10. Брендінг і позиціонування: створення та підтримка конкурентних переваг.

Питання для самоконтролю

1. Які основні методи маркетингових досліджень ви знаєте, і в яких випадках вони найбільш ефективні?
2. Як провести SWOT-аналіз для визначення сильних і слабких сторін, можливостей і загроз для бізнесу?
3. Які ключові етапи включає процес маркетингового дослідження ринку, і чому кожен з них важливий?
4. Як аналіз поведінки споживачів впливає на розробку маркетингових стратегій?
5. Які метрики та показники можна використовувати для оцінки ефективності маркетингових досліджень?
6. Як визначити цільову аудиторію і які методи можна використовувати для її сегментації?
7. Які основні відмінності між кількісними та якісними методами маркетингових досліджень?
8. Як використання великих даних може покращити точність маркетингових досліджень і прийняття рішень?
9. Які стратегії можна застосувати для збору даних про конкурентів і їх аналізу?
10. Як результати маркетингових досліджень можуть бути використані для оптимізації продуктової лінійки компанії?

ТЕМА 7. БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ

План

1. Поняття та роль бізнес-плану.
2. Підготовка до розробки бізнес-плану.
3. Структура, логіка розробки та оформлення бізнес-плану.

КОРОТКИЙ ОСНОВНИЙ ЗМІСТ

Бізнес-планом прийнято вважати документ, що детально описує цілі, стратегії, ринки, фінансові прогнози та ресурси, необхідні для реалізації бізнес-ідеї. Він є фундаментом для планування, управління та розвитку бізнесу. Основною особливістю бізнес-плану є допомога підприємцям у визначенні головних аспектів їх діяльності, оцінці життєздатності бізнес-ідеї та залученні інвесторів. Бізнес-план також слугує інструментом для моніторингу та оцінки прогресу компанії, забезпечуючи зворотний зв'язок та можливість коригування стратегії [23]. Він сприяє більш обґрунтованому прийняттю рішень та мінімізації ризиків, пов'язаних з підприємницькою діяльністю.

Існує декілька кроків підготовки до розробки бізнес-плану. По-перше, необхідно провести ретельне дослідження ринку, визначити цільову аудиторію та конкурентів. Важливо також оцінити доступні ресурси та визначити можливі джерела фінансування. Далі необхідно визначити основні цілі бізнесу та стратегії їх досягнення. Треба зібрати всі необхідні дані та інформацію, які стануть основою для розробки бізнес-плану. Важливо також встановити часові рамки для реалізації різних етапів проекту та визначити відповідальних осіб за кожну дію.

Структура бізнес-плану може варіюватися залежно від специфіки бізнесу, але зазвичай включає такі розділи: резюме, опис бізнесу, аналіз ринку, маркетингова стратегія, операційний план, організаційна структура, фінансовий план та додатки.

Логіка розробки бізнес-плану передбачає послідовне і логічне викладення інформації, щоб забезпечити її зрозумілість та доступність. Кожен розділ повинен бути детально опрацьований та підкріплений фактами і даними [18].

Оформлення бізнес-плану повинно бути професійним, з використанням чітких заголовків, підзаголовків, графіків та таблиць, що допоможе зробити документ більш привабливим для потенційних інвесторів та партнерів.

Презентація бізнес-плану є важливим етапом у процесі залучення фінансування та партнерів. Вона повинна бути короткою, але водночас інформативною та переконливою. Під час презентації необхідно зосередитися на ключових аспектах бізнесу: унікальній пропозиції, ринкових можливостях, стратегіях та фінансових прогнозах. Важливо чітко висвітлити переваги бізнесу та переконати слухачів у його життєздатності. Візуальні матеріали, такі як слайди, графіки та діаграми, можуть значно покращити сприйняття інформації. Необхідно бути готовим до запитань та критичних зауважень, демонструючи впевненість та готовність до викликів. Успішна презентація бізнес-плану може стати вирішальним кроком на шляху до отримання підтримки та ресурсів, необхідних для реалізації бізнес-ідеї.

Важливою складовою успішного бізнес-плану є ризик-менеджмент. Оцінка потенційних ризиків та розробка плану їх мінімізації допомагає уникнути непередбачених ситуацій. Дослідження тенденцій у галузі та ринкових факторів також є ключовими для коригування бізнес-стратегії. Врахування юридичних аспектів, таких як реєстрація компанії, відповідність нормативним вимогам та питання ліцензування, є важливим етапом при розробці бізнес-плану [34]. Також слід звернути увагу на формування команди – правильний підбір співробітників, визначення їх компетенцій та функцій сприяє ефективному розвитку бізнесу.

Зрештою, ефективний бізнес-план не тільки сприяє успішному старту бізнесу, але й забезпечує його довгострокову стабільність і конкурентоспроможність. Підприємці, які створюють реалістичні та добре структуровані бізнес-плани, мають значно більше шансів на залучення фінансування та досягнення поставлених цілей.

ПИТАННЯ ДО ПРАКТИЧНОГО ЗАНЯТТЯ

1. Ключові елементи, які має містити ефективний бізнес-план.
2. Аналіз ринку та його вплив на стратегічні рішення у бізнес-плані.
3. Сетоди оцінки ризиків, які слід використовувати при розробці бізнес-плану.
4. Бізнес-план та його вплив на прийняття рішень інвесторами.
5. Найбільші помилки, які допускають підприємці при створенні бізнес-планів.
6. Презентація бізнес-плану.

Завдання для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти

Завдання 1. Розробіть короткий бізнес-план для запуску нового стартапу. Опишіть основні розділи бізнес-плану: ринковий аналіз, маркетингова стратегія, фінансовий план та операційний план. Поясніть, як кожен розділ сприяє загальному успіху бізнесу і які основні ризики та можливості ви врахували під час планування.

Завдання 2. Розробіть та презентуйте короткий бізнес-план для нової послуги або продукту у вашій області досліджень. Включіть наступні розділи: резюме, аналіз ринку, маркетингова стратегія, фінансовий план, операційний план.

Підготуйте презентацію з використанням візуальних матеріалів (слайди, графіки, діаграми) і презентуйте її.

Завдання 3. Розробіть стратегію виходу на новий ринок для існуючого бізнесу.

3.1. Визначте ринок, на який бізнес планує вийти, і проведіть його аналіз, зокрема аналіз конкурентів та потенційних клієнтів.

3.2. Опишіть маркетингову стратегію для залучення нових клієнтів на цьому ринку, включаючи канали просування та рекламні заходи.

3.3. Підготуйте фінансовий план, включаючи оцінку витрат на вихід на новий ринок та очікувані доходи.

3.4. Окресліть основні ризики, пов'язані з виходом на новий ринок, та розробіть стратегії для їх мінімізації.

Завдання 4. Розробіть план розширення бізнесу через запуск додаткових послуг.

4.1. Опишіть додаткові послуги, які бізнес планує запровадити, та поясніть їхню доцільність на основі ринкового дослідження.

4.2. Проведіть аналіз цільової аудиторії для нових послуг, зокрема виявлення потреб та уподобань потенційних клієнтів.

4.3. Підготуйте операційний план для впровадження нових послуг, включаючи необхідні ресурси, процеси та терміни виконання.

4.4. Оцініть фінансові аспекти розширення, включаючи прогнозовані витрати та доходи, а також потенційні ризики та стратегії їх управління.

Кейс 5. Іван вирішив відкрити кав'ярню в центрі міста. Він знає, що перед початком потрібно розробити бізнес-план. Йому важливо зрозуміти, як бізнес-план може допомогти залучити інвесторів, визначити цільову аудиторію та спланувати фінанси. Іван читає матеріали про бізнес-планування, але все ще вагається, чи варто витрачати час на його складання. Як йому пояснити важливість бізнес-плану та яку роль він відіграє у створенні успішного бізнесу? Які основні компоненти бізнес-плану йому слід включити, щоб

переконати інвесторів у перспективності свого проекту?

Кейс 6. Ольга планує відкрити магазин екологічних товарів. Вона хоче підготувати якісний бізнес-план, але не знає, з чого почати. Ольга вирішила зібрати інформацію про ринок, конкурентів та потенційних клієнтів. Вона також має провести SWOT-аналіз для визначення сильних та слабких сторін свого бізнесу. Які ще підготовчі етапи їй варто пройти перед розробкою бізнес-плану? Як їй систематизувати зібрану інформацію, щоб бізнес-план був максимально інформативним та реалістичним?

Кейс 7. Андрій отримав завдання розробити бізнес-план для стартапу з виробництва смарт-гаджетів. Йому потрібно скласти чітку структуру бізнес-плану, яка включає розділи про ринковий аналіз, маркетингову стратегію, фінансовий план та операційний план. Андрій вирішує користуватися логічною послідовністю розділів та зрозумілим оформленням документа. Як йому правильно організувати розділи бізнес-плану та забезпечити їх логічну зв'язність? Які ключові елементи слід включити у кожний розділ, щоб бізнес-план був зрозумілим та переконливим для інвесторів?

Кейс 8. Катерина розробила бізнес-план для свого проекту з відкриття фітнес-студії і тепер готується до презентації перед потенційними інвесторами. Вона розуміє, що презентація повинна бути короткою, чіткою та переконливою. Катерина вирішує підготувати слайди, які включатимуть ключові моменти бізнес-плану, графіки та діаграми, щоб візуально представити інформацію. Як їй підготуватися до презентації, щоб вразити інвесторів та отримати фінансування? Які аспекти бізнес-плану слід підкреслити під час презентації та як відповісти на можливі питання інвесторів?

Тематика рефератів/доповідей

1. Етапи створення бізнес-плану, від ідеї до презентації, з акцентом на важливість кожного етапу для успіху бізнесу.
2. Методи та інструменти аналізу ринку, які використовуються при розробці бізнес-плану, з прикладами успішних кейсів.
3. Фінансовий план у бізнес-плануванні: компоненти та методи оцінки.
4. Аналіз стратегічних аспектів бізнес-плану, включаючи визначення цілей, розробку стратегій та оцінку ризиків і можливостей.
5. Роль бізнес-плану у залученні інвестицій.
6. Аналіз конкурентного середовища у бізнес-плануванні.
7. Інновації та бізнес-планування: як нові технології впливають на розробку бізнес-плану.
8. Маркетинговий план у структурі бізнес-плану: підходи та ключові елементи.
9. Оцінка ефективності бізнес-плану: методи та критерії.
10. Екологічна відповідальність у бізнес-плануванні.

Питання для самоконтролю

1. Які основні складові бізнес-плану і яку роль вони відіграють у загальному плануванні бізнесу?
2. Як оцінити ринок та конкурентів при розробці бізнес-плану, і чому це важливо?
3. Які методи фінансового прогнозування використовуються у бізнес-плануванні, і як вони допомагають у прийнятті рішень?
4. Яку роль відіграє аналіз ризиків у бізнес-плануванні, і як можна мінімізувати потенційні загрози?

5. Як правильно підготувати та презентувати бізнес-план інвесторам чи партнерам для залучення фінансування?
6. Як визначити цільову аудиторію та її потреби при розробці бізнес-плану?
7. Які ключові показники ефективності (KPI) слід враховувати у бізнес-плані, і як вони впливають на оцінку результатів?
8. Як розробити операційний план у складі бізнес-плану та які його основні компоненти?
9. Які джерела фінансування можна використовувати для запуску нового бізнесу та як оцінити їхню доцільність?
10. Як правильно визначити та інтегрувати маркетингову стратегію в бізнес-план?

ТЕМА 8. ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ В БІЗНЕСІ

План

1. Основи розвитку бізнесу за допомогою Інтернету.
2. Проектування комерційного сайту компанії.
3. Оцінювання результативності використання інтернет-технологій у бізнесі.

КОРОТКИЙ ОСНОВНИЙ ЗМІСТ

Інтернет відкриває безліч можливостей для розвитку бізнесу, дозволяючи охоплювати ширшу аудиторію та використовувати новітні технології для підвищення ефективності. Основні засади розвитку бізнесу через Інтернет включають створення і підтримку веб-сайтів, використання соціальних мереж, цифрового маркетингу, електронної комерції та онлайн-сервісів. Бізнеси можуть залучати клієнтів через таргетовану рекламу, SEO-оптимізацію та контент-маркетинг. Соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram і LinkedIn, надають платформи для взаємодії з аудиторією та побудови бренду. Електронна комерція дозволяє бізнесам продавати продукти і послуги онлайн, забезпечуючи зручність для клієнтів та розширюючи ринок збуту [12]. Онлайн-сервіси, такі як клієнтська підтримка через чат-боти та автоматизовані системи бронювання, підвищують якість обслуговування та задоволеність клієнтів.

Проектування комерційного сайту компанії починається з визначення його цілей та аудиторії. Важливо розробити привабливий та функціональний дизайн, який відповідає корпоративному стилю та буде зручний для користувачів. Основні елементи комерційного сайту включають головну сторінку з інформацією про компанію, каталог продуктів або послуг, розділи з описом умов співпраці, контактну інформацію та форми для зворотного зв'язку. Додатковими елементами можуть бути блог з корисними статтями, відгуки клієнтів, інтеграція з соціальними мережами та онлайн-чат для підтримки. Важливо забезпечити адаптивність сайту для мобільних пристроїв, оскільки більшість користувачів переглядають сайти з мобільних гаджетів. Швидкість завантаження сайту та надійність його роботи також є важливими факторами для успішної взаємодії з клієнтами.

Оцінювання результативності використання інтернет-технологій у бізнесі передбачає аналіз різних показників та полягає у визначенні їх впливу на досягнення стратегічних і операційних цілей компанії. Воно включає аналіз ключових показників ефективності (KPI), таких як збільшення продажів, зростання аудиторії, покращення конверсії та підвищення лояльності клієнтів [4]. Важливими аспектами є оцінка рентабельності інвестицій (ROI), зниження витрат на маркетинг і підвищення продуктивності завдяки автоматизації процесів. Такий підхід дозволяє бізнесу адаптувати стратегії, покращувати конкурентоспроможність і забезпечувати стійкий розвиток у цифровому середовищі.

Ці аспекти допомагають бізнесам ефективно використовувати інтернет-технології для розвитку, взаємодії з клієнтами та досягнення конкурентних переваг.

ПИТАННЯ ДО ПРАКТИЧНОГО ЗАНЯТТЯ

1. Стратегії таргетування реклами, які є найбільш ефективними для різних типів бізнесів в Інтернеті.
2. Забезпечення безпеки даних клієнтів у електронній комерції та онлайн-сервісах.
3. Онлайн-інструменти маркетингу.
4. Оцінка результативності онлайн-маркетингових кампаній.
5. Мобільні додатки, які змінюють взаємодію бізнесів з клієнтами і підвищують їх лояльність.

Завдання для поточного контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти

Завдання 1. Проведіть аналіз ефективності використання інтернет-технологій у реальному бізнесі. Оберіть компанію і дослідіть, як вона використовує інтернет для просування своїх продуктів чи послуг. Оцініть її стратегії з точки зору SEO, соціальних мереж, електронної комерції та контент-маркетингу. Підготуйте звіт з рекомендаціями щодо покращення цих стратегій.

Завдання 2. Розробіть проект комерційного сайту для малого бізнесу. Включіть структуру сайту, опис основних розділів (головна сторінка, каталог продуктів, контакти, блог тощо) і план просування сайту в інтернеті. Обґрунтуйте вибір інструментів для SEO, соціальних медіа та онлайн-реклами, які ви будете використовувати для залучення цільової аудиторії.

Завдання 3. Аналіз впливу соціальних медіа на збільшення продажів у бізнесі.

3.1. Оберіть компанію, яка активно використовує соціальні медіа для просування своєї продукції чи послуг.

3.2. Проведіть аналіз її присутності у соціальних мережах (Facebook, Instagram, LinkedIn тощо).

3.3. Визначте основні стратегії, які компанія використовує для залучення клієнтів та взаємодії з аудиторією.

3.4. Оцініть ефективність цих стратегій за допомогою ключових показників (кількість підписників, рівень взаємодії, конверсії, зростання продажів).

3.5. Підготуйте рекомендації щодо покращення використання соціальних медіа для досягнення ще кращих результатів.

Завдання 4. Розробка стратегії контент-маркетингу для малого бізнесу.

4.1. Оберіть малий бізнес і визначте його цільову аудиторію та основні канали комунікації (блог, соціальні мережі, YouTube тощо).

4.2. Проведіть аналіз поточного контенту, що використовується бізнесом, визначте його сильні та слабкі сторони.

4.3. Розробіть план створення та розповсюдження нового контенту, який відповідатиме інтересам та потребам цільової аудиторії.

4.4. Включіть різні типи контенту (статті, відео, інфографіки) та обґрунтуйте вибір кожного з них.

4.5. Запропонуйте стратегії вимірювання ефективності контент-маркетингу, включаючи ключові показники результативності (KPI) та методи їх аналізу.

Кейс 5. Компанія ORGANIC'22 займається виробництвом та продажем органічних продуктів харчування. Вони вирішили розширити свій бізнес за допомогою Інтернету. Необхідно розробити стратегію розвитку бізнесу компанії в Інтернеті, враховуючи наступні аспекти:

- визначення цільової аудиторії;
- створення та оптимізація веб-сайту;
- використання соціальних мереж для просування продукції;
- впровадження інтернет-реклами (контекстна реклама, банери, партнерські програми);
- аналіз конкурентів та ринку.

Кейс 6. Компанія АЛЛО займається продажем електроніки та побутової техніки. Вони вирішили створити новий комерційний сайт для збільшення продажів. Необхідно розробити проект комерційного сайту для компанії, враховуючи наступні аспекти:

- структура сайту (головна сторінка, каталог товарів, сторінка товару, кошик, оформлення замовлення, контактна інформація);
- дизайн сайту (зручність користування, адаптивність для мобільних пристроїв, візуальна привабливість);
- функціональність сайту (пошук товарів, фільтри, сортування, відгуки клієнтів);
- інтеграція з платіжними системами та службами доставки;

Кейс 7. Компанія CHER'17 займається продажем одягу та аксесуарів. Вони активно використовують інтернет-технології для просування свого бізнесу. Необхідно оцінити результативність використання інтернет-технологій у бізнесі компанії, враховуючи наступні аспекти:

- аналіз трафіку на веб-сайті (кількість відвідувачів, джерела трафіку, поведінка користувачів);
- оцінка ефективності інтернет-реклами (CTR, конверсії, ROI);
- вплив соціальних мереж на продажі (кількість підписників, взаємодія з контентом, продажі через соціальні мережі);
- аналіз відгуків клієнтів та їх вплив на репутацію компанії;
- визначення сильних та слабких сторін інтернет-стратегії компанії.

Тематика рефератів/доповідей

1. Дослідження впливу соціальних мереж на бізнес, ефективність маркетингових кампаній у Facebook, Instagram, LinkedIn та інших платформах.
2. Електронна комерція: тренди та перспективи.
3. Використання SEO для підвищення видимості бізнесу в Інтернеті.
4. Інтернет-реклама: ефективність та ROI.
5. Аналіз даних та великих даних для прийняття бізнес-рішень.
6. Роль контент-маркетингу в підвищенні впізнаваності бренду.
7. Розробка і впровадження стратегії електронної пошти (Email-маркетинг).
8. Вплив мобільних технологій на електронну комерцію.
9. Етичні аспекти інтернет-маркетингу.
10. Автоматизація маркетингу: інструменти та перспективи.

Питання для самоконтролю

1. Які основні переваги використання інтернет-технологій для розвитку бізнесу?
2. Як електронна комерція змінює традиційні моделі бізнесу і які виклики постають перед підприємствами?
3. Які стратегії SEO (пошукова оптимізація) можна застосувати для підвищення видимості сайту бізнесу в пошукових системах?
4. Які метрики використовуються для оцінки ефективності онлайн-реклами і як вони впливають на маркетингові рішення?
5. Як соціальні мережі можуть сприяти залученню клієнтів і підтримці бренду бізнесу?
6. Як визначити цільову аудиторію для інтернет-маркетингової кампанії?
7. Які інструменти аналітики веб-сайтів існують і як їх використовувати для покращення бізнес-стратегій?
8. Як автоматизація маркетингу може підвищити ефективність комунікації з клієнтами?
9. Які ключові фактори слід враховувати при розробці контент-стратегії для комерційного сайту?
10. Як інтернет-технології можуть допомогти у вдосконаленні процесів управління клієнтськими відносинами (CRM)?

ТЕСТОВІ ЗАПИТАННЯ

1. Який з наступних документів є основним для створення бізнесу?
А) Бізнес-план;
Б) Статут компанії;
В) Податкова декларація;
Г) Маркетинговий план.
2. Що таке SWOT-аналіз?
А) Аналіз конкурентів;
Б) Аналіз ринку;
В) Аналіз сильних і слабких сторін, можливостей і загроз;
Г) Аналіз фінансових показників.
3. Який з наступних етапів є першим у процесі створення бізнесу?
А) Отримання фінансування;
Б) Реєстрація компанії;
В) Розробка бізнес-плану;
Г) Найм персоналу.
4. Який метод фінансування передбачає залучення коштів від багатьох людей через інтернет-платформи?
А) Банківський кредит;
Б) Венчурний капітал;
В) Краудфандинг;
Г) Лізинг.
5. Що таке франчайзинг?
А) Придбання діючого бізнесу;
Б) Спільне підприємництво;
В) Запуск нового бізнесу;
Г) Ліцензування права на використання торгової марки та бізнес-моделі.
6. Який з наступних показників відображає прибутковість бізнесу?
А) Витрати;
Б) Дохід;
В) Маржа прибутку;
Г) Обсяг продажів.
7. Яка з наступних характеристик є ключовою для успішного підприємця?
А) Консервативність;
Б) Ризикофобія;
В) Креативність;
Г) Пасивність.
8. Який з наступних елементів є частиною маркетингового комплексу (4P)?
А) Продукт;
Б) Потенціал;
В) Партнерство;
Г) Персонал.
9. Що таке цільова аудиторія?
А) Усі люди на планеті;
Б) Специфічна група споживачів, на яку націлений продукт або послуга;
В) Випадкові клієнти;
Г) Співробітники компанії.
10. Що є метою маркетингових досліджень?
А) Збільшення витрат;
Б) Зниження якості продукції;

- В) Отримання інформації про ринок та споживачів;
- Г) Введення нових податків.

11. Який документ визначає місію, бачення і цілі компанії?

- А) Прайс-лист;
- Б) Бізнес-план;
- В) Інструкція користувача;
- Г) Податкова декларація.

12. Що таке венчурний капітал?

- А) Державні гранти;
- Б) Інвестиції від венчурних капіталістів у стартапи з високим ризиком;
- В) Банківські кредити;
- Г) Особисті заощадження.

13. Який з наступних видів аналізу допомагає зрозуміти конкурентну позицію бізнесу на ринку?

- А) PEST-аналіз;
- Б) Портфельний аналіз;
- В) SWOT-аналіз;
- Г) Фінансовий аналіз.

14. Який з наступних факторів не входить до маркетингового комплексу (4P)?

- А) Продукт;
- Б) Ціна;
- В) Місце;
- Г) Політика.

15. Що таке бізнес-модель?

- А) План розвитку персоналу;
- Б) Опис способу, яким бізнес створює, доставляє та отримує цінність;
- В) Маркетинговий бюджет;
- Г) Контракт з постачальниками.

16. Що означає термін "поточні витрати"?

- А) Витрати на розширення бізнесу;
- Б) Постійні витрати на виробництво та операції;
- В) Капітальні витрати;
- Г) Витрати на рекламу.

17. Яка з наступних рис є основою для успішного партнерства у бізнесі?

- А) Недовіра;
- Б) Взаємна повага;
- В) Конкуренція;
- Г) Індивідуалізм.

18. Що таке диверсифікація?

- А) Зменшення витрат;
- Б) Збільшення частки ринку;
- В) Розширення асортименту продуктів або ринків;
- Г) Підвищення цін.

19. Який з наступних документів не є частиною фінансового плану бізнесу?

- А) Баланс;
- Б) Звіт про прибутки та збитки;
- В) Бюджет маркетингу;
- Г) Графік погашення кредиту.

20. Що таке ROI (Return on Investment)?

- А) Загальний дохід компанії;
- Б) Витрати на виробництво;

- В) Рентабельність інвестицій;
- Г) Баланс компанії.

21. Що включає операційний план бізнесу?

- А) Стратегію просування продукту;
- Б) Розподіл ресурсів, виробничий процес та управління персоналом;
- В) Маркетингові дослідження;
- Г) Фінансові прогнози.

22. Який з наступних способів є ефективним для управління ризиками у бізнесі?

- А) Ігнорування проблем;
- Б) Прийняття заходів з мінімізації ризиків;
- В) Збільшення витрат;
- Г) Уникнення нових проектів.

23. Що таке лізинг?

- А) Продаж бізнесу;
- Б) Оренда обладнання або нерухомості з подальшою можливістю викупу;
- В) Кредитування на розвиток бізнесу;
- Г) Державна підтримка.

24. Який з наступних етапів не є частиною життєвого циклу продукту?

- А) Розробка;
- Б) Зростання;
- В) Зрілість;
- Г) Занепад.

25. Що таке сегментація ринку?

- А) Об'єднання ринку в одну групу;
- Б) Розділення ринку на однорідні групи споживачів;
- В) Зниження цін на продукцію;
- Г) Підвищення рекламних витрат.

26. Що таке франшиза?

- А) Нова компанія;
- Б) Ліцензія на використання бренду та бізнес-моделі існуючої компанії;
- В) Купівля акцій компанії;
- Г) Інвестиційний фонд.

27. Які фактори слід враховувати при виборі цільового ринку?

- А) Вік споживачів;
- Б) Доходи споживачів;
- В) Поведінкові особливості споживачів;
- Г) Усі вищезазначені.

28. Що таке унікальна торгова пропозиція (USP)?

- А) Ціна продукту;
- Б) Відмінна характеристика продукту або послуги, яка виділяє його серед конкурентів;
- В) Витрати на виробництво;
- Г) Дизайн упаковки.

29. Що таке логістика?

- А) Управління фінансами компанії;
- Б) Організація та управління рухом товарів від постачальника до споживача;
- В) Стратегія просування продукту;
- Г) Управління персоналом.

30. Що таке ринкова ніша?

- А) Великий сегмент ринку;
- Б) Малий, спеціалізований сегмент ринку, що має свої унікальні потреби;
- В) Ринок з високою конкуренцією;

Г) Ринок з низькою конкуренцією.

31. Який з наступних методів є прикладом просування продукту?

- А) Реклама;
- Б) Зниження витрат;
- В) Збільшення виробництва;
- Г) Оптимізація процесів.

32. Що таке бренд?

- А) Технологія виробництва;
- Б) Різновид упаковки;
- В) Ім'я, термін, знак, символ або дизайн, які ідентифікують продукти чи послуги компанії та відрізняють їх від конкурентів;
- Г) Фінансова стратегія.

33. Яка з наступних стратегій маркетингу передбачає залучення нових клієнтів шляхом надання їм тимчасових знижок або акцій?

- А) PR-стратегія;
- Б) Стратегія стимулювання збуту;
- В) Стратегія брендингу;
- Г) Стратегія сегментації ринку.

34. Що таке конкурентна перевага?

- А) Кількість співробітників компанії;
- Б) Перевага над конкурентами завдяки унікальним характеристикам продукту або послуги;
- В) Величина ринкової частки;
- Г) Витрати на рекламу.

35. Яка з наступних форм власності найбільше підходить для малого бізнесу?

- А) Корпорація;
- Б) Партнерство;
- В) Індивідуальне підприємництво;
- Г) Державне підприємство.

36. Що таке краудфандинг?

- А) Фінансування за рахунок власних заощаджень;
- Б) Колективне фінансування проекту великою кількістю людей через спеціалізовані платформи;
- В) Отримання гранту;
- Г) Венчурне інвестування.

37. Що таке унікальна торгова пропозиція (USP)?

- А) Ім'я бренду;
- Б) Відмінна характеристика продукту або послуги, яка виділяє його серед конкурентів;
- В) Ціна продукту;
- Г) Кількість продавців.

38. Що включає у себе концепція 4P в маркетингу?

- А) Продукт, ціна, місце, просування;
- Б) Продукт, виробництво, промоція, прибуток;
- В) Прогноз, ціна, місце, просування;
- Г) Публіка, продукт, просування, прибуток.

39. Що таке бенчмаркінг?

- А) Процес зниження витрат;
- Б) Процес порівняння бізнес-процесів і показників з найкращими практиками в галузі;
- В) Процес найму персоналу;
- Г) Процес розробки продукту.

40. Що таке рентабельність?

- А) Загальна вартість активів компанії;
- Б) Співвідношення прибутку до витрат;

- В) Кількість працівників у компанії;
- Г) Витрати на маркетинг.

41. Що таке стартап?

- А) Велика корпорація;
- Б) Нова компанія або проект, що знаходиться на початковій стадії розвитку;
- В) Державне підприємство;
- Г) Філія компанії.

42. Що таке патент?

- А) Вид страховки;
- Б) Документ, який надає його власнику виключні права на використання винаходу або технічного рішення;
- В) Ліцензія на торгівлю;
- Г) Сертифікат якості.

43. Що включає у себе фінансовий план бізнесу?

- А) Витрати на маркетинг, виробництво, заробітну плату і прогнозовані доходи;
- Б) Лише витрати на маркетинг;
- В) Тільки витрати на виробництво;
- Г) Тільки прогнозовані доходи.

44. Що таке капітал?

- А) Витрати на рекламу;
- Б) Грошові кошти, активи та ресурси, що використовуються для фінансування бізнесу;
- В) Ліцензія на торгівлю;
- Г) Патент на винахід.

45. Яка мета ринкової сегментації?

- А) Об'єднання всіх споживачів у одну групу;
- Б) Розділення ринку на однорідні групи споживачів для більш точного націлювання маркетингових зусиль;
- В) Зменшення витрат на виробництво;
- Г) Підвищення ціни на продукцію.

46. Яка з наведених рис є ключовою для підприємницького лідерства?

- А) Пасивність;
- Б) Ініціативність;
- В) Конформізм;
- Г) Безвідповідальність.

47. Що таке чистий прибуток?

- А) Загальний дохід компанії
- Б) Валовий прибуток за вирахуванням всіх витрат і податків
- В) Загальні витрати компанії
- Г) Доходи до вирахування витрат

48. Що таке мінімально життєздатний продукт (MVP)?

- А) Продукт з мінімальними витратами на виробництво;
- Б) Продукт з базовою функціональністю, що дозволяє швидко вийти на ринок і отримати зворотний зв'язок від споживачів;
- В) Найбільш дорогий продукт;
- Г) Продукт, який не потребує реклами.

49. Яка з наступних стратегій спрямована на довгострокове зниження витрат і підвищення якості?

- А) Стратегія проникнення на ринок;
- Б) Стратегія диференціації;
- В) Стратегія загальної вартості;
- Г) Стратегія мінімізації ризиків.

50. Що таке портфель продуктів?

- А) Колекція продуктів, пропонованих компанією, які аналізуються для визначення їхньої рентабельності і перспектив на ринку;
- Б) Колекція інвестицій компанії;
- В) Портфель документів компанії;
- Г) Маркетинговий план компанії.

ПИТАННЯ ДО ЗАЛІКУ

1. Виникнення та еволюція поняття «бізнес».
2. Історичний досвід розвитку бізнесу.
3. Економічна свобода – основна передумова розвитку бізнесу.
4. Умови та принципи здійснення бізнесу.
5. Конкуренція як засіб розвитку бізнесу.
6. Шлях до успіху в бізнесі.
7. Шляхи досягнення матеріального благополуччя.
8. Психологія успіху.
9. Причини невдачі в бізнесі.
10. Роль держави у розвитку бізнесу.
11. Вплив інфляції на розвиток та функціонування бізнесу.
12. Роль комерційних банків у сучасній економіці.
13. Характеристика правового регулювання бізнес-середовища.
14. Роль антимонопольної політики для розвитку бізнесу.
15. Зарубіжний досвід підтримки бізнесу.
16. Основні переваги створення власного бізнесу.
17. Важливість стратегічного планування в бізнесі.
18. Методи аналізу ринку перед запуском бізнесу.
19. Особливості сегментації ринку.
20. Роль маркетингу у розвитку бізнесу.
21. Основні етапи створення бізнес-плану.
22. Види бізнес-моделей.
23. Вибір ідеї для бізнесу.
24. Види інвесторів та їх роль у розвитку бізнесу.
25. Вплив законодавчих норм на бізнес.
26. Особливості управління малим бізнесом.
27. Вплив глобалізації на підприємництво.
28. Особливості цифрового маркетингу.
29. Використання соціальних мереж у бізнесі.
30. Основи управління проектами.
31. Визначення місії та цінностей компанії.
32. Роль інновацій у бізнесі.
33. Поняття та сутність франшизи.
34. Види франчайзингових моделей.
35. Обмеження у здійсненні бізнесу.
36. 2. Поняття середовища бізнесу та його складові елементи
37. Особливості входження в бізнес.
38. Особливості придбання діючого бізнесу.
39. Стратегії виходу на міжнародні ринки.
40. Основи оцінки бізнесу.
41. Методи оцінки ефективності бізнес-плану.
42. Роль фінансового аналізу у бізнес-плануванні.
43. Основи розробки маркетингової стратегії.
44. Методи просування нових продуктів на ринку.
45. Особливості управління персоналом у малому бізнесі.
46. Методи стимулювання продажів.
47. Роль бізнес-консультантів у розвитку компанії.
48. Основи корпоративної культури.
49. Використання CRM-систем у бізнесі.

50. Види і методи конкуренції на ринку.
51. Вплив зовнішнього середовища на бізнес.
52. Роль лідерства у підприємстві.
53. Складання місії підприємства.
54. Приклади місій деяких великих компаній.
55. Генерування ділових ідей. Методи відбору бізнес-ідей.
56. Обґрунтування бізнес-ідей.
57. Метод «мозкового штурму».
58. Метод «шести капелюхів».
59. Матриця просіювання бізнес ідей.
60. Методи підвищення мотивації співробітників
61. Використання великих даних для прийняття бізнес-рішень
62. Методи оцінки конкурентоспроможності компанії
63. Передумови та принципи здійснення бізнесу.
64. Фактори, які пов'язані з провалами реалізації бізнес-ідей.
65. Соціально-економічна роль і значення бізнесу для економіки країни.
66. Використання інформаційних технологій у бізнесі.
67. Роль екологічної відповідальності у бізнесі.
68. Стратегії сталого розвитку компанії.
69. Основи бізнес-комунікацій.
70. Використання інтернет-технологій у бізнесі.
71. Особливості управління франшизою
72. Стратегії росту та розширення бізнесу
73. Вплив цифрової трансформації на підприємництво
74. Роль ділової етики у підприємстві
75. Використання мобільних додатків для бізнесу
76. Методи оцінки репутації компанії
77. Особливості юридичного супроводу бізнесу
78. Стратегії залучення та утримання клієнтів
79. Вплив макроекономічних факторів на бізнес
80. Основи розвитку бізнесу за допомогою Інтернету.

РЕКОМЕНДОВАНИЙ ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ

1. Бізнес-адміністрування: магістерський курс. /За ред. д.е.н.проф. Л.Г. Мельника, д.е.н.проф. С.М. Ілляшенка та к.е.н. доц. І.М. Сотник. Київ: Університетська книга, 2023. 896 с
2. [Возняк Г. В. Підприємницькі активи територіальних громад: теоретико-концептуальні аспекти управління. *Регіональна економіка*. 2022. №1\(103\). С. 5-13. DOI: https://doi.org/10.36818/1562-0905-2022-1-1.](https://doi.org/10.36818/1562-0905-2022-1-1)
3. Врядування та децентралізація. Травень 2022. URL: https://www.usaid.gov/sites/default/files/2023-01/GOVERNANCE%20AND%20DECENTRALIZATION_UKR.pdf
4. Гілл Н. Думай і багатій / Наполеон Гілл ; пер. з англ. М. Сахно. Харків: Книжковий Клуб «Клуб сімейного дозвілля», 2020. 260 с
5. Гой Н. В. Економіка публічного сектору. Методичні рекомендації для проведення занять. Івано-Франківськ: 2022. 84 с.
6. Гуцаленко Л.В. Облік і звітність суб'єктів малого бізнесу. Київ: Центр учбової літератури, 2022. 390 с.
7. Довгань Л.Є. Стратегічне управління. 2-ге видання. Київ: Центр учбової літератури, 2022. 440 с.
8. Должанський І.З. Бізнес план: технологія розробки. Київ: Центр учбової літератури, 2020. 384 с.
9. Жук О.І., Гой Н.В. Податкове стимулювання розвитку бізнесу в умовах війни. *Підприємництво і торгівля*. 2022. Вип. 33. С.44-48.
10. Карпюк Г.І. Основи підприємництва: Навчальний посібник для здобувачів професійної (професійно-технічної) освіти. 2020. 108 с. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/pto/2021/04/19/Osnovy%20pidpryyemnytstva.pdf>.
11. Кібік О., Котлубай В., Корнілова О. Ефективний менеджмент як чинник інноваційного розвитку сучасного бізнесу. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. 2022. 3(80). С. 26-36. <https://doi.org/10.31375/2226-1915-2022-3-26-36>
12. Кібік О.М., Котлубай В.О., Редіна Є.В., Хаймінова Ю.В., Белоус К.В., Скрипник М.О. Менеджмент організацій. Проектний менеджмент: навч.-метод. посібник. Одеса. 2020. 143 с.
13. Кібік О.М., Котлубай В.О., Хаймінова Ю.В., Нестерова К.С., Калмикова Н.Ю. Маркетинг: навч.- метод. посібн. Одеса, 2020. 68 с.
14. Ковальська Л.Л., Кривов'язюк І.В. Економіка підприємства: підручник. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 700 с.
15. Котлубай В. О., Редіна Є.В., Блатін С.Д. Напрями розвитку стартап- екосистеми в Україні. *Наукові інновації та передові технології (Серія «Управління та адміністрування», Серія «Право», Серія «Економіка», Серія «Психологія», Серія «Педагогіка»): журнал*. 2024. № 6(34). С.825- 836. URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/nauka/article/view/12230/12291>
16. Котлубай В.О., Редіна Є.В. Вплив глобальних трендів на бізнес–менеджмент. Міжнародна науково-практична конференція «Наука та суспільне життя України в епоху глобальних викликів людства у цифрову еру». (м. Одеса, 21 травня 2021 р.). / за ред. Г.О. Ульянової. Одеса. 2021. С. 438-441.
17. Котлубай В.О., Слободянюк О.В., Нестерова К.С. Практикум для проходження тренінг-курсів «Створення власного бізнесу». «Розробка конкурентної стратегії». «Розвиток напрямів та інструментів міжнародного бізнесу». Одеса. 2021. 116 с.

18. Крисоватий А., Коруц У., Островерхов А та ін. За ред. А. Крисоватого. К.: Друкарський двір Олега Федорова, 2021. 332 с.
URL: <https://ifsa.kiev.ua/vidannya/pidruchnyk-pidpryyemnytstvo-dlia-sluhachiv-kursiv-profesiinoi-perepidhotovky-viiskovosluzhbovtiv-veteraniv-ta-chleniv-ikhnikh-simei-v-ukraini-proiekt-norvehiia-%E2%80%93ukraina.html>
19. Лисак О.І., Андрєєва Л.О., Болтянська Л.О.. Економіка підприємства: навчальний посібник. Мелітополь: Люкс, 2020. 272 с.
20. Македон В.В. Бізнес-планування. Київ: Центр учбової літератури, 2020. 236 с.
21. Мельников А.М., Коваленко О.А., Пундяк Н.Б. Основи організації бізнесу. Київ: Центр учбової літератури, 2024. 200 с.
22. Меше О.П. ФОП і ТОВ. Популярні форми ведення бізнесу. Київ: Право, 2021. 270 с.
23. Мироненко Є. Управління бізнесом. Структурні зміни, маркетингові та правові аспекти. Київ: Центр навчальної літератури, 2022. 280 с.
24. Національна економіка України: навч. посіб. Гринів Л.С., Кічурчак М.В. Львів: Львівський нац. університет ім. Івана Франка, 2020. 470 с.
25. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність. За заг. ред. д.е.н. проф. І.М. Сотник, д.е.н. проф. Л.М. Таранюка. Київ: Університетська книга, 2023. 572 с. Марченко В. М. Основи підприємницької діяльності : підручник. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. Вид-во «Політехніка», 2022. 515 с.
26. Підприємництво: підручник для слухачів курсів проф. перепідготовки військовослужбовців, ветеранів та членів їхніх сімей в Україні (проект «Норвегія-Україна»)
27. Попова Н. В. Маркетингові комунікації : підручник. Харків: «Факт», 2020. 315 с.
28. Управління конкурентоспроможністю: конспект лекцій / [уклад. Лупак Р. Л.]. Львів : вид-во ЛТЕУ, 2022. 118 с.
29. Управління стартапами : підручник / О. А. Гавриш, К. О. Бояринова, М. О. Кравченко, К. О. Копішинська; за заг. ред. О. А. Гавриша. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Видавництво. «Політехніка», 2020. 716 с.
30. Шевчук І.Б., Старух А.І., Васьків О.М. та ін. Інформаційні технології в бізнесі. Частина 1: Навч. посіб.; за заг. ред. І.Б. Шевчук. Львів: Видавництво ННБК «АТБ». 2020. 455 с.
31. Шевчук І.Б., Старух А.І., Васьків О.М. та ін. Інформаційні технології в бізнесі. Частина 1: Навч. посіб.; за заг. ред. І.Б. Шевчук. Львів: Видавництво ННБК «АТБ». 2020. 455 с.
32. Dergach A., Kibik O., Skrypnyk S., Antokniv-Skolozdra O., Yampolska L., Vlasenko U. Formation of a favorable investment climate (Britain after Brexit and others). *AD ALTA: Journal of Interdisciplinary research*. 2021. 11/02-XXII. P. 107-111. <http://www.magnanimitas.cz/11-02-xxii>.
33. Harkava V., Kibik O., Tytok V., Klim N., Cervinskaya L., Voit S. Economic security of the country for stable development. *AD ALTA: Journal of Interdisciplinary research*. 2021. 11/02-XXII. P. 138-142. <http://www.magnanimitas.cz/11-02-xxii> (Web of Science).
34. Kibik O., Slobodianiuk O., Belous K., Redina Y., Kornilova O., Prymachenko I. Strategy for developing competitive advantages of market entities in the era of digitalization , *Economic Affairs*. Vol. 69 (special issue) 2024. Pp. 139-147. URL: <https://ndpublisher.in/admin/issues/EAv69n1p.pdf>
35. Kibik O., Slobodianiuk O., Kotlubai V., Nesterova K., Prymachenko I., Kornilova O. Financial Strategy of Economic Entities in the Conditions of Transforming Economic Systems. *Economic Affairs*. 2023, 68. C. 107-114. <http://ndpublisher.in/admin/issues/EAv68n1sm.pdf>
36. Kibik, O., Taran-Lala, O., Saienko, V., Metil, T., Umanets, T., & Maksymchuk, I. (2022). Strategic Vectors for Enterprise Development in the Context of the Digitalization of the Economy. *Postmodern Openings*, 13(2), 384-395. <https://doi.org/10.18662/po/13.2/460>

37. Kotlubay V.O., Redina Y.V., Primachenko I.F. Strategic priorities in management of innovative component development of current business. Review of transport economics and management. Дніпро: Дніпровський національний університет залізничного транспорту ім. ак. В. Лазаряна, 2021. Вип. 5(21). С. 36-44. URL: <http://pte.diit.edu.ua/article/view/232860/241742>.

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

Олеся Володимирівна КОРНІЛОВА
Наталя Юрійвна КАЛМИКОВА
Людмила Валентинівна КУЗНЕЦОВА

СТВОРЕННЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Навчально-методичний посібник
для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Електронне видання

В авторській редакції

Ум-друк. арк. 2,88.
Зам. № 2509-07.

Видавець ПП «Фенікс»
(Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 1044 від 17.09.02).
Україна, м. Одеса, 65009, вул. Зоопаркова, 25.
e-mail: fenix-izd@ukr.net